



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Intermedialität bei Rock- und Popshows

Anthony Philip Jacobson

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaften

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Ramón Reichert

Inhalt

1	Einleitung.....	1
1.1	Vorwort	1
1.2	Thesenbildung, Konzeption und Methode.....	3
1.3	Populärkultur und Medien	6
1.4	Intermedialität.....	18
1.5	Rock- und Popshows	28
2	Historischer Hintergrund.....	31
2.1	Die 1960er Jahre - Kulturwandel in der westlichen Welt, neue Medien und größere Möglichkeiten	31
2.2	Die 1970er Jahre-Pop und Rock entwickeln sich.....	35
2.3	Die 1980er Jahre-Alles wird größer und das intermediale Netz verknüpft sich mit rasender Geschwindigkeit.....	40
2.4	Die 1990er Jahre - Der intermediale Höhepunkt vor dem Internet.....	49
2.5	Die 2000er Jahre - Maximale Intermedialität	54
3	Inszenierung abseits und auf der Bühne	57
3.1	Das Erschaffen theatralischer Figuren	57
3.1.1	KISS	65
3.1.2	Marilyn Manson	71
3.1.3	Lady Gaga	80
3.2	Theatrale Inszenierung und Anwendung intermedialer Konzepte bei Bühnenshows.....	88
3.2.1	Judas Priest.....	95
3.2.2	U2 Zoo TV - Tour 1992 bis 1993	100
4	Vermarktung unter Einsatz intermedialer Konzepte	110
4.1	Intermediale Merchandise Konzepte	110
4.1.1	KISS als Vorreiter des modernen Band-Merchandising.....	113
4.1.2	Metallica als Beispiel von modernem und intermedialem Merchandising.....	118
4.2	Vermarktung durch Kooperation	125
4.2.1	Tourneen und Konzerte.....	126
4.2.2	Kooperation verschiedener Künstler untereinander	130
5	Conclusio	134

6	Quellenverzeichnis	145
6.1	Literatur	145
6.2	Online-Quellen (chronologisch)	147
6.3	Filmografie.....	154
6.4	Diskografie.....	155
6.5	Bildquellennachweis.....	157
6.6	Videospiele	157
7	Anhang.....	158
7.1	Abstract	158
7.2	Abstract English	160
7.3	Curriculum Vitae.....	162

Dank

Zunächst möchte ich mich bei Prof. Dr. Ramón Reichert für die Betreuung und die Hilfestellung im Laufe des Arbeitsprozesses, sowie für die Zeit, die er mir zur Verfügung stellte, danken. Besonderer Dank gilt meiner Schwester Fanny Jacobson für die Geduld und Unterstützung, die sie aufgebracht hat, um mich im Verlauf der Arbeit auf Fehler hinzuweisen, und, dass sie mir Ideen gegeben hat, wenn ich eine Denkblockade hatte. Weiteres möchte ich meinen Eltern dafür danken, dass sie mich nicht nur im Laufe dieser Arbeit, sondern auch während des Studiums unterstützt haben - wo immer es möglich war.

Ferner gebührt Marilyn Manson, Metallica und Judas Priest angemessener Dank, da sie und ihre wunderbare Musik stets als Vorbilder und Inspiration für mich gelten.

Zuletzt möchte ich noch mir selber danken, dass ich trotz oftmaliger Zweifel mit Disziplin, Ausdauer und Träumen vor Augen bis hier gekommen bin.

*In memoriam Ronnie James Dio, Jim Morrison, Jimi Hendrix, Randy Rhoads, Cliff Burton,
Dimebag Darrell et Kurt Cobain*

1 Einleitung

1.1 Vorwort

Am 28. September 1998 sah ich das Video zu *Dope Show*¹ von Marilyn Manson um halb vier Uhr nachmittags auf einem deutschen Musiksender namens Viva 2. Dieser Mann, ganz in Weiß gekleidet mit rotgefärbten Haaren und Brüsten, sowie die Farbgewalt, welche dieses Video beherrscht, und Bilder, die ich noch nie zuvor gesehen hatte, faszinierten mich. Im Anschluss an dieses Video ging ich direkt in einen Plattenladen in meiner Nähe und wollte das Album mit der Single *The Dope Show – Mechanical Animals*² – unbedingt kaufen. Es war leider vergriffen, also kaufte ich die einzig verfügbare Marilyn Manson CD im Laden und ging nach Hause, um sie mir anzuhören. Es war das Album *Smells like Children*³ mit dem Eurythmics-Cover *Sweet Dreams*⁴. Ich war begeistert. Ich war 13. Von diesem Nachmittag an änderte sich mein Leben. Ich wurde vom Rock-Virus infiziert und leide heute noch in allen Formen daran, und das ist nur positiv gemeint. Heute bin ich 26 und höre immer noch diese Musik, und zwar ausschließlich. Vor zwölf Jahren habe ich angefangen E-Gitarre zu spielen und trage seitdem längeres Haar. Ich habe sie alle live gesehen: Metallica, AC/DC, KISS, Judas Priest, die Rolling Stones, Alice Cooper, Marilyn Manson, Iron Maiden und wie sie alle heißen. Ich habe sogar ein Studium angefangen, dass wenigstens im weitesten Sinne mit Rock zu tun hat, wo ich darüber lernen und noch mehr über die Zusammenhänge erfahren konnte.

Dieses Studium ist jenes der Theater-, Film-, und Medienwissenschaft. Sie werden sich sicher fragen, was das mit Rock zu tun hat? Gar nichts und zugleich alles. Theater und Film sind Dinge, die Geschichten erzählen. Sie berichten über Schicksale, sind Metaphern für gesellschaftliche Einstellungen und sie verzaubern. Dies alles wird durch Medien an den Zuschauer oder Konsumenten herangeführt; zudem sind das Theater und der Film selbst auch Medien. Rockmusik ist ein Teil davon, wie jede andere Kunstform auch. Viele

¹ The Dopeshow, Mechanical Animals, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1998 Autor: Marilyn Manson

² Mechanical Animals, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1998 Autor: Marilyn Manson

³ Smells Like Children, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1995

⁴ Sweet Dreams (Are Made of This), Smells Like Children, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1995 Autor: Annie Lennox

Jahrhunderte später, also heute, kamen weitere Komponenten dazu, die das ganze Spektakel und Drumherum noch ausweiteten und für immer mehr Leute in immer attraktiveren Konzepten zugänglich machten. Ab den 1960er Jahren begannen Künstler durch die intensive Nutzung neuer Technologien eine neue Kunstströmung zu formen und zu etablieren, welche als Popkultur bekannt wurde. Jede Kunstform trug ihren Teil dazu bei und es war auch in dieser Zeit, als Rock- und Popmusik das Licht der Welt erblickten und seit dem vielen Millionen Menschen weltweit täglich Freude, Zuflucht, Trost (hier kann jeder einsetzen was er möchte) und Ähnliches bieten.

In vorliegender wissenschaftlicher Untersuchung werde ich mich bemühen so gut wie möglich die Bezüge zwischen theatralen Inszenierungsformen, unter besonderer Beachtung medialer Konzepte, und Pop- und Rockmusik herauszuarbeiten. Es geht um die Inszenierung von Konzerten und medialer Inszenierung von Pop- und Rockbands.

Ich hoffe, damit die Faszination, die dieses Thema bei mir auslöst, auch für andere verständlich zu machen und diese Faszination vielleicht zu übertragen. Ich möchte der Theater-, Film-, und Medienwissenschaft sowie dem Rock etwas zurückgeben von der Freude und all den interessanten Erfahrungen, die ich durch sie erlebt habe.

Ich werde in dieser Arbeit eine einheitliche Formulierung benutzen, so meine ich weibliche und männliche Personen, wenn ich beispielsweise „User“ schreibe. Dies erscheint sinnvoll in Zusammenhang mit den vielen Quellen in englischer Sprache und unterstützt ein zeitsparenderes Schreiben.

1.2 Thesenbildung, Konzeption und Methode

“The media sells it and you live the role“

- Ozzy Osbourne⁵

Zu keinem Zeitpunkt der Menschheitsgeschichte gab es und wurden so viele verschiedene Medien eingesetzt wie heute. War man vor 150 Jahren noch auf Buchdruck und Handschrift angewiesen, um Information zu verbreiten, so gibt es heute auf eine Vielzahl von Möglichkeiten dies zu tun. Ein tausend Seiten dickes Buch findet im 21. Jahrhundert auf einem wenige Zentimeter großen USB-Stick oder einer CD/Blu-ray locker Platz. Man kann diese Speichermedien nahezu beliebig oft ohne Qualitätsverlust benutzen und das ohne Abnutzungserscheinungen. Es ist heute möglich, dieses Buch auf einem sogenannten „Tabloid-PC“ zu lesen und gleichzeitig noch mehrere andere Bücher darauf zu speichern. Man spart Papier und Platz im Bücherregal. Ob dies jedermanns Sache ist, sei freilich dahingestellt, aber Fakt ist, dass dies zum ersten Mal in der Menschheitsgeschichte möglich ist und ein Ende dieser Entwicklung nicht abzusehen ist. Die Möglichkeit viele verschiedene Dinge (Bücher, Musik, Filme) digital abzuspeichern, ermöglicht es diese auch uneingeschränkt zu reproduzieren und der Masse zugänglich zu machen.

„In principle, the work of art has always been reproducible. Objects made by humans could always be copied by humans. Replicas were made by pupils in practicing for their craft, by masters disseminating their works, and, finally, by third parties in pursuit of profit. But the technological reproduction of artworks is something new. Having appeared intermittently in history, at widely spaced intervals, it is now being adopted with ever-increasing intensity.“⁶

Dies schrieb der Philosoph und Kulturtheoretiker Walter Benjamin in den späten dreißiger Jahren des 20. Jahrhunderts.

Durch die neu erfundenen technischen Errungenschaften des Speicherns und der Reproduktion ergibt es sich von selbst, dass gleichzeitig neue Medien der Distribution

⁵ Crazy Train, Ozzy Osbourne, Blizzard of Ozz, Jet, 1980 Autor: Ozzy Osbourne

⁶ The Work of Art in the Age of its Technological Reproduction (Third Version), Walter Benjamin, in: The Cultural Studies Reader, Third Edition, Simon During (Hrsg.), Routledge, Oxon, 2007, S. 60

erschaffen wurden, um vorher genannte Medien an die Masse der Rezipienten mit maximalem Effekt und in großer Quantität weiter zu geben. Mit dem Aufkommen der Fotografie wurden Bilder (Fotos) beliebig oft reproduzierbar und somit einer größeren Zahl von Betrachtern zugänglich, wie zum Beispiel durch Zeitungen, die industriell in großen Massen gefertigt werden konnten. Ein Film konnte ab sofort weltweit überall da gezeigt werden, wo es ein Kino gab, und durch die Speicherung von Ton auf ein Medium, wie der Schellackplatte etwa, hatten immer mehr Menschen Zugang zu einer Aufnahme. Heute, zu Beginn des 21. Jahrhunderts, haben wir Medien und Reproduktionswege erschaffen die es uns ermöglichen eine Tonaufnahme von einem puerto-ricanischen Straßenmusiker im Hafen von San Juan mit einem MP3-Player in einer Gondel in den österreichischen Hochalpen zu hören. Diese Neuerungen haben aber auch maßgeblich eine Kultur geformt, die man zusammenfassend als Populärkultur bezeichnen kann. Unter diese Populärkultur fallen verschieden Kunstströmungen, die sich ihr weiterentwickelt haben oder aus ihr hervorgegangen sind. Ein Gebiet soll in dieser Untersuchung aber Hauptgegenstand der Betrachtung sein: jenes der Pop- und Rockmusik und in weiterer Folge die Intermedialität bei Rock- und Popshows. Die These die hierbei behandelt werden soll ist, dass kein anderes Kunstgebiet, als das der eben Genannten, Medien auf so vielfältige Art und Weise nutzt, verknüpft, deren Entwicklung vorantreibt und dadurch globale Grenzen nachhaltig durchbricht.

Die These soll durch folgendes Konzept erarbeitet werden: zunächst sollen die für das Verständnis der Arbeit wichtigen Begriffe und Themengebiete der Untersuchung definiert und wie diese Begriffe in vorliegender Arbeit verstanden und eingesetzt werden; dies mögen Begriffe des generellen und allgemein bekannten Sprachgebrauchs sein, sowie jene aus dem wissenschaftlichen Bereich. Darauf soll ein historischer Überblick das Thema betreffend folgen, der die Entwicklung bis zum heutigen Stand verdeutlicht und logisch erscheinen lässt, sowie Vergleiche zwischen heute relevanten Begebenheiten und damaligen besser nachvollziehbar macht. Der erste Schwerpunkt dieser wissenschaftlichen Untersuchung wird das Kapitel der medialen Inszenierung sein. Hier soll aufgezeigt werden, wie Pop- und Rockmusiker die Medien nutzen, um dem Rezipienten gegenüber ein Bild von sich zu vermitteln, aber auch wie Medien eingesetzt werden bei Inszenierungen von Bühnenshows und öffentlichen Auftritten abseits der Bühne. Ein weiteres Kapitel befasst sich mit der

Vermarktung von Pop- und Rockmusikern und der dabei wichtigen Rolle der Medien. Hierbei wird genau untersucht, wie Medien eingesetzt werden, um kommerzielle und imagebildende Vermarktung zu erreichen.

Die wissenschaftlichen Gebiete, aus denen Sekundärliteratur bezogen wird, sind jene der Theater-, Film-, und Medienwissenschaft, sowie der Religionswissenschaft, den Cultural Studies, der Geschichte und der Musikwissenschaft. Auch im Bereich der Mythologie wurden Studien vorgenommen, um Quellen, die auf die Thematik hinweisen, auszuforschen und in die Arbeit einfließen zu lassen. Hinzu kommt Primärliteratur, die sich aus Biografien von Rock- oder Popmusikern oder themenrelevanten, nicht wissenschaftlichen Büchern zusammensetzt. Ferner sind Filme und Musikvideos, sowie Konzertmitschnitte, Tonträger und Fernsehauftritte oder -interviews dieses Thema betreffend, wichtige Forschungsquellen. Unerlässlich zur vollständigen Untersuchung der Intermedialität bei Pop- und Rockshows ist es, solche auch zu besuchen, was mit großer Freude getan wurde. Als weitere, aber nicht minder relevante Quellen, wurden Websites von Künstlern untersucht sowie weitere mediale Produkte, wie themenbezogene Computerspiele. Aus allen hier genannten Informationsquellen, soll ein Gesamtbild entstehen, das zeigt, wie Medien und Kunst verknüpft sind, und wie die Interaktion zwischen Medien und Pop- und Rockmusikern derer beiderseitiges Bestehen fördert und zu neuen Entwicklungen treibt.

1.3 Populärkultur und Medien

MTV, Andy Warhol, Graffiti, Breakdance, Madonna oder Michael Jackson sind Namen, die unweigerlich mit Popkultur verbunden werden. Populär-Kultur, Pop-Kultur oder ganz einfach nur Pop sind Wörter, die wir täglich zu hören bekommen, selber verwenden und sie sind für jeden, um es mit den Worten Shakespeares auszudrücken, „[...] Familiar in his mouth as household words [...]“⁷. Was aber genau bezeichnet nun der Pop? Der Philologe Thomas Hecken definiert Pop als einen Oberbegriff, dessen prägende Bedeutung sich außerhalb des wissenschaftlichen Sprachgebrauchs ergeben hat und als abstrakter Begriff der Kommunikationsbeschleunigung dient⁸ aber auch ein schnell wechselnder Trend ist, der vorgegeben wird und dessen einzelne Ausprägungen vom breiten Publikum nachvollzogen werden⁹. Um 1960 trennt Oscar Handlin erstmals frühe Jazzmusik und Slapstick-Filme von Produkten der damals neuen *mass media*, die für unübersehbare Konsumentenmengen gefertigt wurden.¹⁰ Eine weitere Definition von Dwight MacDonald versteht Pop als ein Massenprodukt, das dazu dient die Profitinteressen von Spezialisten für eine Masse passiver Konsumenten zu erfüllen.¹¹ Der Kommunikations- und Musiktheoretiker Christoph Jacke fasst das Pop Prinzip, wie folgt, zusammen:

„Ich begreife Popkultur als den kommerzialisiertesten gesellschaftlichen Bereich, der Themen industriell produziert, medial (im Sinne von massenmedial) vermittelt und von zahlreichen Personen mit viel Vergnügen genutzt und weiterverarbeitet wird. In diesem Verständnis ist ein massenmedialer Medienbegriff bereits inhärent, der sich in die sich gegenseitig wechselbewirkenden Komponenten der Kommunikationsinstrumente (Sprache, Bilder, Töne, etc.), Medientechnologie (Druck, Internet, etc.), sozialsystemischen Institutionen (Verlage, Redaktionen, Schulen, etc.) und Medienangebote (Zeitungsartikel, CD-Rezension, Werbespot, etc.) einteilen lässt.“¹²

⁷ Henry V, William Shakespeare, The complete Works of William Shakespeare-The Cambridge Text established by John Dover for the Cambridge University Bridge, Octopus Books, London, 1982 S. 478

⁸ Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009 S.14

^{9 9} Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009, S. 102

¹⁰ Ibidem S. 58

¹¹ A Theory of Massculture, Dwight MacDonald, In: Bernard Rosenberg/David M. White (Hg.), Massculture. The Popular Arts in America, Glencoe, Ill. Free Press, 1960

¹² Museum, Archiv, Netz. Popgeschichte(n) als Mediengeschichte (n), Christoph Jacke, in Media is The Mess, Testcard. Beiträge zur Popgeschichte, Heft 15, Ventil Verlag, Mainz, 2006 S. 133

In angeführten Definitionen sind die Tendenzen deutlich zu erkennen, welche Pop als ein Massenphänomen, ein Massenprodukt hinstellen. Popkultur ist also eine Kunstströmung, die für eine große Masse an Rezipienten ausgelegt ist, der möglichst viele Menschen folgen können und diese gleichzeitig mitformen, da ohne die Masse die Populärkultur nicht funktioniert. In Bezug auf die Masse der Rezipienten schreibt Walter Benjamin in seinem Text *The Work of Art in the Age of its Technological Reproduction* „The masses are a matrix from which all customary behaviour toward works of art is today emerging newborn. Quantity has been transformed into quality: the greatly increased mass of participants has produced a different kind of participation.“¹³

Eine weitere Unterscheidung zwischen Pop und Popkultur formuliert Medienwissenschaftler Marcus S. Klein, in dem er Pop als von der Popmusik geprägten Begriff sieht. Klein definiert welche Inhaltsgebiete der Begriff Pop beinhaltet, wenn er wie folgt argumentiert:

„Grundlegend verstehe ich in diesem Artikel unter Pop im Wesentlichen einen weitgefassten musikzentrierten Traditionsbegriff, der sich seit den frühen 1950er Jahren, beginnend mit dem Rock'n'Roll, genetisch herleiten lässt. Hiervon ausgehend kann Pop als offenes Feld bzw. als spezifische kulturelle Formation beschrieben werden, in der es u.a. um Musik, Mode, Sexualität, Jugend, Filme, alltägliche Machtkämpfe oder Szenenbildung geht.“¹⁴

Ferner bemerkt Klein, dass im deutschen Wissenschaftsraum ein *Sonderweg* in der Untersuchung des Pop und der Populärkultur gegangen wird. Er stellt fest, dass der Begriff Poptheorie in Deutschland zwischen den 1960er und 1980er Jahren vom Popjournalismus geprägt wurde. Er wirft dem Popjournalismus jedoch vor, den verschiedenen Bezeichnungen der Popkultur und des Pop nicht objektiv wissenschaftlich, sondern subjektiv entgegenzutreten. Er schreibt: „Popjournalismus ist ein umfassender sowie diffuser Kosmos von Sinn- und Bedeutungsproduktionen, der sein Hauptaugenmerk zwar auf die Musik legt, die Berichterstattung hierbei aber potenziell auf alle gesellschaftlichen, kulturellen und

¹³ The Work of Art in the Age of its Technological Reproduction (Third Version), Walter Benjamin, in: The Cultural Studies Reader, Third Edition, Simon During (Hrsg.), Routledge, Oxon, 2007, S.72

¹⁴ Pop-Theorie. Ein deutscher Sonderweg, Marcus S. Kleiner, in: Pop, Populäres und Theorien- Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft, Christoph Jacke, Jens Ruchatz, Martin Zierold (Hrsg.), *Populäre Kultur und Medien* Bd. 2, LIT Verlag, Berlin-Münster-Wien-Zürich-London, 2011 S.45

individuellen Bereiche ausdehnt.“¹⁵ Klein verweist auf einen zweiten Ansatz im deutschen Wissenschaftsraum, der Populärkultur – *nomen est omen* - als „Kultur des Populären“ sieht und sein Untersuchungsfeld auf das Populäre begrenzt. Klein erklärt, dass ein Problem der Popforschung im deutschen Sprachraum aus der Nicht-Klärung des Popbegriffes hervorgeht. Er führt weiteres an, dass die Differenzierung zwischen Pop und Populär sowie Popkultur und Populärer Kultur im deutschen wissenschaftlichen Raum, die Definition des Wissenschaftsgebietes Pop, und seine Entwicklung hin zu einem selbständigen wissenschaftlichen Feld blockiert ist und somit eine Herausbildung und allgemeine Akzeptanz als selbständiges Forschungsgebiet behindert. Klein meint hierzu:

„Pop und Popkultur sind Teil des Populären sowie der Popkultur, gehen aber nicht in dieser auf. [...] Grundlegend für meine Überlegungen ist die These, dass es bisher in Deutschland keine eigensinnige Pop-Theorie gibt, ebenso wenig wie eine Pop-Musik-Theorie, sondern *nur* theoriegeleitete Auseinandersetzungen mit unterschiedlichen Themen der Popkultur, deren theoretischer Status vom jeweiligen Theorieverständnis der verwendeten Referenztheorie abhängt. [...] Der relevante Teil der Pop-Forschungen und Pop-Publikationen ist entsprechend anglo-amerikanischer Herkunft, die deutschen Studien spielen international kaum eine Rolle.“¹⁶

Der an dieser Stelle von Klein erläuterte Unterschied zwischen Popkultur und Populärkultur, zeigt wieder, wie komplex die Eingrenzung und Definition des Pop im Allgemeinen ist. Auch in eben genannten „deutschen“ Ansichten lässt sich herauslesen, dass Pop etwas mit Masse zu tun hat, denn wenn etwas populär ist, dann gefällt es vielen Leuten und erregt deren Aufmerksamkeit. Pop selbst leitet sich vom lateinischen *populus* (Volk) ab, und kann im übertragenen Sinne für Masse (an Rezipienten) stehen. Jedoch ergibt sich aus dem eben Geschilderten, dass mangels einer eindeutigen Pop-Definition eine rein objektive Untersuchung (noch) nicht möglich und somit jede Betrachtung immer als subjektiv anzusehen ist.

¹⁵ Pop-Theorie. Ein deutscher Sonderweg, Marcus S. Kleiner, in: Pop, Populäres und Theorien- Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft, Christoph Jacke, Jens Ruchatz, Martin Zierold (Hrsg.), *Populäre Kultur und Medien* Bd. 2, LIT Verlag, Berlin-Münster-Wien-Zürich-London, 2011 S. 46

¹⁶ *Ibidem*. S. 49-53

Christoph Jacke teilt die Untersuchung von Popkultur in neun Gebiete ein, von denen vier für diese Untersuchung relevant sind und dazu beitragen, das gesamte und komplexe Gefüge der Popkultur, der Pop- und Rockmusik sowie Medien und Intermedialität, besser verstehen zu können. Wie bereits im vorherigen Kapitel beschrieben, überschneiden sich in vorliegender Untersuchung verschiedene wissenschaftliche Teilgebiete. Wie auch bei Jacke haben die Untersuchungen in dieser Arbeit einige wissenschaftliche Kerngebiete, aus denen die Methoden und Analysen stammen, die auch Jacke nennt - wie beispielsweise die Musikwissenschaft oder der Medienwissenschaft. Die Beschreibung folgender vier Gebiete hilft die Thematik dieser Untersuchung besser zu verstehen:

„Technologie-zentrierte Perspektiven: Hierbei wird den technologischen Dispositionen von Popmusik von Produktion bis Weiterverarbeitung eine entscheidende Rolle eingeräumt. Dabei erhält der Zusammenhang von Medien, Kommunikation und Technologie für Popmusik ein besonderes Gewicht. Die Ansätze speisen sich demnach aus Kommunikations-, Medien-, Kultur- und Musikwissenschaft.“¹⁷

Dieses Untersuchungsgebiet, ist relevant, um die Zusammenhänge der medial-technologischen Entwicklungen zu verstehen. Dies beinhaltet die Bühnenentwicklung (Bühnenmaschinen, Lichtanlagen, Requisiten, etc.), die Medienentwicklung (Fernsehen, Internet) und ihre praktischen Anwendungen.

„Rezeptions- und Nutzungsperspektiven: Bei diesen Perspektiven, oftmals aus Sozial-, Musik-, und Medienpsychologie, aber auch aus Kulturwissenschaft und Ethnologie heraus, wird sich die Rezeption und Nutzung von popmusikalischen Medienangeboten oder Popmusik im Allgemeinen konzentriert (vom normalen Rezipienten zum Fan bis zum Anti-Fan). Dabei wird meist empirisch geforscht, sowohl qualitativ als auch quantitativ.“¹⁸

Um die Wirkung zu untersuchen, welche die intermedialen Konzepte auf die Rezipienten haben und wie sie von den Künstlern in Bezug auf die Rezipienten angewendet werden, ist es wichtig zu verstehen, wie und durch welche Handlungen dies geschieht.

¹⁷ Poptheorie, Popkulturforschung und Literaturwissenschaft, Charis Goer, Stefan Greif und Christoph Jacke, in Literaturwissenschaft Interdisziplinär, Lothar van Laak und Katja Malsch (Hrsg.), Synchron Verlag, Heidelberg, 2011 S. 219

¹⁸ Poptheorie, Popkulturforschung und Literaturwissenschaft, Charis Goer, Stefan Greif und Christoph Jacke, in Literaturwissenschaft Interdisziplinär, Lothar van Laak und Katja Malsch (Hrsg.), Synchron Verlag, Heidelberg, 2011 S. 120

„*Kontextualisierende Perspektiven mit Schwerpunkt Medienkultur*: Diesen Perspektiven geht es um eine umfassende und grundlegende Erforschung der sozialen und medialen Kontexte sowie der kommunikativen Schichten von Popkultur. Sie konzentrieren sich auf „[...] das, was sie im Kontext konkreter Handlungen für alle diejenigen Personen bedeutet, die – auf welche Art auch immer – in das Handlungsgeschehen einbezogen sind.“¹⁹

Das Untersuchungsgebiet in vorliegender Arbeit, bei welchem *Kontextualisierende Perspektiven mit Schwerpunkt Medienkultur* zum Tragen kommen, sind jene, bei denen es darum geht, die Interaktion zwischen Künstlern und Rezipienten zu erforschen.

„*Pophistorisierende Perspektiven*: Diese Perspektiven setzen sich zusammen aus Stil-, Szene- und vor allem Einzelbiografien, Überblicken, Kanonisierungen und Analysen zur Popgeschichtsschreibung. Interessanterweise stammen letztere noch eher seltenen Überlegungen oftmals aus Kultur-, Literatur- und Medienwissenschaft. Hier ist ein deutliches Manko an Popgeschichtswissenschaftlern, Gedächtnis- und Hirnforschern zu konstatieren.“²⁰

Pophistorisierende Perspektiven ermöglichen es, die in dieser Untersuchung dargestellten Thesen anhand von Beispielen zu analysieren und zu erläutern, was mitunter eines der wichtigsten Gebiete für diese wissenschaftliche Arbeit darstellt, da der Bezug zur Realität es leichter macht die Komplexität dieser Thematik zu verstehen.

In vorliegender Arbeit wird der Anfang der Popkultur in die sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts gesetzt. Pop wird hierbei als ein Massengut mit mittlerem bis hohem künstlerischem Anspruch gesehen. Pop ist, was im mittelbaren und unmittelbaren Jetzt sowie in naher Zukunft und jüngerer Vergangenheit passiert, passiert ist oder passieren wird. Er bezieht sich auf die Gegebenheiten und Einflüsse in zuvor erwähnter Zeitspanne, sowohl künstlerisch als auch im Bereich der Medien, der Unterhaltungsindustrie und sogar im Sport. Pop bedient sich in seinem Inhalt und den aus ihm hervorgehenden Produkten an modernen Gegenständen, politischen und gesellschaftlichen Strömungen sowie modernen Technologien und erfindet alte Praktiken, Mythologien oder Trends - vor allem in der Kunst - neu und erweckt sie auf heutiges Verständnis und moderne Ansichten geschmiedet, wieder

¹⁹ Ibidem S. 120

²⁰ Ibidem S. 120

zum Leben. Jedoch lässt sich eine Strömung oder ein Phänomen, wie es die Popkultur ist, nicht nur in einem Bereich des Lebens fest machen und so wird auch Pop in *verschiedenen* Kunstrichtungen geschaffen, angewendet oder mit einbezogen. Es ist also von der Feststellung auszugehen, „dass von einem vereinheitlichten Publikum der populären Kultur keine Rede sein könne, vielmehr davon auszugehen sei, dass das Publikum in eine Vielzahl von Untergruppen mit unterschiedlichen Interessen und Vorlieben zerfalle.“²¹ Der Schwerpunkt dieser Untersuchung liegt im Bereich der Popmusik. Hier wird Popmusik als Musik definiert, die in oben genannter Zeitspanne produziert und von einer breiten Masse global gehört wird. Dazu gehören sowohl die Mainstream- als auch die Undergroundmusik, welche sich wiederum in Subgenres aufteilen, aus denen eben genannte Musik entsteht. Diese Subgenres umfassen die verschiedenen Musikstile, welche in der Populärkultur ihren Ursprung gefunden haben, und zu welchen in dieser Arbeit elektronische Musik, Rock, Hip-Hop und Rap sowie Pop als Übergruppen gezählt werden. In Andrew Goodwins Essay über „Popular Music And Postmodern Theory“ teilt er die Poplandschaft in folgende Gebiete:

„Within the field of contemporary popular music, the process of selection, exclusion, celebration and denigration are used by critics, fans and the musicians themselves in ways that continue to sustain the operation of forms of cultural capital. [...] This process operates *within* generic categories as well as across the whole field of pop, so that art/pop distinctions can be made (and *are* made, by fans and critics), respectively, in mainstream pop (Pet Shop Boys/New Kids On the Block), soul (Prince/Michael Jackson), rock (Sonic Youth/U2), heavy metal (Metallica/Def Leppard), and rap (Public Enemy/ MC Hammer).“²²

In dieser wissenschaftlichen Untersuchung wird jedoch ausschließlich auf Rock und Pop eingegangen zu welchen hier nach Goodwin „mainstream pop“, „soul“, „rock“ und „heavy metal“ gezählt werden. Der Schwerpunkt hierin wiederum liegt bei „mainstream pop“ und „heavy metal“. Der Begriff Pop im Zusammenhang mit Musik oder Popmusik ist wissenschaftlich nicht geklärt und auch in der Alltagssprache variieren die Bedeutungen des Pop. Um eine Basis zu schaffen auf der weitergearbeitet werden kann, definiert der Autor Pop als jene Musik, die kommerziell weltweit erfolgreich ist und eine große Hörerschaft in

²¹ Cultural Studies und avancierter Musikjournalismus in Deutschland, Ralf Hinz, in: Kultur-Medien-Macht, Cultural Studies und Medienanalyse, 3. Überarbeitete und erweiterte Auflage, Andreas Hepp/Rainer Winter (Hrsg.), VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2006

²² Popular Music And Postmodern Theory, Andrew Goodwin, in: The Cultural Studies Reader, Third Edition, Simon During (Hrsg.), Routledge, Oxon, 2007, S. 179

verschiedenen Altersgruppen aufweist und weniger subversiven Inhalt wie der Rock verbreitet. Pop ist die Musik welche hauptsächlich im Radio und in Diskotheken gespielt wird, und dessen Inhalt sich mit den schönen Dingen des Lebens, wie etwa Liebe, befasst - und dies aus positiver Sicht. Als Vertreter des Pop sind zum Beispiel Madonna oder Michael Jackson zu nennen aber auch Hip-Hop Künstler oder Elektromusikproduzenten. Pop ist jene Musikrichtung die sich dem Geschmack der Rezipienten und den Vorlieben seiner Fans anpasst, um kommerziell erfolgreich zu sein. Pop und Rock variieren deutlich in ihrer Auslebung und Gestaltung, worauf später noch genauer eingegangen wird, weisen aber ähnliche Strukturen in Verbreitung, Vermarktung, Zuschauerverhalten und Mythenbildung auf. Um diesen Unterschied zu verdeutlichen hilft folgende Analogie: Pop und Rock verhalten sich wie guter und böser Zwilling zueinander. Sie haben dieselben Eltern, genossen die selbe „Erziehung“, haben sich jedoch in ihrer Pubertät deutlich auseinander gelebt und sind jetzt nicht gut aufeinander zu sprechen, wobei Pop als der „gute“, „zarte“ und sich an gewisse gesellschaftliche Normen haltende Zwilling zu sehen ist, und Rock als der „böse“, „brachiale“ und „gesetzesbrechende“.

Die Rockmusik entwickelte sich aus dem Blues und dem Jazz der schwarzen Sklaven in Amerika. Erste bekannte Vertreter dieser Musikrichtung waren etwa Chuck Berry, Elvis Presley oder Little Richard. In den 1960er Jahren formierten sich Bands wie die Beatles, die Rolling Stones oder The Who, die den weltweit erfolgreichen Vormarsch der Rockmusik prägten und den Weg für weitere Bands ebneten. Der Rock ist im Gegensatz zum Pop aggressiver, härter und maskuliner ausgerichtet und vertritt eine revolutionäre Haltung gegenüber der Gesellschaft gleichermaßen wie der Politik und zelebriert Freidenkertum und „Outlaws“. Diese Einstellung widerspiegelt sich sowohl in den Texten, den Videos und den Geschichten rund um Rockbands. Heute ist dieses Erscheinungsbild des Rock nichts Ungewöhnliches mehr, jedoch in den Anfängen der modernen Rockmusik (1960er) sorgte dies durchaus für Unverständnis und wurde vehement versucht zu zensieren – jedoch ohne Erfolg. Das Gegenteil war sogar der Fall und Rockmusik fand seinen triumphalen Einzug in die Popkultur und besteht bis heute in dieser Form.

„Well you ask me 'bout the clothes I wear
And you ask me why I grow my hair
And you ask me why I'm in a band

I dig doin' one night stands
And you wanna see me do my thing
All you gotta do is plug me into high
I said high
High voltage rock 'n' roll"
- AC/DC²³

In dieser Untersuchung soll aber vorrangig auf ein spezielles Subgenre des Rock eingegangen werden, nämlich den Heavy Metal. Der Heavy Metal entstand in den 1970er Jahren und hatte seine Blüte in den 1980er Jahren. Zu Anfang hatte der noch junge Musikstil seine Schwierigkeiten durch die Medien verbreitet zu werden. Robert Walser, der führende Heavy Metal Spezialist im musikwissenschaftlichen Bereich, erklärt dies folgendermaßen:

„Heavy metal began to attain stylistic identity in the late 1960s as a “harder” sort of hard-rock, and a relatively small but fiercely loyal subculture formed around it during the 1970s. Because heavy metal threatened to antagonize demographically targeted audiences, metal bands received virtually no radio airplay, and they had to support their album releases by constant touring, playing to an audience that was mostly young, white, male and working class”.²⁴

Der Kulturessayist und Musikjournalist Uwe Schütte definiert den Heavy Metal als eine intensive und lauter gespielte Form der Rockmusik²⁵ und „Typisch für den heavy Metal ist ein extrem verstärkter, bombastischer, verzerrter Sound und eine theatralische, von männlichem Macho-Gehabe dominierte Bühnenshow.“²⁶ Ein weiterer Ansatz zum Verständnis der Abgrenzung des Rock und im Speziellen des Heavy Metal von Popmusik liefert Marcus Breen in seiner Untersuchung über Heavy Metal Rock Musik in den 1990ern: „The almost complete banishment of heavy rock, especially the heavy-metal genre, from popular music and cultural studies is no surprise. In many ways its 1970s manifestation was the bastard offspring of rock and roll – electric technology, or high levels of amplification –

²³ High Voltage, High Voltage, AC/DC, Atlantic Records, 1976 Autor: Angus Young, Malcom Young, Bon Scott

²⁴ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 3

²⁵ Basis-Diskotheek Rock und Pop, Uwe Schütte, Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart, 2008 S. 226

²⁶ Ibidem S. 226

and show business.”²⁷ Auf das Thema Rock und Heavy Metal soll aber im späteren Verlauf dieser Arbeit noch ausführlichst eingegangen werden.

Popmusik und seine Subgenres Pop und Rock sind also global von einer Vielzahl von Menschen konsumierte Massenprodukte, die durch ihre jeweiligen Stars verkauft werden. Die Ursprünge der Popkultur sowie der populären Musik finden sich im angloamerikanischen Raum und die Methoden zur Schaffung einer solchen Kultur wurden ab den sechziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts weltweit verbreitet und heute in nahezu jedem Land der Welt nach demselben Konzept angewendet. Der legendäre Bassist der Band KISS Gene Simmons erklärt dieses Phänomen in seinem Buch *Sex, Money Kiss* wie folgt:

„Es gibt noch einen wichtigen Punkt, der im BWL-Studium in der Regel nicht vermittelt wird: Amerika mag weltweit als ein Land ohne Kultur gelten, hat aber tatsächlich eine Kultur erfunden, die allerorten geliebt wird. Hamburger kommen weltweit gut an. Rockmusik kommt weltweit gut an. Amerikanische Filme kommen weltweit gut an. Jeans kommen weltweit gut an. Die amerikanische Kultur ist universell. Das Interessante an dieser Kultur, der sogenannten »Popkultur«, ist die Tatsache, dass sie keine Geschichte hat. Könige und Königinnen hatten nie etwas dazu zu sagen. Diese Kultur entstand in den tiefsten Niederungen der Gesellschaft, in den ärmsten und oft auch schwärzesten Vierteln. Die amerikanische Musik – Blues, Jazz und Rock – wurde von Kindern schwarzer Sklaven kreiert. Es ist eine primitive Musikform. Man muss keinen Musikunterricht gehabt haben, um sie spielen zu können, man muss sie nur fühlen. Sie erschließt sich jedermann überall und sofort. Mit japanischer Musik ist das beispielsweise ganz anders. Außer in Japan – und das meine ich jetzt wirklich nicht abwertend und mit dem allergrößten Respekt – interessiert sich niemand dafür. Genauso verhält es sich mit Balalaikamusik und den Klängen australischer Aborigines. Sie kommen nicht an. Die ganze Welt liebt die amerikanische Kultur, und weil das so ist, bietet sie auch Ihnen jede Menge Möglichkeiten, die sich finanziell als recht lohnend erweisen könnten. Meine eigene Tätigkeit – nämlich in einer Rockband zu spielen – ist Teil dieser »amerikanischen Kultur«, für die man überall auf der Welt bereit ist, viel Geld

²⁷ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990's, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S.193

auszugeben. Wie auch für amerikanische Musik, Fernsehen, Filme, Essen und Kleidung (Jeans etc.).“²⁸

Diesem Zitat ist deutlich zu entnehmen, dass Popkultur unweigerlich mit jeder Form von Medien Hand in Hand geht. Man denke nur an Comics, MTV, Fanzines, das Internet usw. Alle Medien sind Teil der Popkultur und dienen sowohl als Verbreitungsinstrumente als auch als Popkultur schaffende Elemente. Thomas Hecken schreibt hierzu, sich auf die neuen Medien und Popkultur beziehend: „Besonders die modernen Medien verringern die Zeit, die man gemeinsam mit Menschen und natürlichen Gegenständen verbringt, beachtlich. Betrachtungen über die Popkultur gehen darum nicht selten mit Hinweisen auf technologisch-mediale Veränderungen einher.“²⁹ Kultur und Technologie gehen, wie Hecken es auch beschreibt, ebenfalls Hand in Hand und helfen sich gegenseitig, sich auszudrücken und weiter zu entwickeln. „The history of every art form has critical periods in which the particular form strains after effects which can be easily achieved only with a changed technical standard – that is to say, in a new art form.“³⁰, schreibt Walter Benjamin und untermauert nochmals die These der unweigerlichen Verbindung von Kultur und Technologie. Weitere Beispiele sind der Buchdruck oder die Erfindung der Fotografie und des Films, die nur mehr als deutlich beweisen, dass neue Technologien neue Formen von Kunst schaffen können. Aber auch Kunst kann eben die Weiterentwicklung von neuen technischen Möglichkeiten vorantreiben oder inspirieren. An dieser Stelle seien die 3-D Technik im Kino genannt oder Ideen aus Sciencefiction-Filmen, wie zum Beispiel Mondfahrzeuge oder Mobiltelefone, die dann in der „realen“ Welt aufgenommen und letztendlich entwickelt werden. Auch an dieser Stelle sei nochmals erwähnt, dass die Medien also einen wesentlichen Einfluss darauf haben, was wie und wann verbreitet wird und in weitere Folge weltweit in Kulturen aufgenommen und auch verarbeitet wird.

Der Begriff Medien wird täglich von uns allen verwendet und ist allgegenwärtig. Ein Medium ist ein vermittelndes Element, eine Mittelform zwischen Aktiv und Passiv aber auch ein organisatorischer und technischer Apparat für die Vermittlung von Meinungen,

²⁸ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 68-69

²⁹ Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009 S. 288

³⁰ The Work of Art in the Age of its Technological Reproduction (Third Version), Walter Benjamin, in: The Cultural Studies Reader, Third Edition, Simon During (Hrsg.), Routledge, Oxon, 2007, S.71

Informationen oder Kulturgütern³¹ sowie ein Hilfsmittel, Werkzeug oder ein Träger.³² In der Praxis kann dies jedes beliebige Ding sein. Ein benutztes Taschentuch ist Träger von Bakterien, die durch jenes weitergegeben werden können, und ist somit ein Medium. Wir wollen hier aber von Medien sprechen, die in der Alltagssprache und Medienwissenschaft die Dominanten sind, wie etwa das Fernsehen, das Theater, Printmedien und das Internet, um nur ein paar zu nennen. Die Pop- und Rock Industrie passt sich den heutigen technischen Standards und Möglichkeiten perfekt an, nutzt und entwickelt sie für ihre Zwecke weiter und trägt so wieder zum Verhältnis von Kultur und Technologie beziehungsweise Medien bei.

Pop- und Rockbands bedienen sich, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern verschiedener Medien. Große und kommerziell erfolgreiche Bands beziehen nahezu jedes Medium in ihre Vermarktung und zur Verbreitung ihres Bekanntheitsgrades ein. Man spricht in diesem Fall von Intermedialität. „Intermedialität wird hier in dem weiteren Sinne einer Beziehung zwischen (verschiedenen) Medien oder einer medienüberschreitenden Tendenz verstanden. Der Begriff wird demzufolge nicht auf die intertextuellen und – medialen Bezüge innerhalb eines einzelnen Werks beschränkt“³³ und „Übergreifende Experimente in der Theater- und Medienwissenschaft werden als intermedial bezeichnet und bilden einen konkreten Bezugspunkt.“³⁴ Werden also mehrere Medien angewendet oder zusammengeführt, so spricht man von Intermedialität. Ein Museum beispielsweise verdeutlicht die Anwendung verschiedener Medien hin zu einem intermedialen Gefüge beziehungsweise Ereignis. Verwendet ein Museum etwa kurze Filme, die zusätzliche Information geben, oder Computer einsetzen, mit denen man etwas nachstellen kann, oder man kann Modelle von ausgestellten Gegenständen aktiv anwenden, so ist dies Intermedialität. Auf die Pop- und Rockbands umgelegt halte man sich zum Beispiel Bandhomepages vor Augen, auf denen man Videos der Band ansehen, Liedtexte nachlesen und Lieder anhören kann.

³¹ Duden, Das Fremdwörterbuch, Prof. Dr. Dr. h.c. Günther Drosdowski, Dr. Werner Scholze-Stubenrecht, Dr. Matthias Wermke (Hrsg.), Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, Mannheim, 1997 S.506

³² In: Cassell's-German-English/English-German Dictionary, Harold T. Betteridge, Cassell Ltd., London, 1978 S.1197

³³ Einleitung. Intermedialität und Kulturaustausch, Annette Simonis, in Intermedialität und Kulturaustausch - Beobachtungen im Spannungsfeld von Künsten und Medien, Annette Simonis (Hrsg.), Transcript (Verlag), Auflage: 1., Aufl., Saarbrücken 2009 S. 12

³⁴ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 268

Der Bezug zwischen Kunst und Medien beziehungsweise Technologie ist also eindeutig und unwiderlegbar zu erkennen. Wenn Kunst Technologie schafft und umgekehrt dann ist klar, dass die innerhalb dieser Konstellation agierenden Medien (worunter in diesem Kontext auch Menschen, also die Künstler und die sie umgebenden Beteiligten fallen) sich einander bedienen und in gewisser Weise auch bedingen, da jedes einzelne dem anderen dazu verhilft an Popularität zu gewinnen und weiter zu bestehen, und sich zugleich weiter zu entwickeln. „They love you when you’re on all of the covers/ If you’re not then they love another“³⁵, singt Marilyn Manson in *The Dope Show*, und weist damit darauf hin, dass eine konstante Medienpräsenz, welche man haben muss, um erfolgreich im Geschäft (als Künstler) zu bleiben, im Zeitalter des Internets und dem Vorstoß beziehungsweise „Sieg“ der digitalen Medien, unabdinglich ist. Aus dieser Betrachtungsweise heraus ist das Gebiet der Untersuchung, nämlich jenes der Intermedialität bei Pop- und Rockshows, von höchstem Interesse, weil fast kein anderes (Lebens-) Gebiet einen derartig vielfältigen Einsatz von Medien und Popkulturgütern - diese meist auch wieder in Verbindung mit Medien - vorweisen kann.

³⁵ The Dope Show, Marilyn Manson, Mechanical Animals, Nothing/Interscope, 1998 Autor Marilyn Manson

1.4 Intermedialität

„Der Begriff der Intermedialität ist in den letzten Jahren zunehmend gebräuchlicher geworden. Er soll der immer offenkundigeren Tatsache, daß Medien nicht nur für sich alleine bestehen, sondern immer schon in komplexen medialen Konfigurationen stehen und dadurch stets auf andere Medien bezogen sind, Rechnung tragen.“³⁶

Intermedialität, als Begriff, beschreibt, frei aus dem Lateinischen übersetzt etwas, wie „*das wechselseitige Verhältnis von Vermittelndem bezeichnend*“. Umberto Eco bezeichnet Intermedialität als einen *termino umbrellone*, also als einen wissenschaftlichen Begriff, der mehrere verschiedene Bedeutungen und Theorieentwürfe umfasst.³⁷ Die Medienwissenschaftlerin Irina O. Rajewsky definiert recht deutlich und umfangreich, was Intermedialität im weitesten Sinne ist, wenn sie schreibt:

„Resultat ist die Beschäftigung mit einer Vielzahl heterogener Phänomene unter dem Oberbegriff ‘Intermedialität’. Dabei findet eine Reihe weiterer Begriffe Verwendung, die z.T. als Sub-Kategorien der Intermedialität, z.T. aber auch als gleichwertige betrachtet werden: ‘Multimedialität’, ‘Polymedialität’, ‘Transmedialität’, ‘Medienwechsel’, ‘Medientransfer’, ‘mediale Transformationen’ sind Begriffe, die im Rahmen dieser Debatte zum Tragen kommen, häufig jedoch Unterschiedliches bezeichnen. *Mixed media*, Ekphrasis, *transposition d’art, ut pictura poesis*, ‘Veroperung’, Verfilmung oder Adaption, ‘Verbuchung’, *novelization* oder *media tie-in*, Musikalisierung der Literatur, Narrativisierung der Musik, Digitalisierung des Films, Klangkunst, *Hyperfiction*, multimediale Computer’texte’, und Aspekte wie Doppelbegabung von Künstlern sind nur der Beginn einer langen Reihe von Phänomenen, die unter dem ‘Schirm’ Intermedialität ihren Platz finden.“³⁸

Dies impliziert, dass die wissenschaftliche Untersuchung der Intermedialität in Subkategorien eingeteilt werden muss, da verschiedene Theorien verschiedene Standpunkte der Betrachtung voraussetzen. Sich auf die Intermedialitätsforschung beziehend beschreibt Rajewsky Intermedialität wie folgt: „Die Intermedialitätsforschung beschäftigt sich mit Mediengrenzen überschreitenden Phänomenen, die mindestens zwei konventionell als

³⁶ Intermedialität-Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs, Jens Schröter, in: *montage a/v*, Ausgabe 7/2/1998, Schüren Verlag GmbH, Marburg, 1998 S. 129

³⁷ In: *Intermedialität*, Irina O. Rajewsky, Francke Verlag Thübingen und Basel, Basel, 2002 S. 6

³⁸ *Intermediales Erzählen in der italienischen Literatur der Postmoderne*, Irina O. Rajewsky, Günter Narr-Verlag, Tübingen, 2003 S. 12-13

distinkt wahrgenommene Medien involvieren.“³⁹ Rajewsky gliedert die Intermedialität in drei Subkategorien: zum ersten in die Medienkombination, zum zweiten in den Medienwechsel und schlussendlich in den Bereich der intermedialen Bezüge.⁴⁰ Diese drei Subkategorien treten in verschiedensten Formen auf und lassen sich durch folgende Definitionen Rajewskys besser verstehen, was anhand späterer Beispiele noch klarer verständlich wird: „Spezifikum intermedialer Bezüge ist die Überschreitung von Mediengrenzen. Bei der Untersuchung intermedialer Bezüge ist folglich den Konsequenzen Rechnung zu tragen, die sich aus der medialen Differenz zwischen den involvierten Medien für die Möglichkeiten der Bezugnahme ergeben.“⁴¹ Sie spricht hier weiter von einem *Als-Ob* Charakter den intermediale Bezüge dem Betrachter vermitteln. Gemeint ist, dass durch die Grenzüberschreitung die fremdmedialen- bzw. die medienspezifischen Komponenten durch Hilfe der Mittel des kontaktnehmenden Mediums oder Systems nicht aktualisiert oder reproduziert werden können.⁴² So verhält es sich beispielsweise bei der Aufzeichnung von Rock- oder Popkonzerten im Fernsehen, im Radio oder auf DVDs. Das Konzert als mediales System kann im Fernsehen nicht reproduziert werden, da der Fernseher nicht über die Hilfsmittel verfügt, um ein Live-Konzert real nachzubilden. Aber die drei beispielsweise genannten Medien können einen *Als-Ob* Eindruck beim Zuseher erwecken, der es mitverfolgen, ansehen und hören kann - obwohl nicht anwesend beim Konzert. Laut Rajewsky ergeben sich drei grundlegende Probleme der wissenschaftlichen Untersuchung intermedialer Bezüge, die Fragen aufwerfen, welche bei der Untersuchung solcher Bezüge berücksichtigt und geklärt werden müssen. Sie stellt zunächst die Frage, wie sich beispielsweise „das Musikalische“, „das Filmische“ oder „das Literarische“ definieren lassen, damit es uns erlaubt ist, etwa von einem „literarischen Film“ zu sprechen. Als weiteres Problem stellt sich die Frage der Nachweisbarkeit von Bezügen innerhalb eines medialen Produkts auf ein anderes und wie man einzeln identifizieren und nachweisen kann.! Dies führt zum dritten Problem: inwiefern kann man überhaupt davon sprechen, dass ein Text zum Beispiel „filmisch“, „musikalisch“ oder „malerisch“ ist und inwiefern ein mediales Produkt ein anderes „zitieren“, „realisieren“ oder „einbauen“ kann.⁴³ Aus diesen Fragestellungen ergibt sich jedoch, dass intermediale Bezüge als Subkategorie der

³⁹ Ibidem S. 199

⁴⁰ Ibidem

⁴¹ Ibidem

⁴² Ibidem S. 195

⁴³ Siehe 34 S. 28

Intermedialität jene als einen kommunikativ-semiotischen Begriff definiert, bei dem nur ein Medium präsent ist.⁴⁴

Der Medienwechsel als zweite Subkategorie der Intermedialität, der von Rajewsky genannt wird, bezeichnet die Transformation eines medienspezifisch fixierten Produkts bzw. Produktsubstrats in ein anderes, konventionell als distinkt wahrgenommenes Medium, wobei nur letzteres materiell präsent ist.⁴⁵ Auch hier dient als Beispiel eine Konzert-DVD: ein extra für die DVD gefilmtes Konzert wird an die medienspezifischen Eigenschaften der DVD angepasst- das Konzert wird verfilmt und das Medium Film auf das Medium DVD übertragen. So steht am Ende die Konzert-DVD als einziges materielles Produkt, welches in Wahrheit aber ein anderes, hier das Konzert bzw. den Konzert-Film, repräsentiert. Das Konzert wird also in einen Film transformiert, der wiederum in eine DVD, mit all ihren medienspezifischen Eigenschaften, wie Menüführung, Kapiteln, etc. Rajewsky spricht hier weiteres davon, dass nach vorliegender Definition, der Begriff der Intermedialität beim Medienwechsel produktionsästhetisch orientiert ist. So vollzieht sich der Medienwechsel prinzipiell von „allen Medien zu allen Medien“, also beispielsweise vom Buch zum Film, von der Zeitschrift zum Hörspiel oder vom Video zur Schallplatte.⁴⁶ Die Quelle des neuen Mediums lässt sich dabei noch deutlich erkennen und weist Parallelen zum neuen Medium auf beziehungsweise umgekehrt. Rajewsky schreibt hierzu:

„Der Ursprungs>text< wird zur >Quelle< des medialen Produkts, dessen Genese ein jeweils medienspezifischer und obligatorischer Transformationsprozeß intermedialen Charakters zugrunde liegt. Hervorzuheben ist, daß das entstehende Produkt zwar (zumeist vorwiegend semantische) Parallelen zum Ursprungs>text< aufweist und zu diesem in einer genetischen Beziehung steht, sich aber nicht notwendigerweise auch in Relation zu diesem konstituiert.“⁴⁷

Der Medienwechsel beschreibt also eine Transformation eines Quellmediums in ein anderes, ohne, dass dabei die Merkmale des Quellmediums zur Gänze verschwunden sind. Die dritte Subkategorie, die Rajewsky nennt, ist die Medienkombination. Per Definition ist diese eine „punktueller oder durchgehender Kombination zweier, konventionell als distinkt

⁴⁴ Ibidem S. 199

⁴⁵ Ibidem S. 201

⁴⁶ Intermedialität, Irina O. Rajewsky, Francke Verlag Thübingen und Basel, Basel, 2002 S. 16

⁴⁷ Ibidem

wahrgenommener Medien, die im entstehenden Produkt materiell präsent sind und mit ihren je eigenen Mitteln zur (Bedeutungs-) Konstitution des selben beitragen (Photroman, Film [...])⁴⁸. Laut der, in der Folge beschriebenen Definition bildet also die Kombination zweier verschiedener Medien ein neues Medium, welches sich durch die Bedeutungskonstitutionen der beiden kombinierten Medien zum Vorschein kommt und sich selbst repräsentieren kann. Das Beispiel des Fotoromans eignet sich hier sehr gut zur weiteren Erläuterung der Medienkombination, die per se einfach zu verstehen und zu interpretieren ist. Eine Handlung wird mit Fotos dargestellt die zusätzlich ausdrücken und verstärken, was der dazugehörige Text schreibt/erzählt, also eine Medienkombination zwischen Fotografie und Literatur, die zusammen den Fotoroman als eigenständiges Medium zum Leben erwecken. Ähnlich verhält es sich beispielsweise mit dem Comic, der wiederum eine Kombination der Medien Malerei und Literatur ist. Diese Kombination ergibt ein eigenständiges neues Medium, was allgemein als Comic bezeichnet und wahrgenommen wird. So sind in diesen Beispielen noch deutlich die Quellmedien erkennbar (Foto, Malerei, Literatur) und distinktiv zu unterscheiden, jedoch ergeben sie im Gesamtbild etwas, das den Rezipienten in erster Linie das neue Medium, wie etwa Fotoroman oder Comic, erkennen lässt. Zu verstehen ist das etwa so: Ein Rezipient sieht etwas Gezeichnetes mit Text und Sprechblasen. Er denkt sich beim ersten Anblick nicht es handle sich hier um eine Kombination verschiedener Medien (Malerei und Literatur), sondern er denkt ein Comic vor sich zu haben, da das neue Medium (Comic) eigene repräsentative Merkmale hat, um als ein eigenständiges Medium zu gelten und als ein solches auch wahrgenommen zu werden.

Wie bereits oben erwähnt bezeichnet die Intermedialität eine Beziehung zwischen einzelnen Medien zueinander. Neben den von Rajewsky genannten Definitionen und Unterteilungen bestehen auch andere Formen der Beziehungen von Medien zueinander. Ähnlich Rajewskys Definition intermedialer Bezüge und dem *Als-Ob* Charakter, sieht der Medientheoretiker Jens Schröter intermediale Bezüge als repräsentativ an. Als Beispiel kann man hier anführen wenn in einem Film ein Bild zu sehen ist. Der Film zeigt das Bild nicht per se, repräsentiert es aber. Der Fakt, dass der Film das Bild aber auch gleichzeitig darstellt ergibt ein Problem mit einer rein repräsentativen Ansichtswiese. Schröter kommt zu folgendem Schluss:

⁴⁸ Ibidem S. 201

„Die intermediale Beziehung besteht darin, daß ein Medium ein anderes repräsentiert. Vorweggeschickt werden müßte, daß es fraglich ist, ob hier von Inter-Medialität gesprochen werden kann, da schließlich ein Artefakt eines bestimmten Mediums (z.B. ein Film) ein anderes Medium (z.B. ein Gemälde) nicht als Anderes enthält, sondern es repräsentiert. Ein Gemälde in einem Film oder ein Gebäude auf einem Photo sind kein Gemälde oder Gebäude mehr, sondern integraler Teil des sie repräsentierenden Mediums – sie werden repräsentiert wie andere Objekte auch. Insofern wäre das Photo eines geschriebenen Textes kein Träger einer inter-medialen Beziehung, sondern ein Photo, das referentiell auf einen Text verweist.“⁴⁹

Ein Text auf einem Foto ist dennoch für den Rezipienten separat wahrnehmbar und verstehbar, womit er, obwohl der Text auf einem Foto zu sehen ist, so wieder zu einem selbständigen Medium wird. Schröter spricht hier ebenfalls wie Rajewsky von transformierender Intermedialität. Schröter konzentriert sich hierbei auf den Umstand, dass ein Medium ein anderes in seiner Darstellungsart prinzipiell verändern kann, es aber dieselbe Funktion behält, die es hat, wenn das Medium für sich selbst steht. Die Erscheinung des Mediums wird hierbei durch ein anderes Medium transformiert. Der Text am Foto wird in ein Bild transformiert; er ist also nicht mehr *der* Text auf einem Blatt sondern ein Bild auf dem *ein* Text zu sehen ist. Diese beiden Medien, Text und Foto, gehen hier eine Beziehung zu einander ein. Schröter erklärt weiteres zur Foto/Text-Beziehung:

„Trotz aller Einwände würde man sich eine interessante Perspektive vorstellen, überspränge man die Repräsentation mit diesem Argument. Denn wenn – um bei dem Beispiel zu bleiben – die Photographie auf einen geschriebenen Text verweisen bzw. sich auf ihn beziehen kann, handelt es sich bereits um eine Beziehung zwischen zwei Medien. Ein Medium verweist auf ein anderes – es kann das repräsentierte Medium dadurch kommentieren, was wiederum interessante Rückschlüsse auf das „Selbstverständnis“ des repräsentierenden Mediums zuläßt. Und es kann das repräsentierte Medium auf eine Art und Weise repräsentieren, die dessen lebensweltliche, „normale“ Gegebenheitsweise verfremdet oder gleichsam transformiert.“⁵⁰

⁴⁹ Intermedialität-Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs, Jens Schröter, in: montage a/v, Ausgabe 7/2/1998, Schüren Verlag GmbH, Marburg, 1998 S. 129

⁵⁰ Intermedialität-Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs, Jens Schröter, in: montage a/v, Ausgabe 7/2/1998, Schüren Verlag GmbH, Marburg, 1998 S. 144

Die gegenseitige Vermischung, Überlappung, Transformation oder Repräsentation verschiedener Medien ermöglicht eine Vielzahl an neuen „Medienhybriden“, die gekoppelt mit technischer Entwicklung und Innovation, schließlich zu diesem ungeheuren Medienangebot, über das wir heute verfügen, geführt haben. Gleichzeitig unterstützen sich die Medien gegenseitig, wenn sie eine intermediale Beziehung miteinander eingehen, und zwar insofern, als dass beide Medien ihre besten Eigenschaften, jene welche sie primär ausmachen, bündeln und so ein perfektes intermediales „Produkt“ zum Leben erwecken. Es verhält sich in etwa wie Maiskörner und Feuer, die zusammen Popcorn ergeben.

Eine dritte Ansichtsweise, die Intermedialität betreffend, beschreibt Medien- und Kommunikationswissenschaftler Klaus Bruhn Jensen. Ähnlich den zuvor genannten Definitionen Rajewskys und Schröters sieht auch Jensen das Verhältnis einzelner Medien zueinander. Er schreibt: „Intermediality refers to the interconnectedness of modern media of communication. As means of expression and exchange, the different media depend on and refer to each other, both explicitly and implicitly; they interact as elements of particular communicative strategies; and they are constituents of a wider cultural environment.“⁵¹ Interessant hierbei ist sein Augenmerk auf „modern media“ und ihren Effekt auf die gesellschaftliche Kultur. Rajewsky definiert drei Subkategorien der Intermedialität (Medienkombination, Medienwechsel und intermediale Bezüge) und unterteilt hierbei drei Mal das Verhältnis jeweiliger Medien zueinander und die Konsequenzen die daraus resultieren. Jensen definiert ebenfalls drei Teilbereiche, welche im Gesamten die Intermedialität ausmachen. Hier fällt im Gegensatz zu Rajewsky auf, dass der erste Punkt bei Jensen das Verhältnis einzelner Medien beschreibt und die zwei folgenden Punkte sich auf sensorische Modalitäten der Medien und gesellschaftlich-kulturelle Effekte und Konsequenzen derselben richten. Jensen schreibt:

„Three conceptions of intermediality may be identified in communication research, deriving from three notions of what is a medium. First, and most concretely, intermediality is the combination and adaptation of separate material vehicles of representation and reproduction, sometimes called multimedia , as exemplified by sound-and-slide shows or by the audio and video channels of television. Second, the term denotes communication

⁵¹http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_yr2011_chunk_g978140513199514_ss60-1 am 14. September 2011

through several sensory modalities at once, for instance, music and moving images. Third, intermediality concerns the interrelations between media as institutions in society, as addressed in technological and economic terms such as convergence and conglomeration. As a term and an explicit theoretical concept, intermediality has perhaps been most widely used in reference to multiple modalities of experience, as examined in aesthetic and other humanistic traditions of communication research.”⁵²

Wenn man also die unterschiedlichen Betrachtungsweisen Rajewskys, Schröters und Jensens betrachtet, sieht man wie breit gefächert das Untersuchungs- und Theorienfeld der Intermedialität ist. Die Intermedialität ist ein Komplexes Gefüge multipler Verhältnisse verschiedener Medien zueinander, gekoppelt mit den Auswirkungen dieser Medienverhältnisse auf Rezipienten und Umwelt. Die intermedialen Möglichkeiten die sich im Laufe der Zeit ergeben haben, werden wesentlich von der Entwicklung neuer Technologien geprägt, die gleichzeitig neue Medien, hervorbringen- wie beispielsweise Anfang des 19. Jahrhunderts, als der Film geboren wurde. Es ergeben sich nun immer mehr Möglichkeiten verschiedene Medien zu koppeln und somit vergrößert sich auch das wissenschaftlich zu bearbeitende Gebiet der Intermedialität.

Diese neuen Medien werden intensiv, der aufgestellten These entsprechend, von Pop- und Rock-Künstlern bei der Inszenierung ihrer Shows auf und abseits der Bühne genützt und sie erschaffen gleichzeitig selbst intermediale Produkte durch intermediale Inszenierungskonzepte. Die Anwendung verschiedener „neuer“ Medien bei Rock- und Popshows, wie zum Beispiel Visuals, Laser oder Liveübertragungen, ergeben zusammen wieder ein neues Medium, welches aus verschiedenen, in eine Beziehung zueinander gebrachten Medien entsprungen ist und so selbst zu einem neuen Medium wird. Die Pop- oder Rockshow abseits der Bühnen werden von audiovisuellen Medien geprägt, vor allem dem Internet und dem Film. Die Bühneninszenierung der Band, beziehungsweise die Inszenierung ihrer Erscheinung, lebt in anderen Medien weiter und hat sich an diese speziellen Medien angepasst und sich zu einem neuen Medium, also nicht mehr dem ursprünglichen, welches auf der Bühne dargestellt wurde, entwickelt. Ist dies ein Konzert auf DVD, so ist es zwar kein Konzert mehr, aber die visuellen Merkmale des Konzerts lassen es

⁵²http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_yr2011_chunk_g978140513199514_ss60-1 am 14. September 2011

den Rezipienten als ein solches wahrnehmen, jedoch im vollem Bewusstsein, dass dieses „Konzert“ eine Aufzeichnung ist und an das Medium DVD angepasst wurde. Diese intermedialen Möglichkeiten bringen mit sich, dass alleine wegen der einfachen mechanischen Reproduzierbarkeit jener „neuen“ Medien, das Kommunikationsspektrum an Rezipienten größer, schneller und globaler geworden ist. Rajewsky bringt eben Gesagtes auf den Punkt, wenn sie schreibt: „Film, Fernsehen, Videorekorder und schließlich der Computer sind zu selbstverständlichen und allgegenwertigen Unterhaltungs- und Informationsquellen geworden, die aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken sind; die Digitalisierung hat die Möglichkeiten der elektronischen Kommunikationsmedien weiter ausgedehnt“.⁵³ Gerade die Kunst setzt sehr stark intermediale Konzepte ein, und dies schon seit Anbeginn ihrer Existenz. Ein antikes Bühnenstück verfügt über Requisiten oder ein Bühnenbild. Die Maske und die Kostüme sowie der Text der Schauspieler sind ursprünglich verschiedene Medien, die jedoch im Kontext einer intermedialen Inszenierung von Handlungen und Personen zu einem intermedialem neuen Medium verschmelzen, eben dem Theater selbst. Der Künstler Dick Higgins befasste sich mit Intermedialität, als der Begriff noch in seinen Anfängen war. Er stellt einen direkten Bezug zur Kunst her und meint, dass hier durch die Fusion verschiedener Medien ein neues Medium entsteht. Er schreibt weiter:

„We have noted the intermedia in the theater and the visual arts, the happening and certain varieties of physical constructions. [...] However, I would like to suggest that the use of intermedia is more or less universal throughout the fine arts, since continuity rather than categorization is the hallmark of our new mentality. There are parallels to the happening in music, for example, in the work of such composers as Philip Corner and John Cage, who explore the intermedia between philosophy and music, or Joe Jones, whose self-playing musical instruments fall into the intermedium between music and sculpture.“⁵⁴

Bei Rock- und Popshows auf der Bühne verhält es sich ähnlich wie beim Theater. Auch am Theater oder in der Oper werden bei modernen Inszenierungen neue Medien eingesetzt und bilden ein Intermediales Gefüge. Speziell bei Rock- und Popshows treten intermediale Bezüge, Medienwechsel und Medienkombinationen auf, da laut vorliegender These und folgender beweisführender Kapitel, kein anderes Kunstgebiet mehr verschiedene Medien

⁵³ Intermediales Erzählen in der italienischen Literatur der Postmoderne, Irina O. Rajewsky, Günter Narr-Verlag, Tübingen, 2003 S.5

⁵⁴ Intermedia, Dick Higgins, in: Something Else Newsletter, Something Else Press (Hrsg.), New York, 1966 S. 2

einsetzt als Pop- und Rock.. Auch die etwa von Jensen beschriebenen gesellschaftlich-kulturellen Eigenschaften der Intermedialität treten bei einem Rock- oder Popkonzert konzentriert auf und dieser Umstand zeichnet den Rock- und Pop als Forschungsfeld intermedialer Konstellationen aus. Rock- und Popshows auf der Bühne beeinflussen auch das intermediale Geschehen abseits der Bühne, also die Rock- und Pop-Künstler selbst sowie ihre Rezipienten. Das intermediale Gefüge, welches von Pop- und Rock-Künstlern geschaffen wird, ergibt wiederum ein neues Verhältnis verschiedener Medien zueinander mit wieder anderen Konsequenzen. Das Theatrale der Bands oder einzelner Künstler, wie etwa die Masken und Rollen, die sie auf der Bühne spielen, sowie die Inszenierungen ihrer Shows sind eindeutig theatrale Merkmale. Somit kann man die theatrale Handlung eines Rock-Konzerts beziehungsweise im weiteren Sinne das Theater (oder die Bühne), als „Versammlungsort“ verschiedener intermedialer Konzepte betrachten. Die Theaterwissenschaftler Freda Chapple und Chiel Kattenbelt gehen darauf näher ein und beschreiben das Verhältnis des Theaters zu neuen Medien und Technologien. Klar herauszulesen ist, dass das Theater selbst von den neuen intermedialen Konzepten verändert wird und sich so auch selbst verändert: „In looking to define intermediality, our starting point is that a significant feature of contemporary theatre is the incorporation of digital technology into theatre practice, and the presence of other media within the theatre productions. In turn, film, television, and digital media reference theatre in a variety of ways.“⁵⁵ Ähnlich der Grunddefinition Rajewskys, Schröters und Jensen, dass Intermedialität ein Zusammenspiel verschiedener Medien ist, beschreiben Chapple und Kattenbelt, was genau Intermedialität ist und wie sie im Theater angewendet wird, was auch exakt bei Rock- und Popshows zutrifft:

„Therefore, a first assumption is that intermediality is associated with the blurring of generic boundaries, crossover and hybrid performances, intertextuality, intermediality, hypermediality and self-conscious reflexivity that displays the devices of performance in performance. From here we can see that there is a need to assess how the incorporation of digital technologies and the presence of other media within the theatrical and performance space is creating new modes of representation; new dramaturgical strategies; new ways of

⁵⁵ Intermediality in Theatre and Performance, Freda Chapple und Chiel Kattenbelt (Hrsg.), Rodopi, New York, 2006 S.11

structuring and staging words, images and sounds; new ways of positioning bodies in time and space; new ways of creating temporal and spatial interrelations. These new modes of representation are leading to new perceptions about theatre and performance and to generating new cultural, social and psychological meanings in performance.”⁵⁶

Das theatrale Handeln, welches von neuen intermedialen Konzepten begleitet und beeinflusst wird, tut dies vice versa. Dies geschieht eben deshalb, weil es verschiedene Betrachtungsmöglichkeiten, Interpretationen und Theorieansätze der Intermedialität gibt, die alle von ihrem Stand aus betrachtet legitim sind. So finden sich etwa bei Rock- und Pop-Shows alle eben dargebrachten Theorien. Es sind intermediale Bezüge vorhanden, wenn beispielsweise Konzert-DVDs produziert werden; es gibt Medienkombinationen, wenn zum Beispiel Musikvideos gedreht werden, auch Medienwechsel, sowie Comics der auf der Bühne agierenden Figuren sind vorhanden.

Aus all dem oben beschriebenen kann man also den Schluss ziehen, dass die Intermedialität Beziehungen beschreibt, die verschiedene Medien untereinander eingehen und damit ein neues Medium entstehen lassen, oder als Ergebnis eines Prozesses, wenn ein Medium ein anderes dabei unterstützt, sich auf die Gegebenheiten des Trägermediums anzupassen und sich hierfür zu transformieren, damit es auf dem Trägermedium seine ursprünglichen Merkmale nicht zu hundert Prozent aufgeben muss und noch als ein ursprünglich separates Medium erkannt wird. Pop- und Rockshows wenden Intermedialität wie kein anderes Kunstgebiet in so vielfältiger Art und Weise an und fördern dadurch, und auf Grund von inszenierungstechnischen Visionen, die Weiterentwicklung der Intermedialität, sowohl auf technischer, wie auch auf wissenschaftlicher Ebene. Im folgenden Kapitel soll darauf eingegangen werden, als was in vorliegender Untersuchung Rock- und Popshows definiert werden.

⁵⁶ Intermediality in Theatre and Performance, Freda Chapple und Chiel Kattenbelt (Hrsg.), Rodopi, New York, 2006 S.11

1.5 Rock- und Popshows

Andreas Kotte definiert Theater vorsichtigerweise folgendermaßen: „Als Theater werden orts-, zeit- und gewohnheitsabhängig spezifische Beziehungen zwischen Agierenden und Schauenden bezeichnet, die sich meist in szenischen Vorgängen realisieren.“⁵⁷ Auch bei einem Pop- oder Rockkonzert passieren szenische Vorgänge und es herrscht eine Beziehung zwischen den Handelnden und den Rezipienten. Das englische Wort „Show“ bezeichnet eine Erscheinung, ein Schauspiel aber auch ein zur Schau stellen.⁵⁸ Auch dies trifft auf ein Pop- oder Rockkonzert zu. Eine Pop- oder Rockshow ist demnach ein inszeniertes Spektakel, bei dem etwas zur Schau gestellt wird und bei dem die Agierenden mit den Beobachtenden in Interaktion treten. Jene Art von Shows bedienen sich dabei, um den szenischen Vorgang für den Zuschauer attraktiver zu machen, verschiedener Medien und Inszenierungstechnischer Mittel, wie zum Beispiel riesiger LED-Schirmwände auf der Bühne oder Pyroeffekten und dergleichen. Gleichzeitig wird Musik gespielt, was die Bezeichnung Konzert rechtfertigt. Eine Pop- oder Rockshow ist also eine Verschmelzung von verschiedenen szenischen Vorgängen und medialen Ereignissen. Es kommen verschiedene Medien zum theatralen Medium Show dazu und bilden ein intermediales Geflecht in dessen Mitte sich der Rezipient befindet.

Moderne Pop- und Rockkonzerte sind der Konzeption nach nichts neues, sondern wiederum eine Verschmelzung verschiedener Bühnenpraktiken und- Formen, die sich im Laufe der Kulturgeschichte entwickelt haben. Andreas Kotte schreibt weiter: „Der Bühnenbau hingegen unterliegt einer Entwicklung, die durch ständige Wiederaufnahme älterer Formen unter den besseren Bedingungen neuer Werkstoffe, Technologien und Beleuchtungsmöglichkeiten gekennzeichnet ist. [...] Fortschritt im Bühnenbau bedeutet, dass immer wieder Neuerungen zum bisherigen Fundus hinzutreten, aber auch, dass Varianten, zum Beispiel aus Gründen des Aufwands für lange Zeiträume in Vergessenheit geraten.“⁵⁹ Die Bühne bei Pop- und Rockshows ist zumeist eine, die dem Zuschauer einen frontalen Blick auf die Bühne ermöglicht. Die Leute füllen den Platz vor der Bühne. Je nach örtlichen Begebenheiten des Areals, finden die Zuschauer auch noch Sitzränge in höheren Etagen, wie zum Beispiel in Fußballstadien oder Konzerthallen. Verglichen mit dem Renaissancetheater

⁵⁷ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S.62

⁵⁸ Cassell's-German-English/English-German Dictionary, Harold T. Betteridge, Cassell Ltd., London, 1978 S.1404

⁵⁹ Siehe 39 S.77

oder dem Elisabethanischen Theater, fällt auf, dass wie damals, die Konzertbesucher tatsächlich mit den auf der Bühne Agierenden in Interaktion treten. Damals war es üblich, dass die Zuschauer sich lautstark unterhielten, aßen und tranken sowie mitsangen. Exakt dieselbe Verhaltensweise lässt sich bei Pop- und Rockkonzerten nachweisen. Als Beispiel sei hier ein Konzertausschnitt der Heavy Metal Band Metallica genannt, die im Rahmen ihrer *Death Magnetic Tour 2009* in Nîmes, Frankreich, das dort noch erhaltene römische Amphitheater bespielten. Der Sänger James Hetfield spricht zu den Konzertbesuchern folgende Worte:

„So, this is a wonderful evening, I must say. This is very special and pretty unbelievable that a band like us can play in such a historic place. With our own gladiators, yes! [Hetfield bezieht sich hier auf Fans, Anmerkung des Autors] So, we're gonna play one more song and what we would like to do is make this place remember that Metallica was here, ok? From two thousand years to now they will remember this, ok? So, we have one more song and we want everyone to give... to give us every last drop of energy by singing, yelling and whatever it takes to do that last song. Is that a promise? Ok! [...] Ok, this is the song and you're gonna sing it as loud as you possibly can, 'cause tomorrow you won't be able to talk, ok? This song is called *Seek and Destroy!*“

- James Hetfield, Metallica⁶⁰

Aber auch Inszenierungsformen klassischer Bühnenkonzepte finden bei Pop- und Rockshows Einzug in das Bühnengeschehen. Im 17. Jahrhundert war der Höhepunkt der sogenannten Maschinenstücke, welche hauptsächlich in Italien und in der Frankreich zu Zeit der französischen Klassik aufgeführt wurden, die durch für die damalige Zeit und ihre Technologie, äußerst beeindruckend waren. Der Meister der Maschinenstücke war der Italiener Giacomo Torelli (1608-1678). Torelli perfektionierte die Kulissenbühne indem er durch eine Maschinerie in der Ober- und Unterbühne Kulissenwechsel beschleunigte oder mit Hilfe eines Wellbaumes Bühnenelemente zum Leben erweckte, wie beispielsweise Wellen oder Wägen, die durch den Himmel (gemeint ist jener des Bühnenbildes) fliegen.⁶¹ Bei modernen Rock- und Popshows verhält es sich nicht anders. Bei der KISS Alive 35 Tour flog der Gitarrist und Sänger Paul Stanley mit Hilfe eines Seilzuges über die Zuschauermenge

⁶⁰ Metallica-Français pour une nuit, Live aux arènes de Nîmes, 2009, R: Stéphane Saunier, F/USA, 2009, [1:57:20-1:59:01]

⁶¹ Bei Hof und in der Stadt: Pariser Theater im 17. Jahrhundert, Prof. Dr. Hilde Haider-Pregler, Lernbehelf zur theaterhistorischen Vorlesung, Wintersemester 2010/ 2011 S.86

hinweg⁶² und um ein weiteres Beispiel zu nennen, wie Bühnenmaschinerie heute eingesetzt wird, muss hier auf die Band Slipknot verwiesen werden. Diese lassen das Schlagzeug samt Schlagzeuger mittels eines hydraulischen Elements in die Luft empor steigen. Am Höhepunkt angekommen neigt sich die Plattform auf der das Schlagzeug steht und beginnt sich im Kreis zu drehen, bevor es wieder retour geht.⁶³ Man kann also sehen, wie sich heutige Bühnen- und Inszenierungskonzepte bei Pop- und Rockshows durchaus an ihren Vorgängern, wie den Maschinenstücken der französischen Klassik, bedienen.

Aber die Inszenierung von Pop- und Rockbands findet nicht nur auf der Bühne statt sondern auch in Medien wie dem Fernsehen, dem Internet und so weiter. Die Pop- und Rockshow ist nicht nur auf die Bühne beschränkt. Betrachtet man etwa die Band KISS so spielt jedes Bandmitglied bei öffentlichen Auftritten eine ihm zugeschnittene Rolle, die man sich als Rezipient oder Fan auch erwartet. Wie in der italienischen Commedia dell'Arte gibt es fixe Rollen, die der Rezipient zu sehen erwartet. Diese fixen Rollen oder Charaktere waren zum Beispiel der Arlecchino, eine Art Clown, oder der Dottore, ein Besserwisser, und sie waren Bestandteil jeder Commedia dell'Arte Aufführung. „Mit dem Harlekinsprung wurde klargestellt, hier geht es nicht mehr mit rechten (normalen) Dingen zu, hier sind gesellschaftliche Normen und Zwänge außer Kraft gesetzt, der Ambassadeur, der Verbindungsmann zur anderen Welt ist da.“⁶⁴, heißt es bei Kotte, die Commedia dell'Arte und ihre Rollen betreffend. Bei KISS ist Gene Simmons, der Bassist und auch Sänger, der Demon. Er verkörpert einen Dämon, der Blut spuckt, seine lange Zunge wiederholt rausstreckt und unbesiegbar ist. Dies zu sehen erwarten die Besucher bei öffentlichen Auftritten von Gene Simmons, wenn er mit KISS unterwegs ist, oder sie im Internet etwas KISS bezogenes konsumieren. Dies ist das Interessante an Pop- und Rockshows, da sie viele Formen von Medien einsetzen und alte Inszenierungsformen wieder aufgreifen und mit Hilfe moderner Technologien und Medien wiederbeleben.

⁶² So gesehen bei der KISS Alive 35 Tour 2008 am 15. Mai 2008 in der Wiener Stadthalle.

⁶³ MTV World Stage, Slipknot, Hammersmith Apollo, London, GB, 3. Dezember 2008, ausgestrahlt auf MTV Germany am 13. März 2009 [39:55-41:38]

⁶⁴ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S.88

2 Historischer Hintergrund

2.1 Die 1960er Jahre - Kulturwandel in der westlichen Welt, neue Medien und größere Möglichkeiten

Ab den 1960er Jahren begann sich die westliche Kultur zu ändern. Technische Errungenschaften, wie zum Beispiel das Farbfernsehen, traten ihren weltweiten Erfolg an. Wie bereits oben erwähnt fanden die neuen technischen Errungenschaften auch in der Kunst ihren Einzug, die Popkultur entstand und begann sich zu entwickeln. Hier soll nun chronologisch die Entwicklung einer besonderen Kunstform der Popkultur genauer betrachtet werden, nämlich die der Rock- und Pop Musik. Gleichzeitig soll ein Überblick über die von Rock- und Popbands angewendeten Medien im Spiegel der Zeit gegeben werden. In den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts gab es noch keine Unterscheidung zwischen Pop- und Rockmusik, so wie wir sie heute kennen (Als Beispiele führe man sich die Musik von Lady Gaga, die als Pop bezeichnet wird, und jene von AC/DC, die man als Rock bezeichnet, vor Augen.).

Es war die Zeit in denen Bands wie die Beatles, die Rolling Stones oder The Who gerade ihren Durchbruch hatten. Diese Bands werden heute in die Kategorie Rock eingereiht, zählten aber damals zur Mainstreammusik, als jene Musik, welche die breite Masse und vor allem die jungen Leute hörte. „Die BEATLES, so Lennon, seien populärer als Jesus. Das war nicht völlig falsch: Epidemieartig hatte sich das BEATLES-Fieber auf der ganzen Welt ausgebreitet, die vier Musiker aus Liverpool waren auf dem Höhepunkt ihres Erfolgs.“⁶⁵ Ferner griffen die Beatles zu einem Mittel dessen sich schon vor ihnen der große Elvis Presley bediente, und zwar dem Film. Sie nutzten das Fernsehen und dokumentierten ihre erste Reise in die Vereinigten Staaten. Dies übermittelte den Beatles-Hype in jedes Wohnzimmer und Kino, in dem eine Wochenschau gezeigt wurde.⁶⁶ Um ihre Medienpräsenz zu steigern produzierten sie Spielfilme wie zum Beispiel *Help!*⁶⁷, und konnten so wiederum eine große Zahl an Zuschauern gewinnen. Ferner konnten sie durch den Filmsoundtrack ihre

⁶⁵ Basis-Diskotheek Rock und Pop, Uwe Schütte, Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart, 2008 S. 25

⁶⁶ Siehe dazu: *The Beatles First U.S. Visit*, R: Kathy Dougherty, Susan Froemke, Albert Maysles, David Maysles, USA, 1994

⁶⁷ *Help!*, R: Richard Lester, GB, 1965

Lieder „bewerben“ und den Soundtrack extra verkaufen. Zusätzlich traten die Beatles in populären Fernsehsendungen auf, um sich einer breiteren Masse an Rezipienten zu präsentieren. In der Ed Sullivan Show traten sie zum ersten Mal vor amerikanischem Publikum auf und spielten ein etwa zehnminütiges Medley ihrer bis dato bekannten Songs.⁶⁸ Die Beatles konnten dadurch einen breiteren Auszug aus ihrem Repertoire geben, um auch Leute, die sie noch nicht kannten, von sich überzeugen zu können und deren Aufmerksamkeit zu erlangen. Die Beatles setzten also auf Intermedialität und ähnlich agierten auch ihre „ewigen Konkurrenten“ die Rolling Stones, sieht man sich zum Beispiel die 1969 erschienene Konzertdokumentation *The Stones in the Park*⁶⁹ an. Jedoch nutzten auch andere Bands das Medium Film, um sich und ihre Musik durch andere Medien zu repräsentieren und so dem Publikum attraktiver zu machen.

The Doors debütierten 1967 mit ihrem selbstbetitelm Album *The Doors*⁷⁰. Nicht nur, dass sie keinen Bassisten in der Band hatten, sie spielten eine vorher noch nicht dagewesene Musik. Eine bluesig psychedelische Form der Rockmusik mit poetischen Texten. The Doors hoben sich deutlich vom Image anderer Bands wie den Beatles oder Cream ab und kreierte eine mythische Aura um sich, was bis dato ein neues Konzept war.

„»BREAK ON THROUGH WITH AN ELECTRIFYING ALBUM« stand in fetten gelben Lettern auf der überdimensionalen Plakatwand am Sunset Strip. Es war das erste Mal, dass auf diese Weise für ein Rockalbum geworben wurde. Jack Holzman, Gründer von Elektra Records, fand sich bereit, viel Geld in das kalifornische Quartett um den charismatischen Sänger Jim Morrison zu investieren. Denn so neuartig wie die Methoden der Vermarktung des Debütalbums der DOORS war auch deren Musik. Mitten auf dem Höhepunkt der Flower-Power-Ära gab es auf einmal eine Band, die sich ganz in Schwarz kleidete und mit einem theatralischen, manchmal treibenden Sound über so absonderliche Dinge wie Ödipuskomplex, Nihilismus und keltische Mythologie sang. Das einzige, was die DOORS mit den Hippies verband, war ihr Interesse an bewusstseinsweiternden Substanzen – vor allem bei Morrison mit den bekannt fatalen Folgen.“⁷¹

⁶⁸ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=6JILsCPSyI0> 9. Mai 2011

⁶⁹ *The Stones in the Park*, R: Leslie Woodhead, GB, 1969

⁷⁰ *The Doors, The Doors*, Elektra, 1967

⁷¹ *Basis-Diskotheek Rock und Pop*, Uwe Schütte, Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart, 2008 S. 58-59

Auch die Doors ließen Konzerte mitschneiden und traten in TV-Shows auf, ähnlich den Beatles. Jim Morrison nutzte dies jedoch oft dazu, um vor einer großen Anzahl an Zuschauern zu provozieren. Dies zog eine größere mediale Aufmerksamkeit auf die Band mit sich und verhalf den Doors ihr Image, das als kontrovers galt, zu festigen. Zudem wussten Jim Morrison und Ray Manzarek, der Keyboarder der Doors, wie man das Medium Film richtig einsetzt, da sie beide auf der UCLA (University of California Los Angeles) am Theatre Arts Department Film studierten. Eine weitere Band die Intermedialität in den 1960er Jahren prägte und einsetzte, waren The Velvet Underground.

The Velvet Underground experimentierten mit Multimediatechniken und setzten Stroboskope bei ihren Shows ein.⁷²

„Angesichts des Stroboskoplichts schreibt Goldstein emphatisch »electricity becomes a weapon of frontal assault«, und er zitiert zustimmend die Einschätzung John Cales, des Mitglieds der *rock group* Velvet Underground, die für den musikalischen Part sorgt: »There are beautiful sounds in rock. Very lazy, dreamlike noises. You can forget about the lyrics in most songs. Just dig the noise, and you've got our sound. We're putting everything together – lights and film and music – and we're reducing it to its lowest common denominator. We're musical primitives.« Ganz mit den Worten McLuhans hält Cale fest, dass ihr Ziel das Gefühl vollkommenen Einbezogens sei (*sense of total involvement*), eine Bewusstseins- und Sinneserweiterung, die ohne die Hilfe der Droge auskommen kann; »we're here to stimulate a different kind of intoxication«, formuliert Cale das Ziel: »The sounds, the visual stuff – all this bombarding of the senses – it can be very heady itself«.⁷³

Diese Beschreibung lässt bereits erahnen was für eine Wirkung diese, damals noch neuartige, intermediale Inszenierung auf den Rezipienten hatte und welche Faszination sie in ihm auslöste. Der Umstand, dass The Velvet Underground sich im engeren Umfeld des prägenden Pop Art Malers Andy Warhol bewegten und von ihm gefördert wurden, erhöhte ihren Bekanntheitsgrad noch mehr und festigte ihr Image als Avantgardeband. Das Albumcoverbild zu *Velvet Underground & Nico* malte Andy Warhol persönlich für sie und ging damit und auf Grund des bahnbrechenden Sounds in die Popgeschichte ein. Das Cover

⁷² Basis-Diskotheek Rock und Pop, Uwe Schütte, Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart, 2008 S.191

⁷³ Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009 S. 205-206

zeigt eine Banane mit der Aufforderung sie langsam zu schälen und im Inneren der Platte sieht man eine rosafarbene geschälte Banane die an einen Penis denken lässt. Man sieht also, dass sich auch hier schon erste Spuren von Intermedialität feststellen lassen.

1969 nutzte das Woodstock Festival mehrere mediale Komponenten, um sich zu verkaufen und eine große Masse an Leuten anzuziehen. Woodstock vereinte zum ersten Mal in einem dreitägigen Festival alle angesagten Bands der Zeit, unter anderen Jimi Hendrix, Janis Joplin, Joe Cocker oder The Who. Einer der Initiatoren des Festivals, Artie Kornfeld, beauftragte den Regisseur Michael Wadleigh, eine Dokumentation über das Woodstock Festival zu drehen. Der Film sollte als *Woodstock*⁷⁴ in die Geschichte eingehen und erhält bis heute den Geist des Festivals. Er sollte auch nach dem Festival für kommerziellen Erfolg sorgen und eine ausführliche Presseberichterstattung das Festival im großen Stile bekannt machen. Das Woodstock Festival ist ein Vorläufer beziehungsweise der Vater aller Pop- und Rockfestivals, die in nahezu unveränderter Form noch heute so bestehen.

Als Leitmedium zur Verbreitung von Musik fungierte bis zu den 1980er Jahren das Radio. Es war wesentlich für Bands der 1960er und 1970er Jahren (natürlich auch vorher schon) ihre Musik über das Radio zu verbreiten, um es an die große Masse von Rezipienten zu bringen. Wer „Airplay“ bekommen hat, hatte wesentlich größere Chancen schneller zu Erfolg zu gelangen und seine Musik an die Masse der Popkulturrezipienten weiterzugeben. Wurden Bands im Radio nicht gespielt, auf Grund von Skandalen oder ähnlicher Gründe, bedeute dies einen großen finanziellen Verlust und eine Einbuße an medialer Gefragtheit, da die gesellschaftlichen Verhaltensmuster nicht so liberal waren wie heute und Bands zudem nicht das Internet nutzen konnten, um trotzdem weltweite mediale Aufmerksamkeit zu inszenieren und zu erhalten.

⁷⁴ Woodstock, R: Michael Wadleigh, USA, 1970

2.2 Die 1970er Jahre-Pop und Rock entwickeln sich

Mit Anfang bis in die Mitte der 1970er begann sich das Pop-/Rockgefüge erstmals auseinander zu entwickeln, um sich letztendlich klar voneinander zu trennen, sich jedoch weiterhin derselben intermedialen Konzepte zu bedienen, sie bezüglich der Inhalte aber deutlich anders zu gestalten. „In other words, record companies, live performances, band tours, contracts, marketing, publicity, songwriting, image (or anti-image as it could be in some cases) management, support stuff and so on are all part of the pre-existing system in which each genre exists.“⁷⁵, schreibt Marcus Breen und nimmt Bezug auf die verschiedenen Musikgenres die sich begannen unter dem allgemeinen Begriff der „popular music“ zu entwickeln.⁷⁶ Die Beatles hatten sich aufgelöst, schwarze Musik, wie Soul oder R’n’B hielten mehr und mehr Einzug in die Popmusik, die Discomusik entstand und der Rock begann härter, schneller und aggressiver zu werden. Im Bereich des Pop stiegen zu dieser Zeit Gruppen wie ABBA, Boney M oder KC and the Sunshine Band in den Olymp der damaligen Popmusik auf. Sie waren bunte und schillernde Bands die tanzbare „Gute-Laune-Musik“ produzierten, die weltweit enormen Anklang fand. „The Swedish super group (ABBA ist gemeint, Anmerkung des Autors) created a legendary sound that sold close to 400 million records, and they made the whole world take to the dance floor. Their sixth sense for creating hits and their perfection when it came to details took the music, stage costumes and the shows to levels that continue to inspire artists of today.“⁷⁷ Die Popmusik begann sich zu spalten, wobei Disko, Soul, R ‘n’ B und verwandte Gattungen, wie zum Teil Reggae oder erste elektronische Musik machende Bands, die Charts dominierten, in allen Diskotheken und im Radio gespielt wurden. Die Rockmusik nahm eher die Rolle des Kontraparts ein, konnte jedoch auch ohne dass sie in jeder Diskothek und jedem Radio gespielt wurde, trotzdem einen nicht weniger großen Erfolg in der internationalen Wahrnehmung erzielen. „Incessant touring of these impressive shows built the metal audience in the 1970s. Kiss, between 1974 and 1984, made nineteen albums, seventeen of which went gold (thirteen went platinum) with virtually no radio airplay. Many of the most successful performers of

⁷⁵ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990’s, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S. 193

⁷⁶ Ibidem S.193

⁷⁷ <http://www.abbaworld.com/page/exhibition>, 10. Mai 2011

heavy metal, like Judas Priest and Iron Maiden, have never had a Top 40 single.”⁷⁸ Rock – und insbesondere sein dominantestes Subgenre, der Heavy Metal, erlangte seinen globalen Erfolg durch permanente Bühnenpräsenz und pompöse Bühnenshows, die eine große Masse von Rezipienten (ergo Fans) anzog und so, für sowohl langanhaltenden künstlerischen, als auch kommerziellen Erfolg sorgte.

Was sich hier weiters herauslesen lässt, ist die Feststellung, dass es im Pop-/Rockgefüge der 1970er Jahre eine unterschiedliche Anhängerschaft oder Fangemeinschaft zwischen zwei Musikrichtungen gibt, die wenige Jahre zuvor noch als ein und dieselbe Musik in der generellen Rezeption aufgefasst wurden. Leute gingen am Abend also entweder in die Disko zum Tanzen oder zu einem Rockkonzert, um sich der Musik auf andere Art zu widmen. Popmusik entwickelt sich in die Richtung einer reinen Unterhaltungsmusik, bei der Leute in ihrer Freizeit in der Disko „abtanzen“, um den Alltag vergessen zu können. Es ist die Musik der Hipsters und des Jetset, während Rockmusik sich zu einer Musik der „Outlaws“ entwickelt. Der Pop besingt Themen wie Liebe, gute Laune, etc. und bringt damit ein positives Lebensgefühl auf, während der Rock nachdenklicher und ernster ist und zudem die Individualität preist. „Was wir in den USA schon allein in den Texten von Popsongs über Liebe erfahren, ist kompletter Blödsinn. »How can I live without you?« - »Love is everything.« Die Liebe ist nicht alles! Tatsächlich wird sie oft missbraucht und sogar als Waffe verwendet.“⁷⁹, weiß Gene Simmons zu berichten, was verdeutlicht wie Rockmusiker an diese Thematik herangehen. Rockmusik ist „[...] music for those who dress in black and mean it. This is music that some people cannot physically tolerate. It is music at the edge, where a concert induces nausea (in ears and viscera like mine) and a disturbing disorientation for a couple of days after the event.“⁸⁰

Ein weiteres Merkmal, das sich in jener Zeit zwischen den beiden unterschiedlich entwickelt, ist die Art des Tanzens, die für beide Genres prägend geworden ist. In der Popmusik wird gemeinschaftlich getanzt, mit dem Sinn, durch das Tanzen soziale Kontakte zu erlangen und

⁷⁸ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S.10

⁷⁹ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 143

⁸⁰ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990's, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S. 199

mit einem Partner in Interaktion zu treten. In der Rockmusik, vor allem aber im Heavy Metal, wird ein Tanzstil namens „Moshing“ oder „Headbanging“ getanzt. „The intention of pogo-jumping mayhem of slam dancing is moshing, where people intentionally collide with each other at high speed. Like being caught in the middle of a riot or a stampede, it is terrifying in its power.”⁸¹; und das berühmte „Headbanging“ ist - einfach ausgedrückt - ein extremes, im Takt der Musik ausgeführtes Kopfnicken. Als ein bezeichnendes Beispiel der 1970er Jahre, welches den Geist der Popmusik gleichzeitig auch intermedial festhält, ist der Film *Grease*⁸² mit John Travolta und Olivia Newton-John, die selbst eine Ikone der Popkultur geworden war, in den Hauptrollen.

Der Film erschien 1978, einem Zeitpunkt, als Pop und Rock schon stark voneinander getrennt waren, und verkörperte den Geist und die Lebenseinstellung der Diskomusik, obwohl die Handlung in den 1950er Jahren spielt. Es geht um liebesbedingte Dramen und Rivalität, aber letztendlich siegt die Liebe. Ausdruck und Inszenierung des Films basieren auf Elementen des Tanzes und der Performance Art. Als Vergleich dazu vermittelt der Film *Tommy*⁸³, der von derselben Produktionsfirma wie *Grease* - Robert Stigwood Organization (RSO) - produziert worden war⁸⁴, die Lebensphilosophie der Rockmusik. *Tommy* ist die Verfilmung des 1969 erschienen gleichnamigen Albums⁸⁵ der Band The Who, das von einem „Outlaw“ erzählt. Dieses Album gilt außerdem als die erste Rockoper, also ein Album bei dem alle Lieder von Anfang bis zum Ende in direktem Zusammenhang stehen und nur im Ganzen und in der richtigen Konstellation gehört, eine Geschichte erzählen. Tommy ist durch ein psychotraumatisches Erlebnis taub, stumm und blind geworden und dessen einziger Stimulus Pinball (Flipperautomat, Anmerkung des Autors) ist. Er gelangt zu Ruhm und Beliebtheit bevor er wieder fällt. Man merkt deutlich den Unterschied welche Art von Thematik die beiden Musikstile behandeln und wie ihre Einstellung und Betrachtungsweise zum Leben sind.

⁸¹ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990's, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S. 199

⁸² Grease, R: Randall Kleiser, USA, 1978

⁸³ Tommy, R: Ken Russell, GB, 1975

⁸⁴ Siehe The Internet Movie Data Base <http://www.imdb.com/company/co0056904/> 10. Mai 2011

⁸⁵ Tommy, The Who, Polydor, Track, Decca, MCA, 1969

Die Rockbands, die zu dieser Zeit große Popularität erlangten und die weitere musik- sowie intermediale Geschichte prägten, waren Bands wie Black Sabbath, Led Zeppelin, KISS, Alice Cooper, Deep Purple, AC/DC oder Judas Priest und Iron Maiden. Sie prägten den Begriff Heavy Metal und waren Pioniere in neuen Bühnenszenierungen, Image-Konzepten und Vermarktungsstrategien. Mehr noch als die Popmusik prägten diese Künstler das intermediale Ereignis rund um die Personen der Bands und die Bühnenshows. Die Musik des Heavy Metal war schneller, härter und aggressiver als herkömmliche traditionelle Rockmusik, wie die eines Chuck Berry oder Elvis Presley oder die der anderen Rockgattungen dieser Zeit, wie Garage Rock, Blues Rock oder Folk Rock. „The sound that would become known as heavy metal was definitely codified in 1970 with the release of *Led Zeppelin II*, Black Sabbath’s *Paranoid*, and *Deep Purple in Rock*. [...] Led Zeppelin’s sound was marked by speed and power, unusual rhythmic patterns, contrasting terraced dynamics, [...] Deep Purple’s sound was similar but with organ added and with greater stress on classical influences; [...] Black Sabbath [...] using dissonance, heavy riffs, and the mysterious whine of vocalist Ozzy Osbourne to evoke overtones of gothic horror.”⁸⁶, beschreibt wie die Musik des Heavy Metal in den 1970er Jahren „einschlug“ und sich deutlich von der Popmusik unterscheidet. Wie oben bereits erwähnt waren Heavy Metal Bands vor allem auf das Touren und Livespielen angewiesen, da ihre Musik kaum im Radio oder in Diskotheken gespielt wurde. Daher entwickelten diese Bands in den 1970er Jahren erste Konzepte einer intermedialen und sehr theatralen Inszenierung ihrer öffentlichen Auftritte und vor allem Liveshows.

Robert Walser beschreibt die Entwicklung der Heavy Metal Bands und die ihrer Shows explizit als ein Ereignis der 1970er Jahre und lässt zugleich aufscheinen, dass diese Entwicklung von einer zweiten Generation des Heavy Metal, ebenfalls in den 1970er entstanden entscheidend geprägt wurde:

„A “second generation of heavy metal”, the first to claim the name unambiguously, was also active throughout the 1970s: Kiss, AC/DC, Aerosmith, Judas Priest, Ted Nugent, Rush, Mötörhead, Rainbow, Blue Öyster Cult. Scorpions, from Germany, became the first heavy

⁸⁶ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 10

metal band from a non-English-speaking country. Heavy metal shows became increasingly spectacular as musicians performed in front of elaborate stage sets to the accompaniment of light shows, pyrotechnics, and other special effects.⁸⁷

Alice Cooper setzte auf seiner „Killer Tour“ in den Jahren 1971/72 mehrere inszenierungs- und bühnentechnische Elemente ein. So beeindruckte er während seiner Show nicht nur mit unglaublichen Lichteffekten, wie zum Beispiel mit dem Einsatz von Stroboskopen und schnell wechselnden Lichtfarben, sondern auch mit szenischen Elementen. Er schminkt sich und trägt hautenge Ledercorsagen, was für einen Mann in dieser Zeit als sittenwidrig galt und nicht gerne gesehen war. Ferner zerhackt er beispielsweise auf der Bühne eine Babypuppe mit einer Axt und wird anschließend von Priestern, der Zeit der Inquisition nachempfunden, auf der Bühne gehängt, um danach wieder aufzuerstehen und mit weißem Pelz, Zylinder und Gehstock in einem Seifenblasenregen das nächste Lied zu spielen.⁸⁸ Die 1970er Jahre waren also grundlegend für weitere Entwicklungen und Methoden der Intermedialität, welche im Bereich von Pop- und Rockshows bis heute angewendet werden und direkt den Entwicklungen von damals entstammen.

„Heavy metal record sales slumped severely during the second half of the 1970s as attention shifted to disco, punk and mainstream rock band like Fleetwood Mac. Writing for posterity in 1977, Lester Bangs summarized: “As the Seventies drew to a close, it appeared that heavy metal had had it.” Bangs described metals obsolescence: “What little-flair and freshness remained in heavy metal has been stolen by punk rockers like the Ramones and Sex Pistols, who stripped it down, sped it up and provided some lyric content beyond the customary macho breast-beatings, by now not only offensive but old-fashioned.” Bang’s description of that moment was a fair one, but the 1980’s saw the growth of heavy metal on a scale none had imagined.”⁸⁹

⁸⁷ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 10

⁸⁸ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=17ifOKRXml4&feature=related> 12. Mai 2011

⁸⁹ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 11

2.3 Die 1980er Jahre-Alles wird größer und das intermediale Netz verknüpft sich mit rasender Geschwindigkeit

Die gigantischen Ausmaße, welche Liveshows und inszenierte öffentliche Auftritte von Pop- und Rockbands in den 1980er Jahren annahmen, markierten einen einstweiligen Höhepunkt, der erst Ende der 1990er Jahre mit dem Internet und den bis dahin entwickelten technischen Möglichkeiten wieder erreicht werden sollte. Ein Ereignis, das Anfang der 1980er Jahre stattfand, sollte die Nutzung intermedialer Strukturen, derer sich Pop- und Rockbands bedienten, noch steigern und neue, noch gigantischere Inszenierungen sowie ein größeres globales Publikum zulassen. Im Sommer 1981 ging in den USA mit MTV (Music Television) der erste Musikfernsehsender der Geschichte auf Sendung. Das Konzept Musikvideos oder Konzertmitschnitte im Fernsehen zu zeigen oder Bands live spielen zu sehen war bereits in den 1960ern und 1970ern gebräuchlich, jedoch spezialisierte sich MTV rein auf extra für bestimmte Songs produzierte Kurzfilme, ergo Musikvideos, die von diesem Zeitpunkt an für Musikgruppen, die international erfolgreich waren, und für die, die es noch werden wollten, absolut unerlässlich wurden und bis zum heutigen Tage sind. Ein weiteres Phänomen, welches nach dem erfolgreichen Start von MTV zu beobachten war, war jenes, dass weibliche Interpreten plötzlich eine riesige und weltweite Plattform hatten, um sich zu präsentieren, und weibliche Stars so den gleichen internationalen Ruhm und die gleichen kommerziellen Erfolge erreichen konnten, wie männliche Bands oder Interpreten in den zwei Dekaden davor, wie beispielsweise Elvis Presley oder Led Zeppelin. „Women rock-music performers have certainly benefited from MTV. After the introduction of MTV in the US in the summer of 1981, several now famous women were able to launch phenomenally large solo careers. These women included Tina Turner, Cindy Lauper, Madonna, Pat Benatar, Chaka Khan, and groups like the Pointer Sisters and the Go-Gos.”⁹⁰, erklärt der Kommunikationsforscher Marcus Breen und sich weiter auf MTV beziehend: „This was a major change. Music careers could be made through the television screen and the recording studio, leaving behind the otherwise male-dominated career activities that incorporated the unattractive grind and inherent risks of live touring in support of record releases which were

⁹⁰ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990's, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S. 197

to attract attention for radio airplay.”⁹¹ *Video Killed the Radio Star*⁹² von The Buggles war das erste Musikvideo, das von MTV ausgestrahlt wurde. Die Thematik des Liedes behandelt den Generationswechsel und den Fakt, dass die jungen Menschen die alten Werte und Zeiten vergessen. Der Text spricht die Ablöse des Radios vom Fernsehen als neues Leitmedium direkt an und verkündet ein neues Zeitalter, nämlich das des Fernsehens.

„I heard you on the wireless back in Fifty Two
Lying awake intent at tuning in on you
If I was young it didn't stop you coming through
Oh-a oh
They took the credit for your second symphony
Rewritten by machine and new technology,
and now I understand the problems you can see
Oh-a oh
I met your children
Oh-a oh
What did you tell them
Video killed the radio star
Video killed the radio star
Pictures came and broke your heart”⁹³

Im Musikvideo wird der Text des Liedes visuell umgesetzt, man sieht beispielsweise, wie ein Kind vor einem alten Radio sitzt, an den Knöpfen dreht und das Radio schließlich beim Anstimmen des Refrains „Video Killed the Radio Star“ explodiert.⁹⁴ Dies soll den Generationswechsel und die Weiterentwicklung der Technik deutlich hervorheben. Ein weiteres Beispiel aus diesem Video verdeutlicht die Aussage des Liedtextes noch mehr, wenn gezeigt wird, wie ein Kind auf einem Haufen alter Radios steht und aus dem Boden Fernsehgeräte empor steigen und die Radios unter sich begraben, und auf der Spitze des „Fernsehhaufens“ das Kind, also die junge Generation steht.⁹⁵ Das Musikvideo entwickelte

⁹¹ A Stairway to Heaven or a Highway to Hell?: Heavy Metal Rock Music in the 1990's, Marcus Breen, in Cultural Studies, Volume 5, Number 2, May 1991, Lawrence Grossberg/Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Oxon, 1991 S. 197

⁹² Video Killed The Radio Star, The Buggles, The Age of Plastic, Island Records, 1979

⁹³ ibidem

⁹⁴ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=W8r-tXRLazs> [0:52-0:58] 13. Mai 2011

⁹⁵ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=W8r-tXRLazs> [1:58-2:07] 13. Mai 2011

sich weiter und wurde immer mehr zu einem künstlerisch wertvollen Medium, das teilweise aufwendig produziert wurde.

1983 heuerte Michael Jackson den erfolgreichen Hollywoodregisseur John Landis an, um mit ihm ein Musikvideo zu seiner Singleauskopplung *Thriller* aus dem gleichnamigen Album⁹⁶ zu drehen. „Music videos were new and evolving in 1983, and MTV, where most of them got their play, was just 2 years old. Jackson had done a couple of videos himself, including “Beat It.” But the videos were made to sell records, and when Jackson decided he wanted to do “Thriller,” the album by that name had already been out for nearly a year, and it had already become the biggest-selling album of all time.”⁹⁷, erzählt John Landis 26 Jahre nachdem das *Thriller*-Video – als erstes Musikvideo überhaupt – 2009 vom National Film Preservation Board in die US National Film Registry aufgenommen wurde. Das Video beziehungsweise der musikalische Kurzfilm *Thriller* war aufwendig produziert und enthielt choreographische, musikalische, modische und filmische Elemente. „It ended up costing \$500,000 — still enormous money at that time for that kind of thing,’ Landis said. The average music video in those days ran about \$50,000 to produce, and Jackson’s would cost 10 times that.”⁹⁸, erklärt Landis weiter. Sieht man sich die Masken, Kostüme und Special Effects, sowie die verschiedenen Requisiten im Video an und beachtet dabei noch die Anzahl der Statisten⁹⁹, so ist es kaum verwunderlich, dass *Thriller* für damalige Zeiten enorm viel Geld kostete.

Ein weiteres Medium erblickte in den 1980er Jahren das Licht der Welt und veränderte nachhaltig die Verbreitung von Tonträgern. Es war dies die Compact Disc (CD). 1982 brachte der Elektronikkonzern Sony den ersten CD-Player auf den Markt und begann simultan mit dem Verkauf der ersten Audio-CDs durch die eigene Plattenfirma CBS.¹⁰⁰ Die CD war handlicher und robuster als die Schallplatte und die Aufnahmequalität, die sie bieten konnte, übertraf die der Schallplatte und Audiokassetten bei weitem. „A compact disc player offers numerous other improvements over turntables. The transport’s speed variation does not affect the quality of audio reproduction; data conversion is independent of variations in disc

⁹⁶ *Thriller*, Michael Jackson, Epic Records, 1982

⁹⁷ <http://today.msnbc.msn.com/id/24314870> 13. Mai 2011

⁹⁸ *Ibidem* 3. Mai 2011

⁹⁹ http://www.metacafe.com/watch/sy-14208675/michael_jackson_thriller_official_music_video/ [2:10-3:50]

¹⁰⁰ Siehe <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Noch-n-Geburtstag-fuer-die-Audio-CD-65545.html> 13. Mai 2011

rotational speed, hence wow and flutter are negligible. Digital circuitry is more immune to aging and temperature problems. A CD player with a digital oversampling filter introduces negligible phase shift. The laser pickup is self-regulating and has great longevity.”¹⁰¹, so beschreibt Kenneth Pohlmann die Vorteile der Compact Disc gegenüber der Schallplatte und der Kassette, also den analogen Vorgängern der CD. Durch diese technischen Eigenschaften erlangte die CD schon bald die Marktführung bei Tonträgern und sie war durch ihre Kompaktheit, ihre Handlichkeit und ihren nicht gegebenen Qualitätsverlust wesentlich leichter zu distribuieren. „Doch innerhalb weniger Jahre wurde die CD populärer als die Vinyl-Schallplatte. 1988 wurden bereits 100 Millionen Audio-CDs pro Jahr produziert. Anfang der Neunziger verbannten die meisten Einzelhandelsketten Vinyl endgültig aus ihren Regalen. Diese Umstellung auf CDs ermöglichte der Musikindustrie Rekordumsätze nach Jahren der Rezession.“¹⁰², und Musikgruppen und ihre Plattenfirmen konnten zusätzlich zum Boom, den das Fernsehen (beziehungsweise das Musikvideo und MTV) gebracht hatte, Millionen von Tonträgern an eine riesige Masse von Konsumenten auf der ganzen Welt verkaufen und somit ihre Profite steigern, was wiederum dazu führte, dass die Künstler mehr Geld bekamen, um sich zu vermarkten zu können.

In den 1980er Jahren entwickelten sich auch die bühnentechnischen Mittel maßgeblich weiter und erlaubten pompöserer Inszenierungen der Live Shows und extravagantere Bühnenbilder. AC/DC brachte 1980, nach dem alkoholbedingten Tod ihres charismatischen Sängers Bon Scott, ihr neues Album mit dem neuen Sänger Brian Johnson auf den Markt. Es hieß *Back in Black*¹⁰³ und ist nach Michael Jacksons *Thriller*¹⁰⁴ (Album) mit fast 50 Millionen verkauften Kopien das am zweitmeisten verkaufte Album aller Zeiten.¹⁰⁵ Auf dem Album befindet sich ein Song namens *Hells Bells*¹⁰⁶ bei dem in der Anfangssequenz und beim Refrain eine Glocke zu hören ist. Diese Glocke ließ AC/DC selbst gießen, um auf der Albumaufnahme einen echten Glockensound zu haben. Ferner kam (und kommt heute immer noch) diese

¹⁰¹ Compact Disc: A Handbook of Theory and Use, Kenneth C. Pohlmann, A-R Editions Incorporated, Middleton, 1989 S. 7

¹⁰² Siehe <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Noch-n-Geburtstag-fuer-die-Audio-CD-65545.html> 13. Mai 2011

¹⁰³ Back in Black, AC/DC, Albert-Atlantic Records, 1980

¹⁰⁴ Thriller, Michael Jackson, Epic Records, 1982

¹⁰⁵ Siehe <http://www.nytimes.com/2008/10/12/arts/music/12levi.html?pagewanted=all> 15. Mai 2011

¹⁰⁶ Hells Bells, AC/DC, Back in Black, Albert Atlantic Records, 1980

Glocke bei ihren Live Shows zum Einsatz indem sie bei dem Song *Hells Bells* von der Decke der Bühnenkonstruktion heruntergelassen wird.¹⁰⁷

„Ian Jeffrey war nicht mit nach Nassau gekommen, er kümmerte sich in Großbritannien um das Geschäft. Eines Tages erhielt er einen Anruf von Malcolm und Angus (Malcolm und Angus Young, Gründer und Gitarristen von AC/DC. Anmerkung des Autors). Die beiden hatten einen ungewöhnlichen Wunsch: Sie brauchten eine Glocke. Ian sollte nach Loughborough fahren, um dort eine aufzutreiben.

Ian Jeffrey: »Ich ging zu einer Beleuchtungsfirma und den Leuten, die Bühnenrequisiten herstellen. Die sagten: >Wir können es so machen, dass es echt aussieht und genauso schwer wie eine Glocke wirkt.<. Ich habe gesagt: >Kapiert ihr nicht? Wir wollen eine richtige Glocke. Nichts, was so aussieht – wir wollen eine scheiß Glocke!<

Nach einiger Zeit fand ich eine Firma, die Kirchenglocken goss. Es war, als wenn man in den Laden geht und einen Fernseher kauft. Wie groß soll die Glocke denn sein? Irgendwie hatten die Brüder eine Ein-Tonnen-Glocke vor Augen. Bei der Firma sagten sie: >Wir haben ein Ein-Tonnen-Modell im Angebot.< Ich machte ein Foto und stellte etwas daneben – es könnte ein Auto gewesen sein -, damit Malcolm und Angus die Größenverhältnisse einschätzen konnten. Dann fragten die Leute in der Gießerei, wie die Glocke gestimmt sein solle. Ich sagte: >Ich habe verdammt nochmal keine Ahnung, Kumpel. Ich will bloß ‘ne Ein-Tonnen-Glocke.< Und so ging es weiter: >Wollen sie zwei Kreise darauf oder drei Kreise rundherum?< Ich entgegnete: >Eigentlich nicht, da soll >Hell’s Bell< draufstehen und >AC/DC<.< Da wussten die Jungs gar nicht wie sie reagieren sollten. Durfte man überhaupt >Hölle< auf eine Kirchenglocke gravieren?«¹⁰⁸

Diese Art von Bühnenrequisiten mit gigantischem Ausmaß stellte sowohl die Bühnenlogistik wie auch die Veranstalter von Konzerten vor neue Herausforderungen. Die Bühnenkonstruktionen mussten ausgebaut und verstärkt werden, um die neue Generation von Requisiten tragen zu können. Ian Jeffrey erzählt weiter:

„Ian Jeffrey: »Die Bühne lag unterm Niveau der Straße und die Tür zum Einladen war auf der Seite der Straße. Man konnte das Equipment über Rampen runterschaffen, aber es gab keine Rampe, die der tonnenschweren Glocke gewachsen gewesen wäre. Also mussten wir einen

¹⁰⁷ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=ltphQzsGKHw&feature=related> 15. Mai 2011

¹⁰⁸ AC/DC Maximum Rock ‘N’ Roll, Murray Engleheart mit Arnaud Durieux, Wilhelm Heyne Verlag, München, 2009 S. 334-335

Kran mit einem riesigen Ausleger anmieten. Der Verkehr wurde für 20 Minuten unterbrochen, damit wir sie vom Truck abladen, am Ausleger über die Straße hieven, ins Theater hinunterlassen und auf der mit Stützen verstärkten Bühne absetzen konnten. Die Glocke war einfach riesig! Die ganze Londoner Innenstadt kam wegen ihr zum Stillstand. [...]«¹⁰⁹.

Ein weiteres Beispiel für immer aufwendigere und pompösere Live Shows sind jene von Madonna. Madonna gibt sich exzentrisch, schrill und ambivalent und instrumentalisiert ihren Körper als Mittel weiblicher Ausdruckskraft.¹¹⁰ Dieses Image setzt sie bewusst in ihren Liveshows um und verwendet neue Inszenierungsformen oder überarbeitet schon da gewesene. Sie trägt verschiedene Kostüme bei ihren Shows und setzt damit einen eindeutigen Akzent auf ihre Weiblichkeit. Eine weitere große Rolle bei ihren Live Shows spielen Tänzer und einstudierte Choreografien. Auf der Bühne verwendet sie aufwendige Bühnenkonstruktionen, wie zum Beispiel hydraulische Plattformen oder Stufen und Rollbänder, die sie in die Choreografie mit einbezieht.¹¹¹ Diese Inszenierungsform lässt sich bei allen Popbands, sowohl männlichen als auch weiblichen, beobachten und ist wieder ein deutlicher Unterschied zu Rockbands, die wie zuvor schon erwähnt eher maskulin dominiert sind. Bei Rockbands stehen die Band und ihre Instrumente im Vordergrund. Aufwendige Kostümwechsel oder Tanzgruppen und Choreografien kommen nur vereinzelt oder gar nicht vor.

Doch abgesehen von bühnentechnischen und generell technischen Neuerungen, wie das Musikfernsehen oder die CD, die den Künstlern nun zur Verfügung standen, entwickelte sich auch die Musik weiter und das vor allem in der Rockmusik. Die Popmusik der 1980er Jahre war die Mainstreammusik, wozu etwa Madonna, Michael Jackson, die Pet Shop Boys oder Depeche Mode zählten, und sie ist im Großen und Ganzen bis heute geblieben. In der Rockmusik kamen aber neue Strömungen auf und beeinflussten verschiedene Bands, die dann selbst wieder eine neue Richtung des Rock definierten. Anfang der 1980er Jahre war die Punkbewegung, die in den späten 1970er Jahren ihren Anfang fand, allmählich wieder vorüber, doch sie hinterließ ein musikalisches Erbe. Heavy Metal Bands haben sich aus dem

¹⁰⁹ AC/DC Maximum Rock 'N' Roll, Murray Engleheart mit Arnaud Durieux, Wilhelm Heyne Verlag, München, 2009 S. S. 336-337

¹¹⁰ Siehe <http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/gender/weiblichkeit.php> 15. Mai 2011

¹¹¹ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=pCaxr0lc9TE> 15. Mai 2011

Hard Rock herausgelöst und haben ein eigenes Rock-Subgenre geboren. In England begannen Bands wie Iron Maiden, Angel Witch, Motörhead, Venom, Saxon oder Diamond Head noch schneller und noch aggressiver zu spielen als etablierte Heavy Metal Bands wie Black Sabbath. Diese neue Form des Heavy Metal war vom Punk beeinflusst und ergab so eine Mischung aus den beiden Rockgenres, die musikhistorisch unter dem Namen „New Wave of British Heavy Metal“ (NWOBHM) in die Geschichte einging. „Musikalisch verarbeitete die NWOBHM den Hard Rock der Siebzigerjahre zu Häppchen von Punkformat mit hochkonzentrierter Form von Gitarrenenergie.“¹¹² und „The period 1979-81 was marked by an explosion of new heavy metal bands on the British scene. The period became known as the New Wave of British Heavy Metal (NWOBHM). No single musical or lyrical style was associated with the New Wave: each band treaded to be rather unique. [...] Two of these groups, Iron Maiden and Def Leppard, went on to achieve great success. Others, such as Venom, persisted with a more narrow following. The majority faded to black, although even some of these, for example Diamond Head, left their mark on other bands that followed them.“¹¹³ Bands, die maßgeblich beeinflusst wurden von Diamond Head und anderen Bands der NWOBHM, waren die um die 1981er Jahre entstandenen Thrash-Metal Bands zu denen Metallica, Slayer, Megadeth und Anthrax gehören, die später, worauf noch genauer eingegangen werden soll, als die „Big 4“ in die Rockgeschichte eingehen sollten. „Durch den Zusammenschluss von Ulrich und Hetfield [Lars Ulrich Drummer und James Hetfield Gitarrist und Sänger bei Metallica. Anmerkung des Autors] überschlugen sich die Ereignisse fast. [...] Angeheizt durch die harten und schnellen Riffs der NWOBHM und inspiriert durch Ulrichs Besuch bei der Band Diamond Head hatten die beiden alles, was man brauchte, um Musik zu machen – [...]“¹¹⁴ verdeutlicht welchen Einfluss also die NWOBHM auf andere Bands hatte, die später selbst einen Musikstil, wie zum Beispiel den Thrash-Metal, prägen sollten. Metallica sollte sich zu der erfolgreichsten Thrash-Metal Band entwickeln und später an die 100 Millionen Alben¹¹⁵ weltweit verkaufen, worauf aber ebenfalls später noch zurückgekommen wird.

¹¹² Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 53

¹¹³ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 44

¹¹⁴ Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. 41

¹¹⁵ <http://en.wikipedia.org/wiki/Metallica#Discography> 18.Mai 2011 und Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. xi

Etwa zur gleichen Zeit entstand eine weitere Form des Heavy Metal, die einige der größten Rockbands aller Zeiten hervorbringen sollte – der „Hair Metal“ oder auch „Glam Metal“ genannt. Robert Walser beschreibt diese Entwicklung folgendermaßen: „The next wave of metal came out of Los Angeles around 1983-84. Mötley Crüe and Ratt spearheaded a revival of “glam” metal androgyny, and other L.A. Bands, like Quiet Riot, Dokken and W.A.S.P., gained international attention.”¹¹⁶ Die Rockmusik und im Speziellen der Heavy Metal nahmen international unglaublich an Popularität zu, was aus einer stärkeren Rezeption durch die Medien und eine rasch anwachsende Menge an Rezipienten beziehungsweise an Konsumenten hervorgegangen ist. Deena Weinstein erklärt das vermehrte Erscheinen von Heavy Metal Bands in den Medien so, dass „The media organizations, always alert to audience tasters, became more open to metal bands.”¹¹⁷, und dies, weil Medienvertreter die wachsende Popularität des Heavy Metal unter den Konsumenten feststellen mussten. Weinstein bemerkt weiteres noch, dass all dies in so kurzer Zeit geschah, nämlich den 1980er Jahren, wenn sie schreibt: „In the 1970s no segregation of styles in terms of concert bookings, fans and fanzines was apparent. All this changed during the 1980s.”¹¹⁸ Das Ende der 1980er Jahre markiert hier die Band Guns N’ Roses. Ihr 1987 erschienenes Debütalbum (!) *Appetite for Destruction*¹¹⁹ verkaufte sich bis jetzt über 28 Millionen Mal¹²⁰ und zählt damit zu den kommerziell erfolgreichsten Alben aller Zeiten. Wie zuvor erwähnt widmeten sich die Medien nun verstärkt dem Heavy Metal und schlachteten ihn kommerziell aus. Dies geschah parallel zur Popmusik, also waren die Konsumenten bereits ausgelastet. Der „Lite Metal“ wurde geschaffen, was eine Mischung aus Popattitüden und Rockmusik wurde. Vertreter dieser Richtung sind zum Beispiel Bon Jovi, Poison oder auch Guns N’ Roses, die jedoch dank ihrer Eskapaden eine Sonderstellung einnehmen. Ian Christie hält fest, dass „Anders als Poison mit ihrem Partyrock kotzten Guns N’ Roses ätzende gesellschaftskritische Kommentare heraus, die Rose [Axl Rose, Frontman der Band. Anmerkung des Autors.] aus seiner Perspektive als selbstüchtiger Narziss und erstklassiger Rockstar erfasste. Während ihre Drogen-, Sex-, und Gewaltexzesse in Boulevardblättern wie dem *National Enquirer* für

¹¹⁶ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 12

¹¹⁷ Siehe 78 S. 44-45

¹¹⁸ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 45

¹¹⁹ Appetite for Destruction, Guns N’ Roses, Geffen, 1987

¹²⁰ Siehe <http://news.sky.com/skynews/Home/Showbiz-News/Guns-N-Roses-To-Release-New-Album---Axl-Rose-Is-The-Only-Original-Remaining-Member/Article/200810415127112> 19. Mai 2011

Schlagzeilen sorgten, prägten die Heldentaten der Band eine Reihe von MTV-Videos.¹²¹, und trägt hiermit zum Verständnis der Sonderstellung von Guns N' Roses bei. Deena Weinstein beschreibt das Phänomen des Lite Metal, der Pop- und Rockcharakteristika vereint wie folgt: „Many lite metal bands have refused the metal designation altogether, opting for the „hard rock“ alternative. Others have encouraged the use of both designations, one being aimed at the media industry and the other at fans. Lite metal's verbal elements are more concerned with love and lust than with heaven and hell. Songs mention girls' names and are often addressed to a girl, which is a convention of pop music that serves to acknowledge and encourage the female audience.“¹²² Durch Vermischung von Pop- und Rockelementen in einer Musik, dem Lite Metal, war nun die logische Folge eingetreten, dass sich nämlich der Pop und der Rock, in all ihren Ausführungen, erschöpft hatten und das Pop-Rock System vor dem Zusammenbruch war.

¹²¹ Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christe, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 176

¹²² Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 47

2.4 Die 1990er Jahre - Der intermediale Höhepunkt vor dem Internet

“Here we are now, entertain us!”

- Nirvana¹²³

*Metallica*¹²⁴, *Use Your Illusion I*¹²⁵ und *Nevermind*¹²⁶ sind drei monumentale Alben, die 1991 veröffentlicht wurden und zugleich den Anfang der 1990er Jahre markieren, sowie musikalisch den weiteren Weg dieses Jahrzehnts vorausahnen lassen. Metallica kehrte mit *Metallica* seinen Wurzeln den Rücken zu und wurde kommerziell, fast poptauglich, Guns N’ Roses festigten ihren Ruf als Rockgötter mit ihrem zweiten Album *Use Your Illusion I* und waren noch ein letztes starkes Überbleibsel des 80’s Rock, bis sie sich wenige Jahre später selbst zerstören sollten. Und dann erschienen auf einmal Nirvana auf der Bildfläche rund um den Front Man Kurt Cobain, die ebenfalls 1991 ihr Album *Nevermind* heraus brachten und alles verändern sollten. Der Metallica Biograph Joel McIver beschreibt das Erscheinen Nirvanas wie folgt:

„Doch es gibt noch ein weiteres Teilchen im Metallica-Puzzle, [...], dass seine Veröffentlichung, [...], von der Rock-Warte aus betrachtet nicht das bedeutendste Ereignis des Jahres 1991 gewesen ist. Am 24. September - [...] – veröffentlichte ein Trio aus Seattle namens Nirvana sein zweites Album *Nevermind*. [...] Wie Kirk Hammet (Gitarrist von Metallica. Anmerkung des Autors.) ein paar Jahre später ziemlich hochnäsig formulierte: „Als wir das Album Metallica gemacht haben, wusste kein Mensch, wer zum Teufel Kurt Cobain war“, doch diese Situation änderte sich rapide.“¹²⁷

Auch die Medien stürzten sich auf das Phänomen Grunge, wie die Musikrichtung Nirvanas und ihrer Konsorten, wie etwa Pearl Jam oder Mudhoney, genannt wird, und hoben es aus dem Alternative/Underground empor und machten Grunge zum Mainstream, wie Deena Weinstein erklärt:

¹²³ Smells like Teen Spirit, Kurt Cobain, Nirvana, *Nevermind*, DGC, 1991

¹²⁴ Metallica, Metallica, Elektra, Vertigo, Universal, 1991

¹²⁵ Use Your Illusion I, Guns N’ Roses, Geffen, 1991

¹²⁶ Nevermind, Nirvana, DGC, 1991

¹²⁷ Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. 256-257

„But Seattle-based Nirvana ended lite metal’s reign; its major-label debut *Nevermind*, released in November that year, climbed to the top of the chart on January 11, 1992. A flock of other grunge bands followed in their wake.

The mainstream media embraced the new music and celebrated its charismatic frontmen, especially Nirvana’s Kurt Cobain and Eddie Vedder of Pearl Jam. Major market radio stations developed new formats to feature the newly named alternative style, which combined grunge with a wide variety of what had been called indie or college rock in the 80’s. Major metal station KNAC in Los Angeles, was sold and began a non-rock format in 1995. MTV put alternative’s videos into heavy rotation and cancelled the weekly late night metal program, “Headbanger’s Ball”, in 1996. Rock magazines published tons of interviews, pictures, and reviews of grunge bands. Even the glossy metal magazines, including *Kerrang!*, opened their pages to the new fashion. In a feeding frenzy, major record labels signed newly-minted clones as well as older bands whose music fit the new mass-media format.”¹²⁸

Die Gruppe U2 konnte mit ihrem ebenfalls 1991 erschienenem Album *Achtung Baby*¹²⁹ an den Erfolg ihrer vorherigen Alben *The Joshua Tree*¹³⁰ und *Rattle and Hum*¹³¹ anschließen. Die darauf folgende fast drei Jahre dauernde Tour um die Welt *Zoo TV* sollte bis heute eine der spektakulärsten Live Shows werden, was auf den erstmaligen Einsatz von einer Vielzahl an verschiedenen Medien auf der Bühne zurückzuführen ist, worauf im Verlauf dieser Untersuchung noch genauer eingegangen wird. Im Bereich der Popmusik veröffentlichte - auch 1991 - der „King of Pop“, Michael Jackson, sein Album *Dangerous*¹³² und schaffte es nach seinem Vorgänger Album *Bad* zum zweiten Mal in den Billboard 200¹³³ Charts mit Platz eins direkt einzusteigen. Die Plattenindustrie war an ihrem Höhepunkt angelangt und machte enorme Umsätze.

Ein weiteres Phänomen, welches in den 1990ern aufkam, waren sogenannte Girl- und Boygroups. Boygroups wie Take That oder Backstreet Boys und Girlgroups wie die Spice Girls oder Atomic Kitten stürmten die Charts und begeisterten eine enorme Anzahl von Fans, darunter hauptsächlich weibliche. Der Duden bezeichnet Boygroups als eine „Popgruppe aus jungen, attraktiven Männern, deren Bühnenshow besonders durch tänzerische Elemente

¹²⁸ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 278

¹²⁹ Achtung Baby, U2, Island Records, 1991

¹³⁰ The Joshua Tree, U2, Island Records, 1987

¹³¹ Rattle and Hum, U2, Island Records, 1988

¹³² Dangerous, Michael Jackson, Epic Records, 1991

¹³³ http://www.musiconvinyl.com/releases/Jackson,_Michael/Dangerous_%28remastered%29 30. Mai 2011

geprägt ist¹³⁴. Eine weitere Beschreibung ist: „Es wird im Satz gesungen, die Sänger spielen keine Instrumente und verfassen in der Regel ihre Songs auch nicht selbst; außerdem ist Tanz ein wesentlicher Bestandteil der Konzertauftritte von Boygroups. So ist auch der Begriff Band problematisch, da er in der Regel auf Ensembles angewendet wird, deren Mitglieder wenigstens ein Instrument spielen und gelegentlich auch singen.“¹³⁵ Boygroups und ihr Pendant die Girlgroups haben also einen reinen Unterhaltungscharakter und der Umstand, dass Tanz und das zur Schau stellen der Körper im Vordergrund stehen hat einen theatralen Charakter, da die Choreografie und der szenische Vorgang inszeniert sind. Ein weiterer Aspekt vieler Boy- und Girlgroups, der einen weiteren Zusammenhang mit dem Theatralen hat, ist der Fakt, dass sie gecastet sind, also wie ein Theaterensemble fix engagiert sind. Auf die theatralischen Elemente bei Pop- und Rockbands und -shows soll im Verlauf der vorliegenden Untersuchung aber noch genauer eingegangen werden.

„Another type of popular music, rap, also began to attract a large white adolescent male audience, just the one whose demographics where once solidly behind lite metal. As grunge began its self-destruction, rap, especially gangsta rap, climbed up the charts. Over-the-top personalities delivered ghettoized potty-mouth rhythmic rhymes replete with sex and violence braggadocio. Gangsta rap was functional alternative to lite metal, with catchy rhythms instead of melody and phat flow replacing guitar proficiency.“¹³⁶

Rap und Hip Hop Musik eroberten den Mainstream Mitte der 1990er Jahre. Gruppen wie Dr. Dre, Puff Daddy oder Snoop Dogg wurden in kurzer Zeit zu Superstars des Pop und führten die Charts an. Parallel dazu kamen neue sogenannte „Popsternchen“ wie Britney Spears oder Christina Aguilera auf, die anfangen eine immer jüngere Masse von Leuten anzusprechen und damit höchst erfolgreich zu werden. Britney Spears stieg 1999 mit ihrem Debütalbum *...Baby One More Time*¹³⁷ direkt auf Platz eins der Billboard 200 Charts ein¹³⁸ und legte damit das Fundament als neue potenzielle „Queen of Pop“ nach Madonna zu gelten, was sich in den 2000er Jahren jedoch als falsch herausstellen sollte und für diese Untersuchung irrelevant ist.

¹³⁴ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Boygroup> 30. Mai 2011

¹³⁵ <http://www.roxikon.de/begriffe/boygroup/> 30. Mai 2011

¹³⁶ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 278-279

¹³⁷ *...Baby One More Time*, Britney Spears, Jive Records, 1999

¹³⁸ <http://www.billboard.com/charts/billboard-200?chartDate=1999-03-13#/charts/billboard-200?chartDate=1999-01-30> 2. Juni 2011

1996 kam eine Weiterentwicklung der CD erstmals in Japan¹³⁹ auf den Markt – die DVD (Digital Versatile Disc). Sie ist ein Medium, das über eine größere Speicherkapazität verfügt sowie auch Videomaterial in besserer Qualität als ihr Vorgänger die VHS-Kassette wiedergeben kann. „DVD is the latest generation of optical disc storage technology. A DVD is essentially a bigger, faster *compact disc* (CD) that can hold cinema-like video, better-than-CD audio, still photos, and computer data. DVD aims to encompass home entertainment, computers and business information with a single digital format.“¹⁴⁰; diese Eigenschaften lassen sich nun ideal für die Vermarktung von Musikgruppen durch entweder Plattenfirmen oder sie selbst nutzen. So können von nun an ganze Konzerte Live mitgeschnitten werden, um sie anschließend an die Rezipienten weiter zu verkaufen. Die DVD wird zum unverzichtbaren medialen Element für Pop- und Rockbands und trägt weiter zur Verbreitung und globalen Erreichbarkeit bei. Das jedoch wichtigste und alles verändernde Medium beginnt sich auszubreiten und die endgültige Globalisierung zu manifestieren.

Das Internet wird ab Mitte der 1990er Jahre intensiv genutzt und fast unaufhaltsam weiterentwickelt. Durch das Internet bestand plötzlich die Chance, dass Bands ihre Fans und andere Rezipienten sie vom entlegensten Winkel der Erde erreichen konnten. Diese wiederum hatten dadurch die Möglichkeit bekommen, egal auf welchem Punkt der Erde man lebt, Neuigkeiten rund um das Geschehen und die Bands selbst zu erfahren und zwar aktuell. Chats kamen auf, in denen Pop- und Rockstars persönlich mit ihren Fans über das Internet Unterhaltungen führen können, was wiederum die Nähe zu den Fans ermöglicht und somit die Loyalität dieser festigt, was sich dann in den Verkaufszahlen der Alben und DVDs wieder bemerkbar machen sollte. Durch das Internet konnten die Bands und Musiker mehr Material von sich, also Fotos, Videos, Songs, etc., leichter verbreiten und von der Schnelligkeit, mit der dieses neue Medium Informationen verbreiten konnte, stark profitieren. Der Verkauf von Alben und Merchandise-Artikeln konnte beschleunigt und intensiviert werden und von jetzt an praktisch jederzeit stattfinden und war nicht auf Konzerte und Specialevents oder den Buch- und DVD-Verkauf limitiert. Es ist nun möglich geworden, über die Website des jeweiligen Künstlers Fanartikel, Musik, Videos,

¹³⁹ <http://didyouknow.org/dvdhistory/> 2. Juni 2011

¹⁴⁰ Everything You Ever Wanted to Know About DVD: The Official DVD FAQ, Jim Taylor, McGraw-Hill, New York, 2003 S. 1

Konzertkarten und Ähnliches direkt zu bestellen und bequem von zu Hause aus mit Kreditkarte zu bezahlen. Doch das Internet hat auch seine Schattenseiten. So ist es Ende der 1990er Jahre Musik gratis aus dem Internet herunter zu laden, seine Files zu tauschen und nicht mehr für CDs im Laden zu zahlen, ein Vogue bei Internet Usern geworden. Dies führte zu einem enormen kommerziellen Einbruch in der Platten- und Musikindustrie, wie es ihn noch nie zuvor gegeben hat. Folgendes Phänomen war nun eingetreten:

„Es war das Internet, das sich seit Mitte der Neunziger flächendeckend ausbreitete, als Millionen von Usern (zumeist junge Menschen, darunter viele Musikfans) die Freuden der Online-Gemeinschaft entdeckten und die Freiheit, Unterhaltung und Informationen schätzen lernten, die das Web bereithielt.

Einer der verführerischsten Aspekte des Internets war und blieb die Möglichkeit, dass Files kopiert und über Telefonleitung verschickt werden konnten; der Vorteil des digitalen Prinzips liegt darin, dass mehrfaches kopieren möglich ist und die Musik ohne erkennbaren Qualitätsverlust vervielfältigt werden kann, was für die analogen Kopiermedien wie Kassette und Vinyl stets ein Schreckgespenst darstellte.“¹⁴¹

Auf die neuen Möglichkeiten, die sich durch das Internet ergeben haben, wird später in der vorliegenden Arbeit noch genau eingegangen und an Hand von ausgewählten Beispielen gezeigt werden. Der Umstand des von jetzt an leicht gewordenen Tauschen von Files ließ die CD-Verkäufe deutlich zurückgehen und schmerzte die Plattenindustrie empfindlich; sie musste sich etwas Neues einfallen lassen, um aus dieser finanziellen Misere heraus zu kommen. Es sollten also neue Konzepte entstehen, die den Verlust der Einnahmen durch das Internet abdecken beziehungsweise vielleicht wieder steigern könnten. In den 2000er Jahren wird das Internet jedoch noch wichtiger und immer vielfältiger einsetzbar und auch eingesetzt. Es sollten sogar neue Weltstars auf Grund des Internets entstehen und noch nie dagewesene Massen an Rezipienten erreicht werden.

¹⁴¹ Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. 329

2.5 Die 2000er Jahre - Maximale Intermedialität

Das Aufkommen des Internets brachte wiederum neue Medien auf den Plan, wie zum Beispiel die Videoplattform YouTube, die 2005¹⁴² gestartet wurde. Dank YouTube konnte nun jeder beliebige User weltweit ein Video auf die Online-Plattform hochladen und von jedem anderen User auf der Welt angeschaut werden. Einige Musiker und Bands wurden schon und werden auf YouTube entdeckt indem sie Videos ihrer Songs hochladen, und wenn sie eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Aufrufen aufweisen, dann kann es passieren, dass Plattenfirmen darauf aufmerksam werden und eben jene Musiker unter Vertrag nehmen. Das beste Beispiel für einen solchen Fall stellt der Kanadier Justin Bieber da. Er wurde auf Grund der hohen Anzahl an Aufrufen der von ihm auf YouTube hochgeladenen Videos, in denen er singt, von der Musikindustrie entdeckt und unter Vertrag genommen. Auf der Website von Justin Bieber findet sich in seiner Biografie folgender Eintrag, der genau beschreibt wie er durch YouTube Aufmerksamkeit erlangt hat und schließlich von der Plattenindustrie bei einem Major Label einen Vertrag bekommen hat:

„After posting dozens of homemade videos on YouTube in 2007, where the multi-talented Bieber put his impeccable spin on songs from artists like Usher, Ne-Yo and Stevie Wonder, Justin racked up over 10,000,000 views purely from word of mouth.

“I started singing about three years ago,” says the Canadian native who grew up an only child in Stratford, Ontario. “I entered a local singing competition called Stratford Idol. The other people in the competition had been taking singing lessons and had vocal coaches. I wasn’t taking it too seriously at the time, I would just sing around the house. I was only 12 and I got second place.”

In an effort to share his victory with his loved ones, Justin began posting his performance footage online. “I put my singing videos from the competition on YouTube so that my friends and family could watch them,” he says. “But it turned out that other people liked them and they started subscribing to them. That’s how my manager found me. He saw me on YouTube and contacted my family and now I’m signed!”

Seven months after Justin started posting his videos online, former So So Def marketing executive Scooter Braun flew the then 13-year old singer to Atlanta, GA to meet with his elite colleagues. As if Justin’s natural singing talent wasn’t enough to impress Scooter’s inner

¹⁴² <http://mediatedcultures.net/ksudigg/?p=108> 2. Juni 2011

circle, Braun knew Bieber was also a self-taught musician who plays the drums, guitar, piano and trumpet. [...]

In October of 2008, Justin Bieber officially signed to Island Records.”¹⁴³

Ein weiteres Beispiel wie wichtig der Einfluss des Internets auf die Musikindustrie geworden ist, wäre das Phänomen Lady Gaga. Auf Lady Gaga soll später noch genau eingegangen werden, da sie wie keine zweite das Internet dazu benutzt hat, um ein weltweit erfolgreicher Popstar zu werden. Hier soll jedoch erwähnt werden, dass Musikvideo Clips von ihr auf Musiksendern wie MTV nicht gespielt wurden, da sie als zu aufreizend oder unmoralisch gebrandmarkt wurden. Der Videoclip zu ihrer Single *Telephone*¹⁴⁴ wurde von MTV nicht gezeigt, da Pornodarstellerinnen in dem Video mitwirkten. Im Internet wurde der Clip in den ersten vier Tagen nach seinem Erscheinen über siebzehn Millionen Mal aufgerufen¹⁴⁵ und bewegte durch diesen online-Erfolg MTV dazu, das *Telephone* Video doch in sein Programm aufzunehmen und auszustrahlen. Mit dem Aufkommen von sogenannten Weblogs oder kurz Blogs genannt, können User oder Fans jeden Schritt der Bands und Musiker im Internet mit verfolgen. Weblogs sind tagebuchartig geführte, öffentlich zugängliche Websites, die ständig um Kommentare oder Notizen zu einem bestimmten Thema ergänzt werden¹⁴⁶, somit können die Künstler direkt mit ihren Fans kommunizieren und umgekehrt, was ihre öffentliche Aufmerksamkeit – die der Künstler – weiter erhöht und aktuell hält.

Um den finanziellen Verlust, den das Herunterladen von Liedern im Internet mit sich gebracht hat, zu kompensieren, gingen die Pop- und Rockmusiker vermehrt auf immer längere und intensivere Tourneen rund um den Globus. Neue Open Air Festivalkonzepte entstanden wie etwa das *Sonisphere* Festival¹⁴⁷, welches in Europa im Sommer in verschiedenen Orten Halt macht und eine Vielzahl von Bands im Line Up vorweisen kann. Durch dieses Konzept gehen sowohl Künstler als auch Veranstalter solcher Festivals als (kommerzielle) Gewinner hervor, da auf der einen Seite die Veranstalter davon profitieren, dass Bands mit großem Namen am Festival auftreten und mit Fans Geld einbringen, und auf der anderen Seite profitieren die Künstler, da sie sich nicht um den Veranstaltungsort und

¹⁴³ <http://www.justinbiebermusic.com/bio.aspx> 2. Juni 2011

¹⁴⁴ *Telephone*, Lady Gaga, Lashawn Ameen Daniels, Franklin Lazonate, Stefani Germanotta, Rodney Roy Jerkins, Beyonce Gisselle Knowles, The Fame Monster, Streamline, Kon Live, Cherrytree, Interscope, 2009

¹⁴⁵ *Lady Gaga-Die Biografie*, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010, S.254

¹⁴⁶ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Weblog> 2. Juni 2011

¹⁴⁷ <http://www.kililive.com/festivals/> 2. Juni 2011

Kartenverkauf kümmern müssen, sie spielen vor tausenden von Leuten und bekommen eine angemessene Gage. Durch weitere Vermarktungsschritte, wie Merchandise Artikel oder DVD-Mitschnitte des Festivals profitieren abermals beide Seiten, sowohl im finanziellen Sinn als auch im Erreichen neuer Rezipienten. Vor allem neue Medien, wie Computerspiele von Bands, HD Filme und Andere haben sowohl auf, als auch abseits der Bühne alte Inszenierungs- und Darstellungsformenformen weiterentwickelt oder sogar neu erfunden. Die Methoden, mit der das Theatrale von Rock- und Popbands eingesetzt wird, soll nun im Lauf der weiteren Untersuchung genau herausgearbeitet werden.

3 Inszenierung abseits und auf der Bühne

3.1 Das Erschaffen theatralischer Figuren

Rock- und Popshows lassen sich als ein Potpourri verschiedener theatralischer Inszenierungsformen identifizieren und sind ein Kunstbereich, der zahlreiche historische Theaterformen wiederentdeckt und einsetzt, sowie jene durch moderne Standards und zeitgenössische Elemente ergänzt. Dies lässt sich sowohl auf der Bühne als auch abseits der Bühne erkennen, was auf eine Inszenierung schließen lässt, die nicht nur szenische Vorgänge auf der Bühne einschließt, sondern auch auf der „Weltbühne“ – der Öffentlichkeit – weitergeht. Rock- und Popkünstler streben nach einem Erscheinungsbild, welches sie sowohl auf der Bühne als auch im öffentlichen Leben repräsentieren. Sie erschaffen ein Image ihrer selbst und bilden so eine Figur, die medial, öffentlich und auf der Bühne wahrgenommen wird und Aufmerksamkeit schafft. Diese Figuren entsprechen dann beim Rezipienten einer gewissen Erwartungshaltung bezüglich szenischer Aktionen auf der Bühne oder im Film, sowie im öffentlichen Leben. Ferner entstehen um diese theatralischen Figuren Geschichten und Mythen, die entweder von den Künstlern selbst forciert oder in Umlauf gebracht werden, oder die Öffentlichkeit und die Medien, also in diesem Fall die Rezipienten, bringen Geschichten hervor, die aus einem Pool von Gerüchten, Tatsachen, Augenzeugenberichten und Lügen bestehen, und tragen so zu einer gewissen Mythenbildung und okkulten Faszination - ausgehend von den Künstlern - bei.

Das Adaptieren und Erschaffen theatralischer Figuren ist nichts Neues, da es im Theater und der Oper seit Anbeginn dieser Genres fixer Bestandteil und Merkmal ist, welches diese beiden auszeichnet. Auch Rock- und Popmusiker bedienen sich der Maske, die seit jeher das Zeichen für Theater darstellt. Besonders in der Inszenierung im Bereich Rockmusik finden sich viele Elemente, die in ihren Wurzeln auf klassische theatrale Formen zurückgehen. Eine erste Parallele zwischen Rock und einer klassischen Bühnenform findet sich in der Commedia dell'Arte. Das Touren oder Reisen ist hierbei ein Punkt, den sowohl die Commedia als auch Rockmusiker miteinander teilen. Für Heavy Metal Bands etwa ist das Touren ein wichtiger Faktor, um sich einen Namen zu erspielen und die Plattenverkäufe in die Höhe zu treiben, denn diese Musikrichtung wurde und wird auch heute noch selten im Radio gespielt oder auf

Musiksendern im Fernsehen gezeigt - wie bereits erwähnt. Robert Walser bemerkt hierzu, ebenfalls oben erwähnt – in Bezug auf die Mediation verschiedener Musikgenres – dass „metal bands received virtually no radio airplay, and they had to support their album releases by constant touring, [...]“¹⁴⁸. Auch Deena Weinstein vertritt diese Ansicht, wenn sie meint, dass “The concert was also the primary technique for promoting record sales, due to the exile of heavy metal from other media.”¹⁴⁹ Die Commedia dell’ Arte Truppen, welche etwa vierhundert Jahre (15.-18. Jahrhundert) in Italien¹⁵⁰ existierten, waren fahrende Wandertruppen, die von Ort zu Ort reisten und dort ihre Stücke öffentlich aufführten. So erspielten sie sich einen Namen und konnten mit dem Verkauf von frühen „Merchandise Artikeln“ ihr Leben bestreiten, wenngleich dies auch nicht immer ganz so einfach und oftmals mit Existenzproblemen verbunden war. Ein vergleichendes Beispiel, dass die Umstände und Strapazen des Tourens gut verdeutlichen, stammt aus der Biografie der Hard Rock Band AC/DC, wo es heißt:

„Nach Baileys Abschied sprang George Young als Bassist ein. Für ihn spielten Spaß und Party lediglich eine untergeordnete Rolle. Er konnte sich noch lebhaft – und schmerzhaft - daran erinnern, wie es gewesen war, als er die Fahrer der Easybeats selbst zu Zeiten, als »Friday On My Mind« ein Riesenhit war, um Zigaretten anschnorren musste. Und da George seine Brüder [Angus und Malcolm Young, AC/DC. Anmerkung des Autors.] auf seine ihm eigene Art sehr gern hatte, bereitete er sie und ihre Bandkollegen nun darauf vor, was ihnen für harte Zeiten bevorstanden, wenn sie nach Übersee gehen wollten, um sich in vergammelten Bars einen Namen zu machen. Coleman erlebte einen Vorgeschmack auf die nahe Zukunft, indem er wesentlich weniger Geld verdiente als bei Steve Wright und in einem Vehikel – dem sogenannten »Folterbus« – von einem Ende Australiens zum anderen reiste.“¹⁵¹

Ähnlich dem Vagabundenleben der Commedia dell’ Arte gestaltet sich auch das Leben für Rockbands, vor allem in ihren frühen Jahren. Eine weitere Parallele findet sich in den fahrenden Schauspieltruppen der französischen Klassik. Molière versuchte mit der von ihm gegründeten Schauspieltruppe „L’Illustre Théâtre“ zuerst in Paris sein Glück, musste dann

¹⁴⁸ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 3

¹⁴⁹ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 180

¹⁵⁰ http://www.theatrehistory.com/italian/commedia_dell_arte_001.html#anchor442530 7. Juni 2011

¹⁵¹ AC/DC Maximum Rock ‘N’ Roll, Murray Engleheart mit Arnaud Durieux, Wilhelm Heyne Verlag, München, 2009 S. 108

aber feststellen, dass es unmöglich war hier erfolgreich zu werden und begann durch die Provinzen Frankreichs zu touren. „Bereits drei Jahre später sah er sich durch Geldnöte gezwungen, Paris den Rücken zu kehren und sein Glück in der Provinz zu suchen. Zwölf entbehrungsreiche Jahre führte er nun eine Wandertruppe von Stadt zu Stadt.“¹⁵² Der Bezug zwischen Commedia dell'Arte, den Schauspieltruppen der Französischen Klassik und Rockbands ist hier in Bezug auf das Touren klar gegeben.

Ein weiterer Punkt in welchem sich zwischen der Commedia dell'Arte und einer Band wie zum Beispiel KISS eine Übereinstimmung nachweisen lässt, ist jener der festgelegten Rollen innerhalb der Gruppe. Martha Fletcher Bellinger schreibt über die Figuren der Commedia dell'Arte folgendes:

In the course of the development of the Commedia dell'arte, there grew up certain traditions which held fast for many years. The rascally servant, the old man, the lady's maid, and the like--stock characters which appeared in every play--always wore a conventional dress, with masks. In general these masks may be classed under four or five groups: Pantalone and the Doctor, both old men; the Captain, a young man of adventure; the valet or jester, usually called Zanni; the hunchback Punchinello; and another old man, somewhat different from the first two.¹⁵³

Bei jeder Aufführung eines Commedia Stückes war der Zuschauer also mit den Figuren vertraut und hatte ihnen gegenüber eine gewisse Erwartungshaltung bezüglich des von ihnen typischen Verhaltens, der Mimik, des vorgetragenen Stoffes, sowie des Kostüms. Ein Vergleich an dieser Stelle mit der Band KISS verdeutlicht die oben erwähnte Festlegung der Rollen innerhalb einer Gruppe, sowohl in der Commedia dell'Arte als auch in Rockbands. Die vier Mitglieder von KISS verkörpern mystische und dämonische Wesen, die da wären: Gene Simmons, Sänger und Bassist, als The Demon. Er verkörpert einen kriegerischen Dämon, der Blut spuckt und seine Zunge obszön lang herausstrecken kann. In Gene Simmons „Demon“ finden sich Anlehnungen an den Maya Gott Camazotz, der ein blutrünstiger Fledermausgott ist, welcher den Menschen den Kopf abbiss. In anderen Darstellungen wird er auch mit einer langen Feuerzunge gezeigt, die als Fruchtbarkeitssymbol gilt. Weiteres finden sich in der

¹⁵² Nachwort, Doris Distelmaier-Haas, In: Der eingebildete Kranke, Molière, Reclam, Stuttgart, 2008 S. 77

¹⁵³ http://www.theatrehistory.com/italian/commedia_dell_arte_001.html#anchor442530 7. Juni 2011

Namensgebung und anderen Merkmalen Eigenschaften eines weiteren Mayagottes, der den Namen Cabraca trug. Er ist ebenfalls ein Dämon der Unterwelt und Gott der Erdbeben.¹⁵⁴ Die Rolle als The Demon und dazu der tiefe, bebende Tönen spielende Bass erwecken beim Zuschauer ein Gefühl von Respekt und Ehrfurcht. Der Zuschauer erwartet sich bei einem KISS Konzert, dass Gene Simmons, alias The Demon, Blut und Feuer spuckt und dazu bedrohlich Bass spielt, denn dies ist seine Rolle, jene die er sich ausgesucht hat und nun verkörpert. Paul Stanley, der Hauptsänger und Rhythmusgitarrist, repräsentiert The Starchild. Starchild ist eine Art Sternengott des Nachthimmels, der durch die Zeit und den Raum gleitet. Er ist der Ruhepol, der Vernünftige, sowohl gegenüber den Zuschauern als auch bandintern. Ace Frehley, der Sologitarrist, stellt The Spaceman dar, der futuristisch anmutet und neben Starchild einen weiteren Bezug zum Kosmischen und den Sternen, einer anderen Welt darstellt. Seine Gitarrensoli lassen sich ähnlich dem bebenden Bass von The Demon als leicht und schnell durch das All fliegend beschreiben. Die vierte Figur in KISS verkörpert der Schlagzeuger Peter Criss als The Catman. Er ist die verborgene, aus dem Hintergrund agierende, schleichende Figur in KISS- eben wie eine Katze. Um den götterbezogenen roten Faden in den Figuren der Band aufrecht zu erhalten, kann man ihn mit ägyptischen Gottheiten, die in Katzengestalt oder mit Katzenkopf dargestellt und stark verehrt wurden, wie zum Beispiel die Schutzgöttin Bastet, vergleichen.¹⁵⁵ Wie die Commedia dell' Arte versuchen KISS die Zuschauer in eine andere Welt zu entführen, was der Theaterwissenschaftler Andreas Kotte in Bezug auf den Harlekingsprung bei Commedia dell' Arte Vorführungen wie folgt beschreibt: „ Eine einzige körperlich Aktion, der Sprung des Harlekin auf die Bühne und sein „Eccomi!“ enthüllten: das ist Theater. Mit dem Harlekingsprung wurde klargestellt, hier geht es nicht mehr mit rechten (normalen) Dingen zu, hier sind gesellschaftliche Normen und Zwänge außer Kraft gesetzt, der Ambassadeur, der Verbindungsmann zu *anderen* Welt ist da.“¹⁵⁶

Ein weiteres Beispiel für das Erschaffen einer theatralen Figur ist Alice Cooper. Geboren als Vincent Furnier ließ er sich letztendlich offiziell umtaufen und nahm den Namen seines Bühnencharakters Alice Cooper an.¹⁵⁷ Der Name Alice Cooper polarisiert und verwirrt den

¹⁵⁴ http://www.mexiko-lexikon.de/mexiko/index.php?title=G%C3%B6tter_der_Maya_%28Tabelle%29 7. Juni 2011

¹⁵⁵ <http://www.selket.de/goetter.htm> 7. Juni 2011

¹⁵⁶ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 88

¹⁵⁷ <http://www.imdb.com/name/nm0004840/bio> 7. Juni 2011

Rezipienten, da Alice ein weiblicher Vorname ist und nun von einem männlich Interpreteten benutzt wird. Der Name passt zur Band und zu Cooper selbst, denn “[...] it was picked because the random name had a twisted sense of originality and misleading innocence, complementing the band's bizarre and macabre stage theatrics and lyric themes.”¹⁵⁸ Alice Cooper inszeniert seine Bühnenshows rund um seine Figur indem er etwa Konzeptalben herausbringt, die eine Geschichte erzählen. Auf der Bühne spielt er dann den Hauptcharakter, während er von seiner Band musikalisch begleitet wird. Alice Cooper war der erste Rockmusiker der Schminke einsetzte und mit dem Androgynen spielte. Ferner war er der erste, der rein theatralische Elemente, wie Schauspieler oder aufwendige Requisiten, bei seinen Bühnenshows einsetzte, die das Image seiner Figur und die Geschichte, die er vorspielte, unterstützten, wie Ian Christie festhält:

„Die auffälligsten Rocker reagierten auf die bürgerliche Entrüstung, indem sie die Grenzen des Geschmacks weiter dehnten und den Angstfaktor verstärkten. Der wunderbar schauerliche Alice Cooper trat in die hochhackigen Fußstapfen der *Crazy World of Arthur Brown* und entwickelte eine blutrünstige Bühnenshow, die mit kostümierten Zwergen und Eimern voller Blut auf dem französischen Grand-Guignol-Straßentheater des neunzehnten Jahrhunderts aufbaute. 1975 hatte sich Alice Cooper dahingehend gesteigert, dass er allabendlich auf der Bühne seinen eigenen Selbstmord vortäuschte.“¹⁵⁹

Alice Cooper kreierte eine Figur, die schauderhaft, aber doch sympathisch vom Rezipienten wahrgenommen wird und mit den Sinnen der Zuschauer spielt. Der von Christie erwähnte Bezug auf das Grand-Guignol Theater aus dem Paris des 19. Jahrhunderts ist durchaus berechtigt und klar nachzuvollziehen. Das Grand-Guignol Theater war ein Theaterhaus in Paris, welches in den 1890ern von Oscar Metenier gegründet wurde. Es führte makabre Stücke, rund um düstere Charaktere auf. Meistens wurden bis zu sechs verschiedene kurze Stücke an einem Abend gezeigt, die Sex-Farcen, Krimis oder meistens Horrorstücke waren, in denen Säureverätzungen, Augenausstechen oder das Durchschneiden der Kehle nachgestellt wurden.¹⁶⁰ Dass sich Alice Cooper, um seine Figur ins rechte Licht zu rücken, sie so darstellte, dass sie von Rezipienten so wahrgenommen wird wie er das möchte und sich vorstellt, und

¹⁵⁸ <http://www.imdb.com/name/nm0004840/bio> 7. Juni 2011

¹⁵⁹ Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 30

¹⁶⁰ Siehe auch <http://www.grandguignol.com/> 7. Juni 2011

sich dabei am Grand-Guignol Theater orientierte, schildert folgende Aussage von Ronnie James Dio, dem späteren Frontman von Black Sabbath, in einem Interview: „Ich begann in den Dimensionen großer Bühnen zu denken, nachdem ich das erste Alice-Cooper-Konzert gesehen hatte“, sagt Dio. „Ich sah die erste Show, wo sie ihn gehenkt haben. Bei der nächsten Show kam Alice auf den elektrischen Stuhl. Bei der nächsten hackten sie ihm den Kopf ab. Ich war im Publikum ungeheuer beeindruckt davon, dass ich sehr viel mehr bekam, als ich erwartet hatte – nicht nur die Musik sondern auch so eine Art Disneyland.“¹⁶¹ Alice Cooper benutzt also eine dramatische Inszenierung, basierend auf seiner gleichnamigen Figur Alice Cooper und erschafft so eine Erwartungshaltung gegenüber den Rezipienten, die erwarten, dass er bei einer Show geköpft, gehängt oder ähnliches wird, wie die Zuschauer der Commedia dell' Arte erwarteten, dass der Pantalone einen seiner für ihn typischen Wutausbrüche gab, oder sich an Frauen und gutem Essen erfreute.

in diesem Zusammenhang muss noch Ziggy Stardust genannt werden. Von David Bowie erschaffen und verkörpert, ist er eine androgyne, von einem anderen Planeten kommende, theatralische Figur. David Bowie hatte Probleme seine Karriere voranzutreiben und arbeitete an Konzepten dies zu ändern. Beeinflusst von Stanley Kubricks Film *2001: A Space Odyssey*¹⁶² schrieb er den Song *Space Oddity*¹⁶³, in dem es um einen Astronauten namens Major Tom geht, welcher der Erde den Rücken zukehrt und sich auf eine unglaubliche Reise durch den Weltraum begibt. Im Laufe der Zeit entwickelte Bowie die Figur, die ihn schließlich zum Durchbruch verhelfen sollte – Ziggy Stardust. Er war eine Mischung aus Major Tom und anderen Figuren, die Bowie im Laufe der Zeit erfunden hatte. Ziggy hat Rot gefärbtes Haar, trägt Stiefel mit hohen Absätzen und Glitzerkostüme, ferner sieht ihn Bowie als Starman oder Rocket Man. „Mit den theatralischen Selbstinszenierungen als >Major Tom<, >Ziggy Stardust< oder >Thin White Duke< hatte Bowie seit Anfang der Siebziger bei europäischen Kritikern sowie Plattenkäufern beispiellosen Erfolg gehabt“¹⁶⁴, schreibt Uwe Schütte und lässt dabei gleichzeitig erkennen, wie komplex die Welt der von Bowie erschaffenen theatralischen Figuren ist. Bowies Figur fand enormen Anklang bei den Rezipienten, die ihn bereits selbst für Ziggy Stardust hielten, und mit diesem Gedanken spielte er auch. Bowie

¹⁶¹ Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 81

¹⁶² 2001: A Space Odyssey, R: Stanley Kubrick, USA, 1968

¹⁶³ Space Oddity, David Bowie, David Bowie, Philips, 1969

¹⁶⁴ Basis-Diskothek Rock und Pop, Uwe Schütte, Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart, 2008 S. 32

spielt seine Rolle des Ziggy auch abseits der Bühne, also auch, wenn er gerade kein Live Konzert spielt. Dies ging sogar so weit, dass er sich seiner Identität selbst nicht mehr sicher war und schizophrene Zustände bekam, wie folgender Auszug von Bowie Biograf Christopher Sandford verdeutlicht:

„Bowie’s role-playing had, to some extent, been an antidote for his emotional numbness. ‘Offstage I’m a robot’, he told Hubert Saal. ‘Onstage I achieve emotion. It’s probably why I prefer dressing up as Ziggy to being David.’ In 1972 Bowie had been more than just dressing up. ‘Call me Ziggy! Call me Ziggy Stardust!’ he told the American critics who interviewed him at the Dorchester Hotel. At Derfries’ insistence, RCA produced poster proclaiming Bowie was his alter ego. ‘David fell for it.’ Ronson confirmed.

By 1973 the character Bowie once described as ‘total anarchy’ had become a straitjacket. When he changed into Ziggy it was much more than just an act, it seemed like genuine possession. His weird make-up and space-age clothes were only reflections of his own other-worldliness. The rumor went around, especially in the teen magazines, that Bowie himself thought he was from another planet. In Los Angeles, he refused to go out during the day because, he said quite solemnly, ‘I’ll melt.’ Bowie stopped a concert in another city to harangue the audience about a spacecraft he was certain he had seen from his hotel window. He was intrigued, he told a journalist, ‘to show how a nobody become a god, and go bonkers in the process.’ He was talking about Ziggy, but it was an ominous self-sketch if ever there was one. The character, Bowie said years later, had been an elaborate front for his crippling shyness: [...]”¹⁶⁵

Bowie verschmolz zusehends mit seiner Rolle Ziggy Stardust, was einem unterbewussten Method Acting gleichkommt, welches die Art von Schauspiel ist, bei der ein Schauspieler die Rolle, die er spielt persönlich verkörpert und durchlebt, um sie besser darstellen zu können. Bowie beschreibt diesen Umstand so: „Then that fucker wouldn’t leave me alone for years. That was when it all started to sour... My whole personality was affected. It became very dangerous. I really did have doubts about my sanity.”¹⁶⁶ Bowie inszeniert Ziggy Stardust bewusst um Aufmerksamkeit und Beachtung zu erregen und zu erlangen. Mit Ziggy schafft Bowie aber auch gleichzeitig eine Distanz zwischen der Außenwelt und sich selbst als David Bowie. Er führte die Idee Coopers, das Erschaffen einer theatralen Figur gegenüber

¹⁶⁵ Bowie: Loving the Alien, Christopher Sandford, Da Capo Press, New York, 1998 S. 106-107

¹⁶⁶ Ibidem S. 107

Rezipienten und Medien dahingehend weiter aus, als dass sie sogar Besitz von ihm ergriffen hatte, und er selbst nicht mehr unterscheiden konnte was oder wer er genau war, da ihn die Rezipienten primär eben auch als Ziggy Stardust wahrnahmen und erkannten und nicht mehr unbedingt als David Bowie.

Im Folgenden soll nun genauer auf drei explizite Beispiele eingegangen werden, um das Erschaffen theatraler Figuren und die Inszenierung dieser auf der Bühne sowie in der Öffentlichkeit und den Medien darzustellen. Als erstes soll die Band KISS untersucht werden, die, wie bereits oben Erwähntes vermuten lässt, durch ihre extravaganten Kostüme, ihre Schminke und beeindruckenden Live Shows nicht nur Musikgeschichte geschrieben, sondern auch neue Standards in Sachen Inszenierung und Vermarktung gesetzt haben, die bis heute unerreicht sind.

Im Folgenden soll der Rockmusiker Marilyn Manson Gegenstand dieser wissenschaftlichen Untersuchung sein. Kein anderer erregte so viel öffentliches Aufsehen und endlose Kontroversen über seine Person und sein Verhalten auf der Bühne und in der Öffentlichkeit beziehungsweise in den Medien. Anhand von Marilyn Manson soll die theatrale Figur selbst analysiert werden, sowie ihr Verhältnis zu den Rezipienten, auf der einen Seite seine Anhänger, auf der anderen Seite seine „Gegner“. Weiteres soll noch Bezug auf seine weiteren künstlerischen Tätigkeiten, abgesehen vom Musizieren, genommen werden, die ebenfalls zu seinem Image beitragen und ihn als einen „Kunst-Allrounder“ darstellen.

Zuletzt soll noch das „Pop-Phänomen“ Lady Gaga untersucht werden. Lady Gaga ist bekannt für ihre ausgefallenen Kostüme, sowie für ihre Selbstinszenierung auf der Bühne und vor allem in der Öffentlichkeit. Weiteres erlangte Lady Gaga ihren Status als neue „Pop-Queen“ mit wesentlicher Hilfe beziehungsweise dem Einsatz von verschiedenen „Neuen Medien“, wie beispielsweise sozialer Netzwerke im Internet.

3.1.1 KISS

„You Wanted The Best?

You Got The Best!

The hottest band in the world...KISS!”

- KISS¹⁶⁷

Mit diesen Worten wird seit vierzig Jahren (Stand 2011) jedes KISS Konzert weltweit eröffnet. KISS ist eine der erfolgreichsten Bands aller Zeiten und galt in den späten 1970er und Anfang der 1980er Jahren, dem Höhepunkt ihrer Karriere, sogar als die erfolgreichste Band, wie Gene Simmons, Gründungsmitglied von KISS, bestätigt: „1979 war Kiss vom Gallup-Meinungsforschungsinstitut in den USA das dritte Jahr in Folge zur Band Nummer eins erklärt worden. Vor den Beatles. Vor Led Zeppelin und sogar vor den Bee Gees, obwohl der Disco-Boom gerade in voller Blüte stand.“¹⁶⁸ Um die theatralische Entwicklung von KISS genau beschreiben zu können, sind zunächst einige biografische Daten zu nennen. KISS ging aus einer Band namens Wicked Lester hervor, die Gene Simmons und Paul Stanley zuvor gegründet hatten. Mit Peter Criss und Ace Frehley war die Band 1973 komplett und benannte sich in KISS um. Schon zu diesem Zeitpunkt sind theatralische und inszenierungstechnische Ansätze zu erkennen, was in dieser frühen Phase von KISS schon bei den Namen der Bandmitglieder bemerkbar ist. Gene Simmons heißt gebürtig Chaim Klein und ist in Israel geboren und aufgewachsen. Als er später in die Vereinigten Staaten von Amerika emigrierte, nannte er sich in Gene Klein um, und nahm dann den Künstlernamen Gene Simmons an. Paul Stanley heißt mit bürgerlichem Namen Stanley Eisen und wurde, als KISS noch am Anfang standen, von Gene Simmons dazu bewegt, seinen Namen zu ändern. Ähnlich verhielt es sich mit Peter Criss der eigentlich George Peter John Criscuola heißt. Der vierte im Bunde, Paul Daniel "Ace" Frehley, ließ „nur“ seine Vornamen weg und kombinierte den Nachnamen mit seinem Spitznamen. Solche Namensänderungen sind in der Theatergeschichte schon lange etabliert, was etwa wieder am Beispiel Molière gezeigt werden kann, der mit bürgerlichem Namen Jean-Baptiste Poquelin hieß. Wie bereits oben erwähnt, nimmt KISS auf der Bühne die Rollen theatralischer Figuren ein die, um sie nochmals zu erwähnen, The Demon, The Starchild, The Catman und The Spaceman heißen.

¹⁶⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=EtJKwnku5GM> [0:26-0:40] 9. Juni 2011

¹⁶⁸ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 104

Auch hier, in der Transformation in eine theatrale Figur auf der Bühne, ist eine Übereinstimmung mit theaterhistorischen Konzepten zu bemerken. Anfang des siebzehnten Jahrhunderts war in Frankreich, genauer in Paris am Hôtel de Bourgogne, die Zeit der Farceure. Die drei bekanntesten dieser Zeit waren Robert Guérin, der die Figur des Gros-Guillaume verkörperte, Hugues Guéru, der den Gaultier-Garguille spielte und Henri Legrand der den Turlupin darstellte.¹⁶⁹ Anfangs experimentierten KISS noch damit, wie sie ihre Figuren auslegen und inszenieren sollten, und welche Rolle die jeweilige Figur gegenüber den Rezipienten einnimmt. „Wir schminkten uns bereits ein wenig, allerdings noch ohne die weiße Grundierung. Wir malten uns lediglich schwarze Formen um die Augen. Paul trug gar kein Make-up, nur ein bisschen Rouge auf den Wangen, genau wie Ace. Peter experimentierte mit ein paar Formen, und ich präsentierte die erste Vision meines Fledermaus-Designs.“, erzählt Gene Simmons über die Anfänge der KISS Schminke. Das Konzept sich zu schminken war vorher bereits von wenigen Künstlern wie etwa King Diamond, David Bowie oder am erfolgreichsten von Alice Cooper verwendet worden und stellte zu jener Zeit, den 1970er Jahren, eher ein Novum dar. Mit der Idee sich zu schminken und allmählich Figuren aus der Maske zu entwickeln, war KISS auf dem Weg zum Durchbruch, da sie durch dieses Konzept ungemein auffielen und von den Medien und Rezipienten stark wahrgenommen wurden. Die Masken entwickelten sich schon, wie bereits erwähnt, zu den vier verschiedenen Charakteren und sollten später zu Ikonen der Rockmusik und internationale Symbole mit Wiedererkennungswert werden, die sogar urheberrechtlich geschützt weltweit als Marken eingetragen sind.¹⁷⁰ Die Inszenierung der KISS Figuren ist essentiell für den Erfolg und die ungebremste Faszination und Aufnahme durch die Medien und die Fans, die sogar in das Privatleben der Bandmitglieder, wenn auch gezwungen, Einzug fanden. KISS wollte sich in der Öffentlichkeit nicht ungeschminkt präsentieren, da der Mythos um ihre Personen so lange wie möglich aufrecht erhalten bleiben sollte. Gene Simmons schreibt weiteres: „Seit Jahren versuchten die Medien, ungeschminkte Fotos von den Bandmitgliedern zu erhaschen. Gerüchteweise wurden 25 000 Dollar für ein Foto ohne Kriegsbemalung geboten.“¹⁷¹, und verdeutlicht welche Ausmaße und welchen Stellenwert die geschminkten Gesichter von KISS hatten. Dass die Bühnenrolle weit in das Privatleben

¹⁶⁹ Siehe auch: Bei Hof und in der Stadt: Pariser Theater im 17. Jahrhundert, Prof. Dr. Hilde Haider-Pregler, Lernbehelf zur theaterhistorischen Vorlesung, Wintersemester 2010/ 2011 S. 37

¹⁷⁰ Siehe <http://genesimmons.kisscreatures.ch/index.php> ganz unten 9. Juni 2011

¹⁷¹ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 104

der KISS Mitglieder hineinreicht kann man an Hand von Gene Simmons folgender Beschreibung erkennen:

„Aber am schlimmsten war, dass ich Cher nicht einmal zum Essen ausführen konnte, ohne dass uns Scharen von Paparazzi folgten, die alle scharf auf ein Bild von uns beiden waren – vor allem auf eines, das mich ohne KISS-Make-up zeigte. Wenn wir gemeinsam essen gingen, dann stets in aller Verschwiegenheit. Wir fragten vorher in den Restaurants an und baten um größte Diskretion. Aber wenn wir mit dem Essen fertig waren, dann lauerten doch wieder Fotografen draußen auf dem Bürgersteig oder in versteckten Autos, um uns sofort folgen zu können. Meist warnten uns die Restaurantmanager, wenn draußen Paparazzi auftauchten, und oft musste ich mir eine Serviette um den Kopf wickeln, damit ich nicht erkannt wurde.“¹⁷²

Die Rolle der selbsterschaffenen Bühnenfigur nahm eine gewisse Eigendynamik an und verstärkte das Interesse am Darsteller nur noch mehr, anstatt ihn und sein Privatleben vor der Öffentlichkeit zu schützen. Wie oben bereits angesprochen, tragen solche Ereignisse zu einer Mythenbildung rund um die Figur und den Darsteller bei. Diese Mythenbildung lässt in den Augen der Rezipienten den Darsteller mit seiner Figur verschmelzen und bestimmte Eigenschaften der theatralen Figur werden auf den Darsteller selbst übertragen. Gene Simmons kommentiert den Umstand folgendermaßen: „Dann tauchten die ersten Gerüchte auf, dass mein Gesicht voller Narben sei. Die Presse suhlte sich in wilden Spekulationen darüber, weshalb ich mich niemals offen zeigte. Die Boulevardblätter präsentierten oft komplett erfundene Geschichten auf den Titelblättern, und die Fotos dazu waren ebenfalls getürkt.“¹⁷³ Dass Gerüchte bezüglich eines vernarbten Gesichts und Ähnliches auftauchten lässt erkennen, wie die erwähnte Verschmelzung der Bühnenfigur mit dem Darsteller durch die Wahrnehmung des Rezipienten arbeitet. Um dies zu verstehen muss man sich die Bühnenfigur genauer ansehen und daraus folgern, weshalb ein Rezipient mit einem Darsteller, der eine „böse Rolle“ spielt, „böse“ Sachen, wie ein vernarbtes Gesicht impliziert. Die theatrale Bühnenfigur des Gene Simmons ist The Demon. Diese Figur lässt sich durch verschiedene Charakteristika definieren, die bei jedem Auftritt, egal ob auf oder abseits der Bühne, inszeniert werden.

¹⁷² Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 104

¹⁷³ Ibidem

Zunächst sind da das Kostüm und die Schminke. Mit dem Kostüm wird eine visuelle Information an den Rezipienten gegeben und zwar dahingehend, dass dieser durch den visuellen Reiz beginnt Assoziationen zu knüpfen. The Demon trägt Plateustiefel in Form eines Drachen, wobei der Hals des Drachen mit Schuppen ausgestattet ist und am Bein hoch geht. Die Hose ist eine schwarze, hautenge mit Nieten und Glitzer bestückte Lederhose. Das Oberteil variiert zwischen einer Art Ritterrüstung mit Armpanzerung und einem offenen Lederjacket, aber bei beiden Outfits findet sich ein Fledermausumhang. Der Rezipient nimmt The Demon als bedrohlich wahr auf einer rein visuellen Ebene, er behält ihn im Auge, was genau der Punkt ist, der vom Darsteller, in diesem Fall Gene Simmons, beabsichtigt ist. Diese wichtige Eigenschaft der Maske und die Maske selbst beschreibt der Theaterwissenschaftler Andreas Kotte als:

„[...] Ding und Kraft in einem. Sie kann Identifikation des Trägers und/oder der Zuschauenden mit dem dargestellten Ding oder Wesen auslösen, Spiel mit Identität, Spiel mit Körperlichkeit. Die Maske wirkt auf doppelte Weise, durch das Übereinander von Maske und Gesicht sowie das Nebeneinander von Maske und Körper, das bei der Ganzkörpermaske als Widerspruch zwischen Maske, Kostüm und Bewegung erscheint. Steht die Ausdrucksfunktion im Vordergrund, wird die verborgene Identität weniger problematisiert.“¹⁷⁴

Mit der Maske bezweckt KISS also ungeteilte Aufmerksamkeit sowie Wiedererkennung. Ein weiterer Aspekt, den die Maske und das Kostüm bei KISS hervorrufen, ist jener, dass sie als unkonventionell, als anders erscheinen und sich dahingehend auch so inszenieren. Sie stellen einen Bezug zur „anderen Seite“ her, als ein Kontrapart zu anderen Bands und brechen aus gesellschaftlichen und glaubensbedingten Denknormen aus. Kotte schreibt weiteres:

„Der Begriff Maske wird stellvertretend für jede szenische Darstellung benutzt, in ihm bündelt sich die verabscheuungswürdige Unwahrheit, die in binärem Denken dem Teufel zugeordnet wird. Wenn die Verwandlung mittels Maske eine Art Wiedergeburt ist, dann werden das Geheimnis und das Wunder der göttlichen Wiedergeburt geschmälert. Deshalb

¹⁷⁴ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 243

muss die Bedeutung von *larva* als Geist oder Gespenst gesteigert und in der Zuordnung zum Teufel verabsolutiert werden.“¹⁷⁵

Diese Zuordnung zum Teufel ist genau jener Punkt, mit dem KISS gegenüber dem Rezipienten spielt, wenn sich KISS verkleidet und schminkt und dämonische oder futuristische Figuren inszeniert. Ein weiteres Indiz dafür ist, dass der Bandname KISS ein Akronym für „Knights in Satan’s Service“ ist. Dies ist zwar nicht offiziell bestätigt, jedoch in Fankreisen durchaus bekannt. Das KISS Make-up und die Kostüme sind Markenzeichen der Band und weltweit bekannt. In dionysischen Ritualen etwa kam der Maske eine noch tragendere Bedeutung zu, etwa zu vergleichen mit der Eintragung der KISS Masken als Markenzeichen. Hierzu wieder Kotte:

„In Ritualen zu Ehren des Dionysos, des Maskengottes, wurden Masken als wichtigstes Kultgerät verwendet. Sie wurden auch im *thiasos* mitgeführt, dem göttlichen Schwarm, den die Begleiter des Dionysos bildeten. Man hingte sie als Weihgaben in Heiligtümern auf oder verehrte sie als Kultbilder. Mit einer Maske wurden aus Dionysos-Anhängern beispielsweise Satyrn, die in Umzügen, Prozessionen oder als Schauspieler und Chorleuten im Theater auftraten.“¹⁷⁶

Die Anhänger von KISS schminken sich wie die von ihnen verehrten Mitglieder der Band, wenn sie zu Konzerten oder anderen KISS bezogenen Veranstaltungen gehen und verehren sie auch kulthaft. Das Aufhängen der Masken und das anschließende Verehren derselben als Kultbilder kommen heute den Postern zu, die sich Fans von Bands, wie in diesem Fall KISS, aufhängen und sich so in ihren Privatbereich holen. Diese Anhängerschaft trägt bei KISS sogar einen Namen und heißt „KISS Army“¹⁷⁷ und vereint alle KISS Fans ideell miteinander. Paul Stanley, The Starchild, erwähnt in der siebenteiligen BBC Rockdokumentation *Seven Ages of Rock*¹⁷⁸, was die Intention der Kostüme und Masken bei KISS waren/sind, wenn er sagt, dass „The plan was to create an illusion, because if you can get people to believe what they’re seeing is more than what it is, it becomes more than what it is.“¹⁷⁹ KISS inszeniert

¹⁷⁵ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 239

¹⁷⁶ Ibidem S. 237

¹⁷⁷ Siehe auch: <http://www.kissonline.com/kissarmy/> 9. Juni 2011

¹⁷⁸ *Seven Ages of Rock*, R: Sebastian Barfield, Anna Gravelle, Alastair Laurecne, Robert Murphy, Francis Whately, BBC Worldwide, GB 2007

¹⁷⁹ *Seven Ages of Rock: Stadium Rock*, R: Sebastian Barfield, GB, 2007 [12:20-12:33]

sich als seine Illusion, die sie selbst erschaffen haben und anderen Menschen vorspielen, die jene Illusion aber als Wahrheit akzeptieren und somit zu einem Teil jener KISS-Illusion werden.

3.1.2 Marilyn Manson

“There’s something exciting and terrifying about club shows and theater shows, but the arena concert is so *Antichrist Superstar*. And tonight seeing six thousand people raise their fist to “Beautiful People” is so Nero, so powerful, bombastic, fascistic, rock and roll. It’s disgusting and I love it.”

- Marilyn Manson¹⁸⁰

Die Figur des Marilyn Manson ist die mit Abstand kontroversiellste Bühnenfigur der Gegenwart. Keine andere Figur hat mehr Aufsehen erregt und Diskussionen ausgelöst wie sie. Die Figur des Marilyn Manson wurde Anfang der 1990er Jahre von Brian Warner erschaffen und wird bis dato von ihm verkörpert. Zunächst muss die Darstellung der Figur erläutert werden, um später die Inszenierung der Figur zu verstehen. Der Name Marilyn Manson setzt sich zusammen aus den Namen des Models/der Schauspielerin Marilyn Monroe und des Führers einer neureligiösen Bewegung und Kommune Charles Manson. Der Name soll die Dualität der Gesellschaft, vornehmlich der amerikanischen, widerspiegeln. Einerseits die glamouröse Lebensart und Idealisierung von Berühmtheiten, und andererseits die dunkle, böse Stigmatisierung von Personen, die gerade durch die Berichterstattung und öffentliche Dämonisierung gleichzeitig auch zu Helden, beziehungsweise Berühmtheiten gemacht werden. Marilyn Manson beschreibt den Namen folgendermaßen:

„As a bipedal animal, man by nature (whether you call it instinct or original sin) gravitates toward his evil side, which may be one of the reasons people always ask me about the darker half of my name but never about Marilyn Monroe. Although she remains a symbol of beauty and glamor, Marilyn Monroe had a dark side just as Charles Manson has a good, intelligent side. The balance between good and evil, and the choices we make between them, are probably the single most important aspects shaping our personalities and humanity.”¹⁸¹

Zum zweiten Teil seines Namens, Manson, bemerkt Marilyn Manson Folgendes: „Mechanical Man” was the beginning of my identification with Manson. He was a gifted Philosopher, more powerful intellectually than those who condemned him. But at the same time, his intelligence (perhaps even more so than the actions he had others to carry out for

¹⁸⁰ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 249

¹⁸¹ Ibidem S. 85-87

him) made him seem eccentric and crazy, because extremes – whether good or bad – don't fit into society's definition of normality."¹⁸² Die Namen der weiteren Bandmitglieder beziehen sich ebenfalls auf „our trademark starlet-serial killer combination“¹⁸³, wie zum Beispiel Olivia Newton Bundy, früherer Bassist bei Marilyn Manson, dessen Name sich aus dem Model Olivia Newton John und dem Frauenmörder Ted Bundy zusammensetzt. Der Name Marilyn Manson alleine ist also schon kontrovers und spiegelt das gesellschaftliche Verlangen von Vorbildfiguren, sowie die menschliche Faszination von Extremen.



Abbildung 1: Marilyn Manson zur Zeit seines *Antichrist Superstar* Albums, ca. um 1996.

Foto: Ross Halfin ©

Die Erscheinung der Figur steigert die Ausmaße des Kontroversen noch weiter. „Marilyn Manson, ein weiterer Reznor-Schützling, der später ebenfalls zu den Headlinern beim Ozzfest zählen sollte, steigerte die Schocktaktik von Alice Cooper bis ins Überschall extrem und wurde dementsprechend eine Zeit lang für jedes Teenagerproblem verantwortlich gemacht, von Schießereien auf dem Schulhof bis zur Computerspionage.“¹⁸⁴ Marilyn Manson spielt, wie beispielsweise Bowie oder Cooper vor ihm, mit dem Androgynen. Er kleidet sich in Korsette und benutzt extrem viel Schminke. Wie in Abbildung 1 zu sehen ist, akzentuiert Manson durch die Schminke seine Augenpartie und setzt zugleich verschiedenfarbige

¹⁸² The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 87

¹⁸³ Ibidem S. 90

¹⁸⁴ Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 345

Kontaktlinsen ein, um seinen Blick für den Rezipienten verstörender wirken zu lassen. Die Tätowierungen tragen ihren Teil zu einem noch verstörenderem Erscheinungsbild bei. Das Täuschen des Rezipienten durch extreme Schminke und die für Männer unüblichen Kostüme tragen zu einer öffentlichen Diskussion über Manson bei. Die Figur ist so angelegt, dass sie davon lebt, kritisiert und zensiert zu werden, da sie dadurch mehr öffentliche Aufmerksamkeit bekommt und dadurch noch stärker wird. Die Erscheinung der Figur, Maske und Kostüm betreffend, ändert sich jedoch in den bestimmten Phasen des Künstlers und so lässt sich ausmachen, dass diese Phasen jeweils zu einem neu erscheinenden Album passen, und Manson durch die gewählten Kostüme und Masken den intellektuellen Inhalt der Alben visuell repräsentiert. So sind seine früheren Werke wie etwa das Album *Antichrist Superstar*¹⁸⁵ (ACSS) sowohl visuell als auch inhaltlich gegen die christliche Kirche und gesellschaftliche Normen von Moralaposteln gerichtet. Manson verwendet extrem anstößige visuelle Reize, die absichtlich mit Werten des Christentums kollidieren. Bei seinem Nachfolgewerk *Mechanical Animals*¹⁸⁶ setzt er verstärkt auf ein androgynes Bild seiner selbst und thematisiert den Ruhm und seine Exzesse, und die darauf folgende Isolation eines Rockstars. Das Albumcover zeigt einen extrem feminisierten Marilyn Manson mit Brüsten. Warner transformiert seine Figur Marilyn Manson in eine weitere Figur, die selbst eine Teilfigur Mansons ist, in den mechanischen, isolierten Omega und repräsentiert dabei folgende Werte:

„My presentation and satirization of MARILYN MANSON is exactly what I have shown you on Mechanical Animals. The story of Omega is one of an exaggerated rock star lost in fame and drugs and the isolation that follows. I know it's easier for you to think I've lost my creativity or sold out, etc...ad nauseum. Or that I've become a drug addict, but the funniest irony is that I hardly touch drugs anymore and ACSS (which most of you hold up as your grading scale) was written at the height of everyone's addictions -- producers and band alike. Just as I assumed the role of Antichrist Superstar, I have torn it apart through the role of OMEGA.”¹⁸⁷

¹⁸⁵ *Antichrist Superstar*, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1996

¹⁸⁶ *Mechanical Animals*, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1998

¹⁸⁷ *Of the Misconceptions of Omega and the Antichrist Superstar...*, Marilyn Manson, AOL Messageboards, 1999; <http://www.nachtkabarett.com/MarilynMansonArchives/EssaysAndWritings> 10. Juni 2011

Manson ändert, entwickelt und transformiert seine Figur und hält so eine Spannung und Erwartung gegenüber den Rezipienten aufrecht. Ein weiteres besonderes Merkmal, dass die Figur des Marilyn Manson ausmacht, ist, dass sie ihren eigentlichen Darsteller und Erfinder, Brian Warner, so gut wie ausgelöscht hat. Marilyn Manson ist immer Marilyn Manson, egal ob auf der Bühne, in den Medien oder bei öffentlichen Auftritten. Er spricht nie über Brian Warner und wird auch nur als Marilyn Manson wahrgenommen. Diese fast schizophrene Wahrnehmung seiner selbst beschreibt Manson so: „This isn't me! I'm someone else! This isn't me!“¹⁸⁸, so Marilyn Manson zu einem seiner Bodyguards auf der Reise von einem Spielort zum anderen, also abseits der Bühne und der Öffentlichkeit.

Die Inszenierung der Figur selbst auf der Bühne und in den Medien oder bei öffentlichen Auftritten erfolgt stets nach den selbsterklärten Dogmen, Absichten und Botschaften, die Manson übermitteln möchte. Diese richteten sich zu Anfang seiner Karriere meist gegen die Kirche oder politische Autoritäten. Die Folge davon waren Proteste gegen ihn vor nahezu jeder Show, Stadtverbote, polizeiliche Willkür oder sogar Absagen seiner Shows. Folgendes Beispiel soll erläutern, wie sehr Marilyn Manson polarisierte und die Grenzen der gesellschaftlichen Moral ausreizte.

„To: Mississippi Coast Coliseum Missioners
c/o Executive Director Bill Holmes

March 19, 1997

Dear Commissioners:

I encourage you to cancel the Marilyn Manson appearance at the Coliseum.

I feel that Manson's appearance and giving him a forum to spout his poisoned philosophy is not in the best interest of the Mississippi Coast community.

During this holiest of the Christian seasons celebrating the risen Christ, I believe that this controversy is an affront to the tax paying citizens who built and support the Coliseum.

In the interest of unity and cohesion in the community, I ask that you take action to cancel this concert!

Sincerely,
(signature)

¹⁸⁸ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 209

Ken Combs

Mayor¹⁸⁹

Marilyn Manson inszenierte sich zu einer Protestfigur und fungiert als Sprachrohr für die frustrierte Jugend der 1990er Jahre, die durch die Reagan und spätere Bush Administration keine Ambitionen für ihre Zukunft sah und erstmals durch den Grungee eine kleine Protestbewegung gegen das System hervorbrachte, wie zuvor erwähnt. Manson steigerte diesen Protest um ein Vielfaches. Sogar der ehemalige Senator und spätere Präsidentschaftskandidat 2004, Joseph Lieberman, äußerte sich über Manson: „This is perhaps the sickest group ever promoted by a mainstream record company.“¹⁹⁰ Anhand dieser beiden Beispiele kann man ausmachen, welchen Einfluss Marilyn Manson erlangt hatte, dass sich sogar führende Politiker und Bürgermeister gegen ihn und seine Shows aussprachen. Manson der es genau versteht sich zu inszenieren und Medien für sich zu nutzen – er ist studierter Journalist – dreht die Anschuldigungen um und bekämpft seine Widersacher mit ihren eigenen Waffen, indem er seine Shows noch steigert und sich unberührt von den Vorwürfen ihm gegenüber gibt. Im Gegenzug veröffentlicht er über seine Website Äußerungen und Meinungen mit denen er das ihm vorgeworfene Fehlverhalten kommentiert.¹⁹¹ Er publiziert Auszüge aus seinem Tour-Tagebuch, worin unter anderem zu lesen ist:

„April 1997; Once again the so called servants of God have proven my point with their hypocritical and hostile behavior. And once again they have illustrated their lack of separation between church and state and their disgusting similarities to Nazi Germany. Unfortunately everyone suffers: We suffer, our fans suffer, the constitution of the U.S.A. suffers, and the pious right-wing politicians of South Carolina suffer because everyone now sees them for the fascist idiots they are. What do we expect in a state that still flies the Confederate flag? You want a revolution? You'll get it!“¹⁹²

Brian Warners Figur des Marilyn Manson verschafft ihm einen uneingeschränkten Raum, in dem er seine Gedanken und Meinungen frei äußern kann, egal wie subversiv oder

¹⁸⁹ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 250

¹⁹⁰ Ibidem S. 262

¹⁹¹ Siehe dazu <http://www.nachtkabarett.com/MarilynMansonArchives/EssaysAndWritings> 11. Juni 2011

¹⁹² Siehe 153, S. 263

blasphemisch sie auch sein mögen. Die Figur ist jene, die Leute, Medien, Politiker, Fans und der Klerus wahrnehmen. Warner kommuniziert mit der Welt durch, mit und über seine Figur. Er inszeniert Marilyn Manson medial so, dass er seinen Anhängern eine Art Comic-Helden Figur liefert und die Regierung und die Kirche in diesem Fall als die „Bösen“ dastehen lässt. Vergleicht man die Haltung und die Rolle der Figur des Marilyn Manson mit dem politischen Kabarett der 1920er- und -30er Jahre, in Hinsicht auf die Anspielungen auf die Regierung, soziale Missstände und der Gleichen¹⁹³, so wird man feststellen, dass Marilyn Manson nichts anderes tut, als seine Vorgänger im letzten Jahrhundert, nur, dass er ihr Konzept um ein tausendfaches ins Extreme gesteigert hat und die Inhalte seiner Worte und Taten auf das 20. und 21. Jahrhundert und ihre Multiplikationsmöglichkeiten angepasst sind.

Ein weiteres Medium, das Manson für seine Inszenierung abseits der Bühne einsetzt, ist der Film. Als besonderes Beispiel soll hier auf den Film *Bowling for Columbine*¹⁹⁴ eingegangen werden, in dem ein Kapitel des Films zeigen soll, wie Marilyn Manson von Seiten der Medien, der Politik und religiösen Gruppen und Minderheitengruppen für das von Eric Harris und Dylan Klebold verübte Massaker an der Columbine Highschool in Littleton 1999, verantwortlich gemacht wird. Weil die Attentäter Musik von Marilyn Manson gehört hatten und Fans von ihm waren, wurde ihm vorgeworfen für die Tat verantwortlich zu sein, da Harris und Klebold angeblich durch die Texte von Manson dazu ermutigt wurden. Der Film beschreibt dies folgendermaßen: „After Columbine it seemed that the entire focus on why the shootings occurred, was because the killers listened to Marilyn Manson.“¹⁹⁵ An anderer Stelle zeigt *Bowling for Columbine* einen Ausschnitt aus einer amerikanischen Nachrichtensendung: “Marilyn Manson has cancelled the last five dates of his US-Tour, out of respect for those lost in Littleton. But the singer says, artists like himself are not the ones to blame.”¹⁹⁶ Manson nimmt seinen Widersachern den Wind aus den Segeln und spricht weiteres: “I definitely can see why they picked me, because I think it’s very easy to throw my face on the TV, because I’m in the end their poster-boy for fear, because I represent what everyone’s afraid of, because I do and say what I want.”¹⁹⁷ Ferner dreht er die Kritik um, aber nicht auf eine aggressive Weise, sondern mit einem Vergleich über den amerikanischen

¹⁹³ Siehe <http://www.kabarettarchiv.at/> und <http://de.thefreedictionary.com/Kabarett> 11. Juni 2011

¹⁹⁴ *Bowling for Columbine*, R: Michael Moore, USA, 2002

¹⁹⁵ *Ibidem* [42:52-43:00]

¹⁹⁶ *Ibidem* [42:29-42:39]

¹⁹⁷ *Ibidem* [43:44-44:00]

NATO Einsatz im Kosovo 1999, gewürzt mit einem ironischen Unterton und sich an höchste Stelle wendend: „The President was shooting bombs over seas yet I’m a bad guy because I sing Rock and Roll songs? And who’s a bigger influence, the President or Marilyn Manson? I’d like to think me, but I’m gonna go with the President. [...] Nobody said, well, maybe the President had an influence on this violent behavior.“¹⁹⁸ Wenn Manson also daraus einen Vergleich zieht, ob er oder der Präsident der Vereinigten Staaten mehr Einfluss auf die Gesellschaft hat, verweist er damit indirekt darauf, dass er nur eine Figur ist, die wie ein subversives Buch oder ein kritischer Film, ihre Meinung äußert und dies in der Kunstform der Performance Art und der Musik wiedergibt. Wenn Manson, wie oben zitiert, von sich behauptet Angst zu repräsentieren, dann spielt er die Rolle der Angst, verkleidet als Manson, ähnlich wie in Goethes Faust Mephisto der personifizierte Teufel ist. Die Rolle des Marilyn Manson ist so angelegt, dass seine Widersacher ihre Kritik im Grunde an eine theatrale Figur richten, die bei ihrer Performance die hypokritischen Wahrheiten und Lügen jener enttarnt. Die Figur des Marilyn Manson versteht sich als ein Sprachrohr der Geächteten und sozial Ausgeschlossenen. Auf die Frage was er den Menschen in Columbine sagen würde erwidert Manson: „I wouldn’t say a single word to ‘em. I would listen to what they have to say. And that’s what no one did.“¹⁹⁹ Mit dieser Aussage kritisiert er indirekt die Öffentlichkeit für deren Aufarbeitung dieses schrecklichen Ereignisses und stellt sich so an die Seite der betroffenen Bevölkerung. Marilyn Manson inszeniert sich als „Jesus der Verdammten“, wie auch das Plattencover zu seinem Album *Holy Wood (In The Shadow of The Valley of Death)*²⁰⁰ erahnen lässt, auf dem Manson als Gekreuzigter geschändet und ohne Unterkiefer zu sehen ist.²⁰¹

„But it was the inclusion of Marilyn Manson (Alice Cooper meets Nine Inch Nails with an over-the-top sex-and-Satan shtick) that drew attention to the tour. Marilyn Manson riled right wing Christians who posted denunciations of the band on the internet (many scurrilous), pressured local authorities to ban the concert and protested in front of venues where the show went on. The main impact of their actions, beyond providing lawyers with work, was to keep the tour in newspaper headlines.“²⁰²

¹⁹⁸ Bowling for Columbine, R: Michael Moore, USA, 2002 [44:28-44:41], [44:53-44:57]

¹⁹⁹ Ibidem [44:39-44:45]

²⁰⁰ Holy Wood (In The Shadow of The Valley of Death), Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 2000

²⁰¹ Siehe <http://marilynmanson.com/discography/>

²⁰² Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 292-293

Manson sorgt mit seinen Shows für Schlagzeilen und Ärger mit den Autoritäten. Vor allem seine früheren Shows (Mitte der 1990er bis Anfang der 2000er Jahre) sind von makabren Akten geprägt, wie zum Beispiel Fellatio auf der Bühne oder sich selbst mit Glas zu zerschneiden. Blickt man auf die Aktionisten der 1960er Jahre, so ist diese Art von Performance also auch nichts Neues oder von Manson erfunden. Es ist nur der Kontext der Inszenierung, wie Heavy Metal Musik, skurril geschminkte Musiker, obszöne Gesten und satanisch-okkulte Requisiten, die dem Spektakel einen besonderen Beigeschmack geben, der für die endlose Kritik an Manson verantwortlich ist. Folgende Schilderung von Marilyn Manson selbst über szenische Vorgänge bei einem seiner frühen Konzerte erklärt eben Beschriebenes nur allzu deutlich:

„During one concert we put her in a cage [eine Komparse. Anmerkung des Autors.], and, as the band played “People Who Died” by the Jim Carroll Band, I revved up a chainsaw and tried to grind through the metal. But the chain flew off the blade, smacked me across the eyes and made a huge gash in my forehead, sending blood streaking down my face. I barely made it through the rest of the show because all I could see was red.

Like any good performance art, there was a message behind the violence. Most of the time, I wasn't inflicting pain on myself and others unless it was in a way that would make people think about the way they act, the society they live in or the things they take for granted. Sometimes, as a concrete lesson in making assumptions, I'd toss into the audience dozens of Ziploc bags – half of them filled with chocolate chip cookies, the other half with cat turds.“²⁰³

Die Show zeigt wiederum Merkmale des Grand-Guignol Theaters auf, die bereits bei Alice Cooper zuvor schon verwendet wurden. Manson inszeniert ein Kabinett des Grauens auf der Bühne, das den Zuschauer direkt in die szenische Handlung involviert und durchlebt seine Rolle. Wie Stanislavskys Schauspielregeln es beschreiben, erfüllen Darsteller wie Zuseher eine „produktive Einfühlung“.²⁰⁴ Eine weitere Konzertbeschreibung Mansons verstärkt noch weiter die Horror-Grand-Guignol-Kabinett-des-Grauens-Show, die Manson inszeniert:

„In an attempt to reiterate the lesson of *Willy Wonka* in my own style during other shows, I hung a donkey piñata over the crowd and put a stick on the edge of the stage. Then I would

²⁰³ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 93

²⁰⁴ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 172

warn, "Please, don't break this open. I beg you not to." Human psychology being what it is, kids in the crowd would invariably grab the stick and smash the piñata apart, forcing everyone to suffer consequence, which in this case was a shower of cow brains, chicken livers and pig intestines from a disemboweled donkey."²⁰⁵

Ein weiteres „Highlight“ seiner Shows ist, wenn Manson, üblicherweise vor Beginn des Liedes *Antichrist Superstar*²⁰⁶, von einer auf der Bühne aufgebauten Kanzel aus, aus der Bibel liest, blasphemische Äußerungen los wird und die Bibel anschließend zerfetzt oder anzündet und ins Publikum wirft.²⁰⁷ Ein Marilyn Manson Konzert ist wie Dantes *Inferno*, nur dass man nachher wieder nach Hause gehen kann.

Ein weiteres Medium, das Manson einsetzt, um seine Kunst auszulegen, ist die Malerei. Die Bilder sprechen auch Leute an, die nicht Fan von seiner Musik oder seiner Person sind, da jeder Mensch ein Bild auf seine Art und Weise wahrnimmt. Manson dazu:

„I try to remove part of being "celebrity" of my painting, because being a rock star is different to being a celebrity. It is my environment, yes, and then I have to keep in touch with that. As Andy Warhol said that marked the trend in twentieth century art, and is part of pop culture and sometimes that can be frustrating. There are those who claim to be psychiatrists and analyze my paintings from that perspective, while others are unimpressed with the painting by itself. In music, people form a bias because they know that this is a song of mine. In the painting, no matter if you are not my fan to admire my painting, whatever you can see and have an opinion, whether it is done by Marilyn Manson."²⁰⁸

Die Figur Marilyn Manson inszeniert seinen „Text“ weiter auf die Leinwand, auf der er ebenfalls wie auf der Bühne und in seinen Liedern makabre, subversive, obszöne und morbide Motive darstellt. Marilyn Manson ist mit Sicherheit ein Ausnahme Künstler, der den Weg, für andere Künstler bereitet und moralische Grenzen sprengt, wie etwa KISS, Alice Cooper oder King Diamond schon vor ihm. Die Inszenierung der Figur Marilyn Manson durch die Adaption verschiedener Kunstrichtungen, wie etwa der Performance Art, Musik oder

²⁰⁵ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 94

²⁰⁶ Antichrist Superstar, Marilyn Manson, Antichrist Superstar, Autor: Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1996

²⁰⁷ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=D5cXAf5AXZU> 12. Juni 2011

²⁰⁸ http://www.mansonwiki.com/wiki/Interview:2010_Playboy_MX

Malerei, zeigen, wie vielseitig einsetzbar diese Figur ist. Marilyn Manson ist die Weiterentwicklung von Alice Cooper und David Bowie, sowie der okkulten Theater und Darstellungen der Vergangenheit.

3.1.3 Lady Gaga

“Gaga is the first artist in history to claim four #1 hits from a debut album.”²⁰⁹

Mit ihrem 2008 erschienenem Album *The Fame*²¹⁰ stieg Lady Gaga vom Underground zum Mainstream Superstar auf und sollte die neue „Queen of Pop“ werden. Mit bürgerlichem Namen Stefani Germanotta rief sie die Figur der Lady Gaga ins Leben. Die Figur selbst ist als ein Superstar des digitalen Zeitalters angelegt. Wie bereits einige Künstler zuvor, bedient sich Lady Gaga eines androgynen und skurrilen Aussehens. Dies zeigt sich durch den Einsatz von überdurchschnittlich viel Schminke und kreativen Eigenkompositionen die Make-up Designs betreffend sowie durch bizarre und futuristische Kostüme, die von extremen Glitzer- und Leuchtkleidern über Kopfbedeckungen aus Fleisch bis hin zu überdimensionalen Sonnenbrillen reichen. Ferner lassen sich Einflüsse früherer Künstler bezüglich ihrer Kostüme, Wandlungen und Masken feststellen, wie etwa Ähnlichkeiten mit dem Schminkstil von Marilyn Manson oder dem Spiel mit dem Androgynen eines Bowie. Die Musikjournalistin Maureen Callahan, tätig bei der New York Post²¹¹, kommentiert die Facetten der Figur Lady Gaga als folgend:

„Von der deutschen Sängerin Nina Hagen und von Dale Bozzio, der Leaderin der Band Missing Persons, stahl Gaga die offensive Sexualität [...] Von Peter Gabriel, aus dessen Jahren bei Genesis, von Boy George und von Leigh Bowery bezog sie das weiße – kabukihaft – geschminkte Gesicht. Von Björk, [...] klaut sie die futuristische Ästhetik und vermittelt, wie Björk, den Eindruck, kosmische Weisungen zu erhalten. [...] Sie stahl also das furchterregende Make-up, ihre androgynenhafte Anmutung von all den Erwähnten, ebenso aber von Marilyn Manson und Alice Cooper.“²¹²

²⁰⁹ Siehe <http://www.ladygaga.com/bio/default.aspx> 13. Juni 2011

²¹⁰ *The Fame*, Lady Gaga, Interscope, Cherrytree, Kon Live, Streamline, 2008

²¹¹ *Lady Gaga-Die Biografie*, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010, S. 2

²¹² *Ibidem* S. 115-116

Wie diese Figurenbeschreibung erahnen lässt ist Lady Gaga eine sehr wandelbare Figur bezüglich Kostüm, Stil und generellem Look. Ähnlich wie Marilyn Manson tritt sie nie als Stefani Germanotta auf, sondern inszeniert und spielt ihre Rolle bei jedem öffentlichen Auftritt, also auch in den Medien und auf der Bühne. Auch während ihrer szenischen Darbietung auf der Bühne wechselt sie öfters das Kostüm, jeweils auch angepasst an den Song und dessen Inhalt. Ist das Lied beispielsweise von rebellischem Charakter, so kleidet sie sich lasziv und bringt damit ihre Stellung als moderne Frau zur Geltung. In Hinsicht auf ihre gezielt ausgewählten Kostüme für den jeweils dazu gegebenen Anlass schreibt Callahan bezüglich einer Aussage einer Mitarbeiterin Gagas weiteres:

„Angela Ciemney behauptet, Gaga würde alleine aus Spaß zwischen weißem Teint und gebräunter Haut hin- und herschwanken. Den einen Tag sprühte sie einen Selbstbräuner auf ihre Haut, am nächsten Tag wusch sie ihn weg. Dabei verschwendete sie keinen Gedanken daran, was sie da ihrer Haut antat. Sie ging unter die Sonnenbank, wenn eine dunklere Hautfarbe zu ihrem Look zu passen schien. »Es kam immer nur auf den Look an, den sie anstrebte«, sagt Angela Ciemny.“²¹³

Lady Gaga, die sich als Superstar des digitalen Zeitalters inszeniert, setzt dabei in großem Maße digitale Medien ein. Neue soziale Netzwerke, wie Facebook oder Twitter, werden zu einer eigenen Bühne für Gaga. Sie nützt die sozialen Netzwerke, um ihren Fan-Kreis enger an sich zu binden und ihm das Gefühl der persönlichen Nähe zu geben. Als soziales Netzwerk bezeichnet man gemeinhin eine online Plattform bei der sich jeder User ein Profil erstellen und so mit befreundeten anderen Usern innerhalb des Netzwerks kommunizieren kann. Der User kann mit den Leuten im Netzwerk Fotos oder Videos teilen so wie Nachrichten hinterlassen. Danah Boyd und Nicole Ellison definieren soziale Netzwerke folgendermaßen:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections

²¹³ Lady Gaga-Die Biografie, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010, S. 241

and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.”²¹⁴

Vereinfacht dargestellt und auf den Punkt gebracht formuliert das Fraunhofer-Institut für Sichere Informationstechnologie in Darmstadt die Definition eines sozialen Netzwerks, wenn es sagt „Soziale-Netzwerke- Plattformen erweitern prinzipiell die Palette an Interaktionsmöglichkeiten zwischen Menschen im Internet.“²¹⁵. Lady Gaga nutzt diese Möglichkeiten maximal aus. Dies beweist der Fakt, dass Lady Gaga der erste Mensch auf der Welt ist, der es geschafft hat über zehn Millionen Twitter-Follower zu haben.²¹⁶ Weiteres kann Gaga auf Facebook noch eine Zahl von über 40 Millionen (!) Freunden vorweisen²¹⁷. Rechnet man all ihre YouTube Hits peripher zusammen, so lassen sich fast eineinhalb Milliarden Aufrufe zählen.²¹⁸ Auch bei den online Musikdownloadportalen, wie beispielsweise iTunes, schafft es Lady Gaga alle Rekorde zu brechen. Dies zeigt sich am Beispiel ihrer Single *Born This Way*²¹⁹, die zur bisher am schnellsten verkauften Nummer-eins-Single in der bisherigen Geschichte von iTunes wurde.²²⁰ Die Lady Gaga Kennerin und Journalistin Maureen Callahan schreibt hierzu weiteres:

„»Mit Twitter und Facebook und Myspace gibt es zwar Plattformen sogenannter >Massenintimität<, die aber nur in den seltensten Fällen funktionieren. Weil doch jeder inzwischen weiß, dass da nicht mit einem persönlich kommuniziert wird.« Garland sagt: »Wer mit zehn Millionen vermeintlicher Freunde kommuniziert, findet keine Zeit für echte Nähe. Manchen Künstlern aber gelingt das trotzdem. Während mancher Live Auftritte haben selbst Leute auf den billigen Rängen das Gefühl einer ganz persönlichen Sondervorstellung beizuwohnen.«“²²¹

²¹⁴ "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.", Danah Boyd and Nicole Ellison, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11, Oktober, 2007 siehe auch <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

²¹⁵ <http://sit.sit.fraunhofer.de/studies/de/studie-socnet-de.pdf> 15. September 2011

²¹⁶ <http://www.news-experten.de/unterhaltung/zehn-millionen-follower-lady-gaga-ist-twitter-queen-16362/> 12. Juni 2011

²¹⁷ Siehe <http://www.facebook.com/ladygaga> 15. September 2011

²¹⁸ <http://www.famecount.com/youtube/ladygagavevo> 15. September 2011

²¹⁹ *Born This Way*, *Born This Way*, Lady Gaga, Interscope Records, 2011, Autoren: Stefani Germanotta, Jeppe Laursen, Fernando Garibay, Paul Blair

²²⁰ <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/News/Lady-Gaga-knackt-internationale-iTunes-Charts-Samstag-12.-Februar-2011> 12. Juni 2011

²²¹ *Lady Gaga-Die Biografie*, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010, S. 152

Jedoch ist es vor allem wichtig, wie am Beispiel Gaga zu sehen ist, eine gewisse Anzahl an Freunden innerhalb des Netzwerks zu haben, was zur Folge hat, dass Neuigkeiten und Statusmeldungen, also Kommunikation, schneller und flächendeckender betrieben werden kann und wird. Man kann sich beispielsweise vorstellen, dass wenn Lady Gaga auf ihrem Twitter-Account bloggt, dass ihr neuestes Musikvideo auf YouTube zum Download steht, wie oft dieser Clip innerhalb weniger Minuten abgespielt wird, wenn die Nachricht bei zehn Millionen Twitter-Followern eintrifft. Jene die den „tweet“ nicht sofort erhalten haben, können dann sicherlich bald über Facebook, oder eine andere online Plattform, von dem neuen Video erfahren, wenn die Leute, die es schon gesehen haben, auf Facebook, etc... posten, dass das Video zum Download bereit steht. Dies ist auch eine Erklärung für die hohe Anzahl an Downloads und Views, die Lady Gaga zur Rekordhalterin sämtlicher Statistiken des Web 2.0 und der sozialen Netzwerke macht. Diese Verknüpfung verschiedener sozialer Netzwerke ermöglicht es Information schnell zu verbreiten. Hat ein User, wie zum Beispiel Lady Gaga, viele Freunde oder Follower, so ist dies ein Indikator für die Geschwindigkeit und den Umfang der Verbreitung von Information, weil sie von User zu User distribuiert wird. Boyd und Ellison schreiben hierzu folgendes: „The public display of connections is a crucial component of SNSs. The Friends list contains links to each Friend's profile, enabling viewers to traverse the network graph by clicking through the Friends lists. On most sites, the list of Friends is visible to anyone who is permitted to view the profile, although there are exceptions.“²²² Somit ergibt sich als logische Konsequenz, dass, je mehr Freunde man innerhalb sozialer Netzwerke hat, desto leichter kann man Information verbreiten. Lady Gaga hat dies erkannt und weiß dies perfekt zu nutzen.

Als weiterer Effekt kommt hinzu, dass Lady Gaga mit diesen sozialen Netzwerken und Blogs, eine persönliche Nähe zu ihren Fans aufbaut und erhält. Dies tut sie indem sie auch den Kontakt zu ihnen sucht. Sie gibt ihren Fans den Namen „Little Monsters“, wobei sie sich selbst als „Mother Monster“ beschreibt. Lady Gaga setzt ihre Blogs gezielt dazu ein, die Massen zu erreichen und die Vorteile der digitalen Welt maximal auszunutzen. Der Medienforscher Bernie Hogan beschreibt die Vorteile der online Kommunikationsinstrumente, wie soziale Netzwerke, und formuliert folgende Aussage, die,

²²² "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.", Danah Boyd and Nicole Ellison, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11, Oktober, 2007 siehe auch <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> 15. September 2011

wenn man an Lady Gaga und ihre Art der Nutzung sozialer Netzwerke denkt, exakt zutrifft: „The Internet is not a single technology, but a substrate for digital information. On top of this substrate are specific media with their own unique features for social interaction. A blog's one-to-many feature is a social affordance enabling individuals to broadcast life updates, thoughts and new innovations to a unique and often personally known audience.“²²³ Diese „personally known audience“ kann bei Gaga und ihren 40 Millionen Freunden, natürlich nur beschränkt persönlich sein, jedoch die Nahbeziehung zu ihren Rezipienten besteht. Jene kennen Gaga zwar nicht persönlich, wissen aber, anhand von Informationen, die sie aus verschiedenen Medien, wie Biographien, Schlagzeilen, Fernsehinterviews, Blogs, etc..., über Gaga erhalten, enorm viel über sie und ihre Person. Auch Gaga weiß vermutlich, wie sich ihr durchschnittlicher Fan verhält, da sie bevor sie berühmt wurde sicher auch Fan von einem Musiker war und viel über ihn gewusst hat und mit diesem Bewusstsein kann sie eine Beziehung zu den Fans auf einer sehr persönlichen Ebene aufbauen. So entsteht zwischen Gaga und ihren Fans zwar eine pseudo-persönliche Beziehung, die de facto ja nicht existiert, jedoch Gefühle hervorruft und Taten setzen lässt, die einer realen persönlichen Beziehung entsprechen. Dies bedeutet, dass ein Fan Gagas, der sich auf ihrem Blog befindet und Nachrichten von ihr liest, sich auch tatsächlich angesprochen und betroffen fühlt. Über ihre Website kommuniziert sie mit ihren Fans indem sie beispielsweise unter der Rubrik „Gagavision“²²⁴ Videos veröffentlicht, die Botschaften an die Fans beinhalten und ihnen „Exklusivmaterial“ von öffentlichen Auftritten oder Shows zeigen. Als direkte Antwort können Fans über einen Live-Chat mit ihr und anderen Fans kommunizieren und/oder ihre Kommentare dazu abgeben, wie beispielsweise folgendes der Userin *ShannonRaeSchuerman*: „Lady Gaga, I hope you know how much you are loved. Don't you ever, even for a second, doubt the adoration of your Little Monsters (including myself). Thank you for all that you do. Your music has gotten me through some tough times recently. You don't just write and sing songs, you write and sing ANTHEMS! We love you, girl.“²²⁵ Gaga versucht damit mit ihren „Little Monsters“ in Kontakt zu bleiben und damit eine persönliche Nähe herzustellen. Auch wenn dies über das Internet per Videobotschaft²²⁶ als unmöglich gilt, so widersprechen die Zahlen der User und Followers die Lady Gaga hat,

²²³ The Networked Individual: A Profile of Barry Wellman, Bernie Hogan, in: *Semiotix*, Ausgabe 14, 2009
siehe auch : <http://www.semioticon.com/semiotix/semiotix14/sem-14-05.html> 15. September 2011

²²⁴ Siehe <http://www.ladygaga.com/gagavision/> 12. Juni 2011

²²⁵ Siehe <http://www.ladygaga.com/gagavision/> 12. Juni 2011

²²⁶ *Ibidem* 12. Juni 2011

dieser Vermutung. Durch das Kultivieren einer solchen pseudo-persönlichen Beziehung zu ihren Rezipienten, kann sich Lady Gaga auf Dauer einer enormen medialen Aufmerksamkeit erfreuen, was die Möglichkeit ihre Kunst vor einer globalen Öffentlichkeit zu präsentieren und damit ihren Profit steigert. Ohne die medialen Komponenten und das daraus resultierende intermediale Konzept, das Lady Gaga aufgebaut hat, wäre eine derartige Prominenz und Popularität nahezu unmöglich. Die mediale Inszenierung mit den neuen Medien, wie Internet oder Musikvideo, beherrscht und nützt Lady Gaga wie keine zweite. Auch auf der Bühne vor tatsächlich anwesenden Rezipienten verbucht sie einen unheimlichen Erfolg, da sie das Publikum mit neuen inszenierungstechnischen Ideen beeindruckt, die den Einsatz eines intermedialen Bühnenkonzepts als Grundlage haben. Dazu kommt, dass sie die neu angewandten medialen Komponenten der Live-Darbietungen perfekt mit traditionellen Medien und Darbietungsformen vermischt.

Bei ihren Konzerten und Live Darbietungen inszeniert sich Gaga auf der Bühne als eine Avantgardefigur aus der digitalen Matrix. Durch die zuvor angesprochenen skurrilen, aufreizenden und lasziven Kostüme liefert Lady Gaga den Rezipienten eine abwechslungsreiche Transformation der Figur in den jeweiligen Kontext der übrigen szenischen Vorgänge. Gaga interagiert mit dem Zuschauer und überflutet während ihrer Darbietung die Rezipienten mit akustischen, visuellen und erotischen Reizen. Dies tut sie durch eine Kombination aus Kostüm, der fast technoartigen Popmusik und ihrer Performance Art. Eine Konzertbeschreibung der renommierten englischen Tageszeitung Daily Mail verdeutlicht dies:

„She has just about exhausted the extremes one can go to with costumes, so Lady Gaga has turned to using stage design to shock her audiences.

As the Bad Romance singer performed on stage during her Los Angeles show as part of her Monster Ball tour, her piano suddenly burst into flames, to uproarious cheers from her thrilled fans. Wearing a studded black bikini, fishnet stockings and knee-high boots, the 24-year-old sang as the flames rose, eventually standing on her seat, with one foot on the keys, to dance.”²²⁷

²²⁷ <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1302545/Lady-Gaga-sets-crowd-alight-receives-plaque-51-million-singles-sold.html?ito=feeds-newsxml> 12. Juni 2011

Ein weiteres Beispiel für ihre extremen Kostüme, die sie bei ihren Auftritten verwendet, sind etwa ihr Discostab – ein schwarzer Stab mit Leuchtkristallen an einem Ende, der als Accessoire dient – oder riesige, schwarze Sonnenbrillen auf deren Oberfläche Videoclips ausgestrahlt wurden.²²⁸ Weitere Kostüme zeigen sie in einem Seifenblasenkleid, oder mit einem BH, der Funken aus ihren Brüsten sprühen lässt, weiteres ein komplett von Perlen übersätes Outfit oder ein mechanisches Kleid, das sich selbstständig auf- und zu fächert.²²⁹ Die meisten Outfits, die sie bei ihren Shows verwendet, denken sich kreative Leute und sie selbst im sogenannten „House of Gaga“ aus, das, ähnlich Warhols Factory, eine Kreativwerkstatt verschiedenster Künstler in New York ist.²³⁰ Womit sie wieder auf ihren Status als Avantgardekünstler hinweist. Dies beweisen auch Videos, welche sie „The Crevette Films“ oder „The Candy Warhol Films“ nennt, die sie während ihrer Shows über riesige LED-Leinwände abspielt. Was diese darstellen oder zeigen, wird wie folgt beschrieben:

„Mit der Tour schien Gaga glücklich. Eine ganz gelungene Vorstellung davon, wie ihre Show aussehen sollte, hatte sie auch schon. Jene Show sollte LED-Bildschirme enthalten, auf denen jedoch keine konventionellen Filme, sondern, wie sie sie nannte, »The Crevette Films« beziehungsweise »The Candy Warhol Films« liefen. Es handelt sich dabei um unbearbeitete, etwas unheimlich wirkende Kurzfilme, in denen Productplacement betrieben wurde – etwas, was sie in ihrem Videoclip zu »Telephone« zu einer Kunstform zu erheben versuchte.“²³¹

Gaga setzt also verschiedene Medien und Unterhaltungsformen für ihre Inszenierung ein, sowohl auf der Bühne als auch abseits davon. Auf der Bühne verschmelzen Musik, Performance Art, Kostüm und Maske sowie Film zu einem intermedialen Gesamtkonzept einer szenischen Handlung. Auch abseits der Bühne setzt Gaga verstärkt auf intermediale Konzepte und Strukturen, um sich jederzeit darstellen zu können. Dies geschieht teilweise mittels Aufmerksamkeit die durch den Journalismus hervorgerufen wird, in Printmedien, wie auch in Radio und Fernsehen, sowie teilweise durch Videoclips oder Auftritte in Unterhaltungsshows die im Fernsehen gezeigt werden, bzw. im Internet durch ständige Präsenz in sozialen Netzwerken und Videoportalen oder Blogs und Chats. Es bleibt sicherlich spannend die weitere, noch junge und dennoch schon so erfolgreiche Karriere Lady Gagas zu

²²⁸ Siehe Lady Gaga-Die Biografie, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010 S. 192

²²⁹ Ibidem S. 192 ff.

²³⁰ Ibidem S. 193

²³¹ Lady Gaga-Die Biografie, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München 2010 S. 191

beobachten und festzustellen, welche neuen Trends sie, sowohl künstlerisch als auch intermedial, noch setzen wird.

3.2 Theatrale Inszenierung und Anwendung intermedialer Konzepte bei Bühnenshows

„Out there in the spotlight
You're million miles away
Every ounce of energy
You try to give away
And the sweat pours out your body
Like the music that you play”
- Bob Seger²³²

Bei einem Rock- oder Popkonzert, anders als bei einem klassischen Konzert, ist der Focus nicht rein auf die Musik gerichtet, sondern auch auf szenische Vorgänge, welche die visuelle Unterhaltungserwartung des Rezipienten befriedigen. Hierbei kommen verschiedene theatralische wie technische Mittel zum Einsatz um im Endprodukt eine Inszenierung zu schaffen, die sich letztendlich aus intermedialen Konzepten zusammensetzt. Bei Rock- oder Popkonzerten vermischen sich verschiedene Bühnenkonzepte, bei denen eine Renaissance klassischer Einflüsse nachgewiesen werden kann, sowie der Einsatz von technischen Medien der modernen Zeit. Willie Williams schreibt in James L. Moodys Buch *Concert Lighting. Techniques, Art, and Business*²³³: „It is interesting to note that a rock show is the only kind of staged performance that does not have a director. Add to this fact that the cast (i.e., the band) is in charge (not to mention funding the event) and you have a curious power structure, one that would give most theatre directors nightmares.”²³⁴ Der Künstler versucht das Publikum an der Show teilhaben zu lassen und mit ihm zu interagieren. Anders als beispielsweise in der Oper, wo die Rezipienten während der Vorstellung, bis auf Szenenapplaus oder Beifalls- oder Missfallensäußerungen am Ende eines Akts oder des Werkes, ruhig sind, nur zusehen und ihre Emotionen und Gedanken für sich behalten. Bei einem Pop- oder Rockkonzert ist es hingegen essentiell, dass das Publikum mit den auf der Bühne handelnden Figuren interagiert. Deena Weinstein beschreibt dies in Bezug auf ein Konzert einer Heavy Metal Band folgendermaßen: „At the concert the constitution of metal

²³² Turn The Page, Back in '72, Bob Seger, Capitol Records, 1976, Autor: Bob Seger

²³³ Concert Lighting. Techniques, Art, and Business, James L. Moody, Elsevier Ltd., Oxford, 1997

²³⁴ The U2 Zoo TV Tour, Willie Williams, in: Concert Lighting. Techniques, Art, and Business, James L. Moody, Elsevier Ltd., Oxford, 1997 S. 196

as a cultural form becomes concrete, as each of the actors in the constituting transaction meet. The concert is the event that epitomizes the cultural form and brings it to fulfillment.”²³⁵ Das Publikum ist an manchen Stellen in die Aktionen und szenischen Vorgänge in der Inszenierung eingeplant und integriert. So ist mitsingen/mitgröhlen durchaus erwünscht und die Künstler binden die Zuschauer in die Inszenierung ein, wenn sie beispielsweise jene dazu ermuntern mitzusingen oder bei der Performance mitzumachen. Marilyn Manson lässt etwa bei einem Konzert in Cedar Rapids, Iowa, das Publikum das Wort „Drugs“ lauthals buchstabieren im Anschluss an eine Erzählung einer seiner Träume.²³⁶ Die Band Slipknot lässt zum Beispiel des Öfteren das ganze Publikum niederknien, um es beim Einsatz des Allegro am Anfang eines Liedes gleichzeitig hochspringen zu lassen²³⁷. Oder der Sänger und Frontman lässt das Publikum singen²³⁸ und gibt ihnen Kommandos, wie sie sich bewegen sollen, indem er sie zum Beispiel dazu auffordert, ihre Arme in die Luft zu heben.²³⁹ Kommandos wie „Get your fucking hands up in the fucking air!“²⁴⁰ sind durchaus, wenn auch vergleichsweise primitive, Regieanweisungen, die der Frontman an das Publikum gibt, welches in diesem Fall als Komparsen dient, um die Inszenierung der gesamten Show, nach den Vorstellungen des Künstlers, zu komplettieren. Deena Weinstein schreibt hierzu weiteres:

„[...] the artist creates the music and is brought together with an audience through the offices of media. The transaction can also be described in another way, which emphasizes social structure. In this case the artist stands between the two worlds of the audience and the media, and the transaction is one in which the audience pays the media to deliver an artist to it. Here the artist functions in two ways, as a commodity for the media to sell and as a culture hero for the audience to admire. That is the structure of the concert.”²⁴¹

Ähnlich der Bühne in der Shakespearezeit ist auch die Bühne bei einem Rock- oder Popkonzert konzipiert. Die Shakespearebühne ist nach drei Seiten hin offen und das Publikum steht bis zum Rand der Bühne. Weiteres gibt es noch Ränge mit Sitzplätzen, für die

²³⁵ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 199

²³⁶ Siehe I Don't Like The Drugs (But The Drugs Like Me), The Last Tour on Earth, Marilyn Manson, Nothing Interscope Records, 1999, Track 9, [00:00-02:22]

²³⁷ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=xdjeiaHZoag> 14. Juni 2011

²³⁸ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=Ow7rXoWDeMQ> [0:19-0:27] 14. Juni 2011

²³⁹ Siehe 193 14. Juni 2011

²⁴⁰ Siehe 193 [0:52-0:55] 14. Juni 2011

²⁴¹ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 199

besser situierten Bürger und den Adel, inklusive der Monarchen. Genau wie bei den heutigen Rock- oder Popkonzerten stand der Hauptteil des Publikums im Zuschauerraum bis hin zur Bühne, andererseits gibt es auch heute noch Ränge, die mehr Komfort und eine bessere Sicht bieten. Ferner ist es dem Publikum nicht untersagt zu essen, zu trinken, zu rauchen, sich zu unterhalten und das Publikum kann sich frei bewegen. Dies weist beispielsweise eine Parallele zu den Gladiatorenkämpfen in der Römerzeit auf, bei denen genauso Essen und Trinken verkauft wurde und es erlaubt war, sich frei zu bewegen und auch hier gab es verschiedene Ränge. Eine weitere Parallele stellt Andreas Kotte zum *environmental theatre* her und schreibt hierzu:

„Den Begriff für das *environmental theatre* übernimmt er [gemeint ist Marvin Carlson. Anmerkung des Autors.] von Richard Schechner (1973) und meint ein Raumkonzept, das mit der klaren Trennung von Bühnen- und Zuschauerraum bricht. Indem sich die Zuschauenden frei im Raum bewegen, den Blickwinkel wechseln und gruppiert oder individuell mit den Schauspielern in Interaktion treten, entstehen flexible Spielräume mit fließenden Grenzen. Dies geschieht gestisch, akustisch oder mittels dinglicher Attribute, Abgrenzungen zwischen Spielgruppen [wie etwa heute Festivals. Anmerkung des Autors.] entstehen vorrangig durch die sich ihnen zuordnenden Zuschauenden.“²⁴²

Anders als bei heute in Theatern und Opern üblichen Guckkastenbühnen verschmelzen hier die Aktionen der Darsteller und der Rezipienten zu einer Interaktion zwischen den beiden Agitatoren. Kotte kommentierte weiteres zur Guckkastenbühne: „Die Hoftheater mit ihrem Bühnenrahmen und der möglichen Variation Vorder- oder Vorbühne bilden, wie bei Carlson, die Vorstufe für eine perfekte Trennung von Agierenden und Zuschauenden im Guckkastentheater des 19. Jahrhunderts. Nun trennen Rahmen und Rampe, Dunkelheit und Beleuchtung; lediglich eine *vierte Wand* des Bühnenraums fehlt.“²⁴³ Dies ist bei Rock- und Popkonzerten eindeutig nicht der Fall, was wie zuvor beschrieben, darauf zurückzuführen ist, dass Pop- und Rockbühnen selbst eine Variation und Vermischung antiker und klassischer Bühnenformen sind, was noch einmal deutlich wird, wenn man ins Auge fasst, dass sowohl die meisten antiken und klassischen Bühnen Freiluftbühnen waren, wie die meisten modernen Pop- und Rockkonzerte auch, während moderne Opern- und Theaterhäuser es

²⁴² Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 71-72

²⁴³ Ibidem S. 74

zumeist nicht sind. Bei Rock- und Popkonzerten geht es eben um das Zusammenspiel von Rezipienten und den auf der Bühne handelnden Figuren, die im weiteren Sinne die Verschmelzung von Medien anführen. Deena Weinstein hierzu:

„Frontstage is the realm of the audience, ruled by a sense of community, adherence to the codes of valued subculture, and expressive-emotional experience- The stage itself is the site of the mediation of these two worlds by the performing artist who binds them together with the music. Media and audience share two radically different interests in the same thing, the music. The artist, in bringing the media and the audience together, must belong to their different worlds; he is at trickster figure, combining opposites. The artist is the bricoleur of the bricolage that is the concert.“²⁴⁴

Showeinlagen, mittels technischer Medien sind heute wie damals en Vogue, nur dass sich heute viel mehr Möglichkeiten bieten und auch eingesetzt werden. Videowalls, die aufwendig gestaltete Kurzfilme zeigen, monströse Requisiten, Pyrotechnik und waghalsige Darbietungen ergänzen die musikalische Darbietung bei Rock- und Popkonzerten zu einem Medienspektakel. Kotte hierzu: „Die Überlegungen Marvin Carlsons bieten den Vorteil, dass sie die grundsätzliche *face-to-face*-Situation der großen Mehrheit der als Theater bezeichneten Phänomene in einen Bezug zu den Bildmedien stellen.“²⁴⁵ Videowalls und Videoinstallationen dienen den Künstlern hierbei als eine weitere Plattform, zusätzlich zu szenischen Handlungen und der Musik, ihre Botschaften oder das von ihnen Gesungene oder Dargestellte zu untermauern, und als Kulisse beziehungsweise Bühnenbild, um dem Rezipienten die Möglichkeit zu geben, sich besser in die Darstellung wie auch Performance hineinzusetzen und jenem zusätzliche Unterhaltung zu bieten. Ferner dienen große Videoscreens dazu, dem Publikum bei großen Konzertveranstaltungen, wie beispielsweise dem Nova Rock in Österreich oder dem Rock am Ring in Deutschland, bei denen über hunderttausend Menschen gleichzeitig einem Konzert beiwohnen, auch in den hinteren Reihen eine gute „Sicht auf die Bühne“ zu gewährleisten.

Ein weiteres visuelles Spektakel, welches zum ersten Mal von Pink Floyd eingesetzt wurde, sind Laserprojektoren. Diese projizieren (psychedelische) Formen und Figuren oder bunte

²⁴⁴ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 199-200

²⁴⁵ Siehe 200 S. 71

Strahlen und lassen die Show futuristisch und märchenhaft erscheinen. Auch Pyroeffekte, wie sie sich bereits im klassischen Theater oder theaterähnlichen Veranstaltungen der Vergangenheit gefunden haben, sind zum Standard jedes großen Rock- und Popkünstlers geworden. Abermals verglichen mit der französischen Klassik lässt sich feststellen, dass moderne Rock- und Popbühnen auf vergangene Bühnen- und Inszenierungsformen zurückgreifen, wenn man moderne Bühnenaufbauten und Pyroeffekte vergleicht mit jenen, wie sie etwa Anfang des siebzehnten Jahrhunderts beispielsweise in Frankreich eingesetzt wurden. Hilde Haider-Pregler beschreibt dies anhand folgendem Beispiels: „Besondere Berühmtheit erlangte, [...], der Einzug von Heinrich IV. in Lyon [...], wobei u.a. der mehrstöckige Turm von Babel in seinem komplizierten vielstöckigen Aufbau allegorischen Bildern Platz bot und schließlich Anlass für ein spektakuläres Feuerwerk der Vernichtung lieferte.“²⁴⁶. Man sieht also, dass es „Projektionsflächen“ gab, auf denen allegorische Bilder zu sehen waren, welche eindeutig als Vorgänger der Videowalls bei modernen Pop- und Rockkonzerten gesehen werden können, zumal jene heute, wie zuvor beschrieben, genauso allegorische Bilder oder Filme zeigen. Vor allem in der Rockmusik, und im Speziellen im Heavy Metal, wird großen Wert auf gigantische Inszenierungen gelegt und dazu werden immer größere und aufwendigere technische Hilfsmittel eingesetzt, um den Inszenierungsvorstellungen der Künstler zu entsprechen. Dies hat zur Folge, dass die Ansprüche an eine moderne Bühne und Bühnentechnik immer größer und auch extremer werden.

Um die heutigen Bühnenmaschinen bei Pop- und Rockkonzerten zu tragen und überhaupt möglich zu machen, müssen auch die Bühnen größer und extremer werden. Die Bühnen heutiger Rock- oder Popshows, etwa bei Festivals oder Stadionkonzerten, müssen mit Requisiten, Licht, Videowalls, Bannern, hydraulischen Maschinen, Tonanlagen, etc. kompatibel sein, um den Ansprüchen der Künstler gerecht zu werden. Anhand des Beispiels KISS und ihrer Europa Tournee 2010 kann eben Beschriebenes klar verdeutlicht werden und zudem der Einsatz von oben beschriebenen Medien bewiesen werden. Zunächst fällt ein gigantischer KISS-Vorhang und die Band eröffnet das Konzert mit einem Kurzfilm indem die Band allegorisch darauf anspielt in der Stadt zu sein. Im Anschluss an den Film ist auf der Videowall ein Livemitschnitt des Backstage Bereiches zu sehen und die Band auf ihrem Weg

²⁴⁶ Bei Hof und in der Stadt: Pariser Theater im 17. Jahrhundert, Prof. Dr. Hilde Haider-Pregler, Lernbehelf zur theaterhistorischen Vorlesung, Wintersemester 2010/ 2011 S. 21-22

zur Bühne. Sie grüßt dabei per Kamera die Fans und stellt damit zum ersten Mal einen direkten Bezug zum Rezipienten her. Es folgt der traditionelle „You wanted the best, you got the best“-Eröffnungsspruch, begleitet von Synthesizer Lärm, Nebel und einem Stroboskopgewitter. Die Band erscheint in ihren Kostümen und mit ihren Masken auf einer hydraulisch betriebenen Plattform, die auf die Bühne herunterfährt. Gleichzeitig setzt die Musik ein und Pyroeffekte werden gezündet und auf der großen Videowall im Hintergrund ist das ganze Spektakel überlebensgroß live übertragen. Nachdem das Lied zu Ende gespielt ist, wird wieder direkt mit dem Publikum interagiert.²⁴⁷ Im weiteren Verlauf des Konzerts baut Sänger Paul Stanley noch einmal eine extreme Nähe zum Publikum auf, wenn er mit einer Art Seilzug über das gesamte Publikum hinweg fliegt, um auf einer kleineren Bühne in dessen Mitte zu spielen.

Ein weiteres Beispiel für Requisiten oder Bühnenmaschinen die enorme Ansprüche an die Bühnenkonstruktion stellen ist Tommy Lee von der Band Mötley Crüe. Dieser ließ sich für die Tour 1987 einen Käfig bauen in dem er und sein Schlagzeug festgeschnallt waren. Dieser Käfig konnte 360° rotieren und sich nach links und rechts bewegen.²⁴⁸ Auch er setzt visuelle Medien ein – in diesem Fall buntes Licht und grelle Scheinwerfer, die aus dem Käfig strahlen – und spielt dabei ein Drum Solo. Er unterbricht immer wieder kurz seine musikalische Soloeinlage, um mit dem Publikum zu kommunizieren. Um all diese technischen Mittel zu installieren und ihre Sicherheit zu gewährleisten werden heute zumeist massive Aluminium oder Stahlkonstruktionen verwendet, wie in Abbildung 2 zu sehen ist. Ferner kann man Abbildung 2 entnehmen, wie viel Gewicht durch Bühnenrequisiten, Beleuchtungskörper, Videowall, Lautsprecher etc. entsteht und welche gigantischen Ausmaße solche Bühnen annehmen, und man kann die Vielzahl der eingesetzten Medien deutlich erkennen.

²⁴⁷ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=cQOpX9sFd7k&feature=related> 15. Juni 2011

²⁴⁸ Siehe http://www.youtube.com/watch?v=ZJD94O0Hw_I 15. Juni 2011

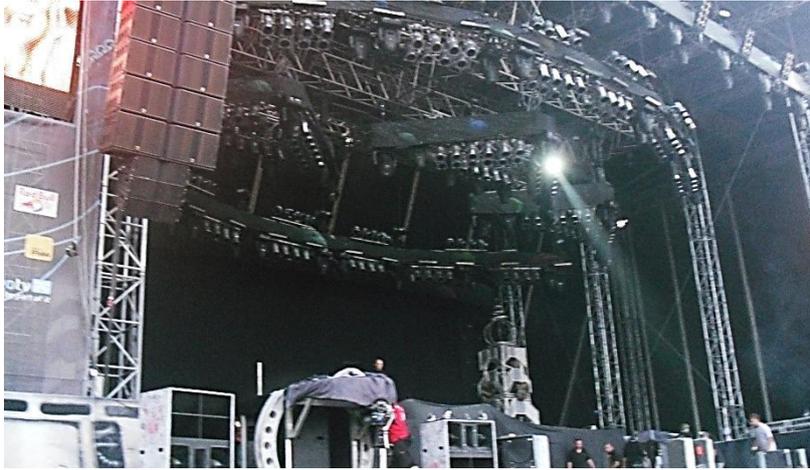


Abbildung 2: Bühnenkonstruktion der Hauptbühne beim Nova Rock Festival 2011

Foto: Privat

Weiteres fällt bei dem beschriebenen Auftritt von KISS eine weitere Parallele mit einem anderen Medium auf, nämlich dem der Oper. Der auf der Videowall gezeigte Kurzfilm und die Livemitschnitte von hinter der Bühne entsprechen der Ouvertüre und der Vorhang fällt wie in der Oper. Wie bei einer Oper die Zuschauer auf bestimmte Arien warten, so warten die Konzertbesucher auf gewisse Songs, die eine Pop- oder Rockgruppe bei einem Konzert singt, beziehungsweise spielt.

Die Parallelen zwischen antiken, klassischen und modernen Bühnenformen sind bei Bühnen der Pop- und Rockmusik durchaus gegeben und bilden sogar eine Mischung aus diesen Bühnenkonzepten. Auch der Einsatz von Bühnenmaschinen oder pyrotechnischen Effekten bei Pop- und Rockkonzerten ist schon bei antiken und klassischen Inszenierungen zu sehen gewesen und stellt einen weiteren Bezug zu vergangenen Methoden der Inszenierung her. Die technischen Mittel, mit denen diese Inszenierungsformen und Bühnen entwickelt, konzipiert und hergestellt werden sind jedoch auf moderne Standards und technische Errungenschaften und Weiterentwicklungen angepasst. Folgende Individualbeispiele veranschaulichen eben Dargebrachtes noch weiter.

3.2.1 Judas Priest

„There's many who tried to prove that they're faster

But they didn't last and they died as they tried”

- Judas Priest²⁴⁹

Judas Priest führten bei ihren Bühnenauftritten aus der S&M Szene kommende Kostüme ein und definierten damit einen neuen Look, der sich auf die Fans übertrug und zu einer Art Uniform für Rocker wurde. „On stage Priest started wearing black leather and studs. A uniform, later adopted by heavy metal fans, was born.”²⁵⁰ Dieser Hard-Core-Rocker-Biker Look „was introduced by Judas Priest in the mid-1970’s, the metal-studded leather fashion was reminiscent of an earlier British youth culture, the rockers.”²⁵¹ und „Judas Priest introduced a biker-from-hell look to the metal stage: “The members of Judas Priest wore leather and metal studs in abundance, giving heavy metal a visual image it previously lacked.””²⁵². Dieser Look war für die damalige Zeit etwas völlig Neues und wurde zum Markenzeichen von Judas Priest auf der Bühne. Das Annehmen der „Uniform“ durch die Fans ist ein Beweis dafür, dass die Fans, also die Rezipienten, von den visuellen Eindrücken und den Aktionen auf der Bühne, mit den Handelnden, wenn auch in diesem Zusammenhang subliminal, interagieren und beeinflusst werden, um ein Teil des Ganzen zu werden.

Abgesehen von den Kostümen oder dem Aussehen der Band führte Judas Priest erstmalig zwei Gitarren in den Heavy Metal ein, die sogenannte „Twin-Guitar-Attack“. „Glenn Tipton is one half of the legendary twin guitar attack of British metal pioneers Judas Priest.”²⁵³, die andere Hälfte dieses Phänomens heißt K.K. Downing. Zusammen kreieren sie einen einzigartigen und druckvollen Gitarrensound, der es erstmals ermöglicht auch live ein breites und virtuoses Klangspektrum zu erzeugen. Während ein Gitarrist soliert, hält der andere den Rhythmus, oder beide solieren und erzeugen so unisono Riffs sowie oktavenverschobene Melodien, was etwa der Rolle von Soloviolen in einem Orchester gleich kommt. Ein weiteres Merkmal von Judas Priest ist die klassisch ausgebildete und über mehrere Oktaven verfügende Stimme des Sängers Rob Halford. „He also had become one of the best singers in

²⁴⁹ Hell Bent For Leather, Killing Machine, Judas Priest, Columbia, 1978 Autor: Glenn Tipton

²⁵⁰ Seven Ages of Rock: Never Say Die, R: Anna Gravelle, GB, 2007 [22:10-22:18]

²⁵¹ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 30

²⁵² Ibidem S. 217

²⁵³ <http://www.ernieball.com/artist/642-Glenn-Tipton-Judas-Priest> 17. Juni 2011

all of hard rock, able to effortlessly alternate between a throaty growl and an ear-splitting falsetto.”²⁵⁴ „Nichts zuvor kam an das Tempo von Glenn Tipton und K.K. Downings Gitarren oder die großartige Theatralik in Rob Halfords phänomenaler Stimme heran. Judas Priest schöpften die intensivsten Momente aus der Vergangenheit in einen Kessel und mixten sie zu einer neuen magischen Art der Wahrnehmung zusammen.“²⁵⁵ Der Journalist Jonathan Tully beschreibt Halfords Stimme wie folgt: „If fans come away with anything from the show, it’ll likely be how incredibly powerful Halford’s voice remains. He’s always been blessed with both a nearly operatic vocal style and a piercing scream no other lead singer can ever hope to match. His mind-blowing wail at the end of the 1976 song “Victim of Changes” may haunt dreams over the next couple of days.“²⁵⁶ Auf Grund von Halfords opernhafter Stimme und den violinenartig gespielten Gitarren, kann die Musik von Judas Priest so beschrieben werden, dass sie, wenn zwar viel härter im Klang und kürzer in der Dauer der Stücke, Elemente der Oper in sich aufnimmt. Dies führt dazu, dass bei einer Liveshow von Judas Priest das Musikalische in Struktur und Inszenierung der Oper ähnlich ist und somit ein Beweis dafür ist, dass Pop- und Rockshows, und hier im speziellen der Heavy Metal, klassische Kunstformen adaptieren und neu gestalteten. Diese zwei musikalischen Elemente werden bei den Liveshows auch hervorgehoben, wenn etwa die Gitarristen alleine, also ohne Band, solieren und so ihre virtuoson Fähigkeiten zur Schau stellen oder Rob Halford die Bandbreite und Kraft seiner Stimme zeigt. Ian Christie schreibt weiteres: „Rob Halford jedoch perfektionierte den brennenden, vibrierend-erschütternden Gesangstil, der von gespenstischen Heulen bis zum wütenden, gepressten Knurren reichte. In Kombination mit modernen Studioeffekten und dem Zwiegespräch der knackigen Gitarren von Tipton und Downing führte die Verbindung von Talent und Technik zu genialem Metal-Sound auf höchstem Niveau.“²⁵⁷

Um diese bombastische musikalische Darbietung visuell zu untermauern setzt Judas Priest eine Vielzahl von verschiedenen Medien und Requisiten mit semiotischen Zeichen mit Wiedererkennungswert für die Fans ein, wie beispielsweise einem Zeitungsbericht zu

²⁵⁴ <http://allmusic.com/artist/rob-halford-p83446/biography> 17. Juni 2011

²⁵⁵ Höllen-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004 S. 32

²⁵⁶ <http://www.pbpulse.com/music/concert-reviews/live-shows/2009/08/18/judas-priests-british-steel-cuts-up-hard-rock-live/> 17. Juni 2011

²⁵⁷ Ibidem S. 34

entnehmen ist: „Vocalist Rob Halford appeared top stage left – rising up on a platform - in a sparkly gold robe, hefting a trident and singing Prophecy from the band's newest album, Nostradamus.“²⁵⁸ Bestandteil jeder Judas Priest Show ist das Einfahren Rob Halfords auf einem Motorrad: „Priest's singer Rob Halford, generally makes his stage entrance atop a Harley.“²⁵⁹ Priest inszenieren ihre Liveshows als visuelles Ereignis, das die Musik, die sie spielen, unterstützt. Deena Weinstein zitiert eine Aussage Rob Halfords, die folgendermaßen lautet: „One should note that prior to his musical career Halford was involved in theatrical lighting. He remarks, “In concert, heavy metal is larger than life, so we performers try to look larger than life ourselves, as a sort of visual representation of the music. As Halford's comment indicates, many features of a concert that foster emotion are also expressions of the heavy metal subculture.“²⁶⁰ Während in den 1970er Jahren Judas Priest mit ihrem Erscheinungsbild und ihren visuell andersartigen Liveshows ein Novum darstellten, so bedienen sie sich heute neuer Medien, um die visuell gigantische Show noch extremer und für den Rezipienten zu einem einmaligen Erlebnis zu machen.

Bei ihrer Epitaph-Tour 2011, ihrer Abschlusstournee, verwenden Priest Laser, die während einzelner Lieder und Liedpassagen als lichtartiger Vorhang eine Vielzahl von bunten und starken Strahlen über den Köpfen der Zuschauer projizieren. Dies wirkt futuristisch und lässt Lieder mit futuristischem Inhalt, wie zum Beispiel *Electric Eye*²⁶¹, indem Rob Halford aus der Sicht eines Spionagesatelliten singt, noch stärker zur Geltung kommen. Robert Walser beschreibt an Hand von *Electric Eye*, wie die Musik und der Text bei einem Konzert visuell inszeniert und verstärkt werden und wie der Rezipient sich dabei verhält, wenn er meint:

„The choruses are filled with syncopations, pushing against the solid metric organization and resetting with each line of the text. The song ends with feedback and echo, like a science fiction movie soundtrack accompanying a view of space – vast, mysterious, and ineffable. With “Electric Eye”, Judas Priest evokes a modern technological environment of high-tech energy and conflict; in their live concerts, computer-controlled laser beams flash around the stage with scary precision. The split address of the lyrics keeps intact the unresolvable

²⁵⁸ <http://www.canada.com/edmontonjournal/news/story.html?id=d3f9448e-a6f9-43ee-818a-f02e186b9602>
17. Juni 2011

²⁵⁹ Heavy Metal-The Music and Its Culture, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2000 S. 217

²⁶⁰ Ibidem S. 217

²⁶¹ Electric Eye, Screaming for Vengeance, Judas Priest, Columbia, 1982 Autor: Rob Halford, K.K. Downing, Glenn Tipton

tensions of fear and envy that such an environment can create. And the power of the music energizes both the representation of that danger and the fans who must survive it.”²⁶²

Neben dem für Judas Priest traditionellem bunten Lichtermeer wird bei der „Epitaph“-Tour verstärkt auf Pyroeffekte gesetzt, die perfekt mit dem Takt des Liedes synchronisiert sind. Auf der Videowall im Hintergrund der Bühne spielt Judas Priest Kurzfilme mit psychedelischen Inhalt ab, die passend zur Lasershow abgestimmt sind. Werden keine Kurzfilme gezeigt, so projiziert Priest etwa die Albumcovers ihrer Alben auf die Videowall, um den Rezipienten darauf hinzuweisen, aus welcher Zeit ihrer vierzig jährigen Karriere das gerade angestimmte und gespielte Lied ist. So dient die Videowall hier nicht nur als visuelles Unterhaltungsmedium, sondern auch als Informationsträger, vor allem für jüngeres Publikum, das zu dieser Zeit noch nicht gelebt hat und sich mit der Diskographie von Judas Priest eventuell noch nicht so gut auskennt, wie ihre alt eingesottenen Fans. Das Band Logo ist ein Dreizack und wird bei jedem Priest Konzert zur Schau gestellt. Bei der Epitaph-Tour 2011 etwa erscheinen links und rechts auf der Bühne, aus der Versenkung herausgehoben, zwei Dreizacke, die mit starken und hell strahlenden Scheinwerfern ausgestattet sind, um das Logo zu beleuchten und somit die Band zu beleuchten, für die das Logo steht. Durch den Einsatz von Nebelmaschinen schafft Priest ein mystisches und okkultes Ambiente, was wiederum auf den Heavy Metal anspielt. Zudem verstärkt der Einsatz von Nebel die Lichteffekte, da deshalb die Laser stärker zu Geltung kommen. Die restlichen Komponenten des Bühnenaufbaus werden in Tücher gehüllt, die dem Designkonzept des Bühnenbildes entsprechen, was im Fall der Epitaph-Tour 2011 ein Kettendesign ist. Dies unterstützt wiederum das Image der Band, die sich als „Defenders of the Faith“ des Heavy Metal ausgibt, und es verschönert „hässliche“ Bühnenteile, wie etwa Stahlträger, Boxen, Kabeltruhen oder Equipment Cases. Die gigantische Lichtanlage mit all ihren Scheinwerfern ist frei zu sehen und soll den Rezipienten durch seine enorme Größe beeindrucken. Ferner gibt es, wie in der Oper oder im Theater, eigene Beleuchter, die den Sänger Rob Halford oder einen der Gitarristen beim solieren verfolgen und in den Mittelpunkt der Show und des Rezipienten stellen. Der Journalist Dirk Wagner betont noch einmal das vielseitige Spektakel eines Judas Priest Konzerts, bei dem er auch beschreibt wie die Band, insbesondere der Sänger Rob Halford, auf das Publikum eingeht und mit ihm interagiert:

²⁶² Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 164

„Solcher Querschnitt wird visuell von einem Bühnenbild gestützt, das mal das jeweilige Album-Cover zeigt, mal entsprechende Videos zum Song präsentiert, während Halford zu beinahe jedem Song ein anderes Kostüm aus seiner Rockkarriere trägt. Mal in Leder, mal in Jeans, mal in einem Mantel und mal mit Weste bekleidet wandelt er über die Bühne. Einzig seine rasiermesserscharfe Stimme bietet eine konstante Größe. Trotzdem lässt Halford die Zuschauer 'Breaking The Law' alleine singen. Er bewegt dazu nur die Lippen, als würde er den Text vorflüstern, und hält sich fordernd eine Hand ans Ohr, als könne er den Gesang seiner Fans kaum hören.“²⁶³

Judas Priest waren mit Sicherheit Vorreiter neuer bühnen- und inszenierungstechnischer Mittel die heute als Standard bei Pop- und Rockkonzerten gelten, wie etwa Laser oder Pyroeffekte. Das Einsetzen intermedialer Konzepte um die musikalischen und textlichen Aussagen sowie das Image der Band zu stärken und hervorzuheben, machen Judas Priest zu wahren Allroundtalenten im künstlerischen Bereich und lassen erkennen, wie umfangreich und durchdacht ihr Auftreten gegenüber den Rezipienten ist. Ohne Judas Priest und ihre - damals noch – unkonventionellen Auftritte hätte die Entwicklung intermedialer Konzepte bei Pop- und Rockshows lange nicht so schnell vorangehen können, wie es nun einmal geschehen ist. Ihre Inszenierungen ließen sie zu einer der größten Rockbands aller Zeiten aufsteigen, sie zu Vorbildern für etliche erfolgreiche Musiker werden. Judas Priest zählt zu den Vorreitern der modernen Bühnentechnik, die letztendlich durch Bands wie sie erst möglich wurde, da die Ansprüche die sie stellten, eine rasche Weiterentwicklung mit sich brachten, wie etwa das Harley Davidson Fahren auf einer Showbühne.

²⁶³ <http://www.sueddeutsche.de/t5w387/81753/Mit-der-Harley-auf-und-davo.html> 17. Juni 2011



Abbildung 3: Auf der Epitaph-Tour Bühne 2011 von Judas Priest sind die eingesetzten Laser, Pyro- und Lichteffekte gut zu sehen. Deutlich zu erkennen ist auch das Leder- und Nietenkostüm Rob Halfords. Weiteres sind bandbezogene semiotische Requisiten, wie der, das Band Logo symbolisierende, Dreizack zu sehen.

Foto: Privat

3.2.2 U2 Zoo TV - Tour 1992 bis 1993

„U2's Zoo TV tour in 1992 was considered by many the penultimate step in the evolution of videographic excess – the *Gesamtkunstwerk* of our era.“²⁶⁴

Mit der *Zoo TV*-Tour wollte U2 die Überflutung von Informationen durch die neuen Medien aufzeigen und in ein kritisches Licht rücken. Die Kernaussage beruhte darauf, den Rezipienten klarzumachen, dass durch Massenmedien, wie etwa das Kabelfernsehen in den 1990er Jahren oder Magazine, die Menschen verblödet werden und durch die immense Bilder- und Informationsflut alles hinnehmen ohne weiter darüber nachzudenken. Die zweite Aussage, die hinter dem ganzen Spektakel steckt ist jene, dass die Menschen bei der neuen Entertainmentflut nicht bemerken oder ausblenden, dass politische Systeme mit Hilfe der

²⁶⁴ Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television, John Thornton Caldwell, Rutgers University Press, Chapel Hill, 1997 S. 279

Medien die Menschen beeinflussen und manipulieren können. Dieser Gedanken war inspiriert durch den 2. Golfkrieg von 1990-1991, bei dem Gerüchte aufkamen, dass die Unterstützung Kuwaits durch die alliierten Truppen nur ein Vorwand jener Systeme war, um an die Ölreserven des Irak, der damals noch unter der Diktatur Saddam Husseins stand, zu kommen. Die Botschaft die Bono Vox, der Sänger, und die restlichen Mitglieder von U2 den Rezipienten vermitteln wollten, ergab sich aus folgenden Umständen und erklärt den Kerngedanken der *Zoo TV*-Tour prägnant:

„The band developed these ideas in late 1990 while recording *Achtung Baby* in Berlin at Hansa Studios. They watched television coverage of the Gulf War on Sky News, which was the only English programming available. When tired of hearing about the conflict, they tuned into local programming to see "bad German soap operas" and automobile advertisements. The band believed that cable television had blurred the lines between news, entertainment, and home shopping over the previous decade, and they wanted to represent this on their next tour.“²⁶⁵

Dieses Thema, der Golfkrieg und das Überangebot an medialem Schwachsinn, zu inszenieren und die Inszenierung so zu gestalten, dass die Botschaft bei den Rezipienten ankommt ist eine schwere Aufgabe. Die Idee war schließlich die ganze Show intermedial zu gestalten und den Rezipienten einen Spiegel des Massenmedienkonsums vorzuhalten. Es sollte ihn davor warnen, sich nicht von den manipulativen Medien beeinflussen zu lassen, sondern sich davon zu distanzieren, um frei denken zu können und Ereignisse des Weltgeschehens zu hinterfragen, sich nicht die Meinung durch Medien oder Politik diktieren zu lassen und diese als Wahrheit hinzunehmen. Mark Wrathall, Professor für Philosophie an der University of California und Autor, fasst die Zusammenführung von Idee und Ausführung von U2s beschriebenen Kerngedanken wie folgt zusammen:

„Auch in den Bühnenshows während der *Zoo TV-Tour* (1992) und der *Popmart-Tour* (1997) sprach Bono die Übel der postmodernen Kultur an und verkörperte postmoderne Gebilde in durchdachter Art und Weise. Die *Zoo TV-Tour* funktionierte wie ein gigantisches Abflussrohr fragmentierter Medienbilder, spielten doch Bono und die Band gegen den Hintergrund unzähliger TV-Bilder an. Diese Fragmentierung wurde jedoch durch die Lieder aufgehoben,

²⁶⁵ Siehe http://en.wikipedia.org/wiki/Zoo_TV_Tour#cite_note-13 21. Juni 2011

die das Betäubende bzw. Manipulative der Massenunterhaltung betonten. Die Eröffnungssequenz der Show – ein trommelschlagender Hitlerjunge aus *Triumph des Willens* – konnte als satirisches rotes Tuch verstanden werden, das eine Skepsis gegenüber arroganter, von sich überzeugeten Ideologien (in dem Fall dem Faschismus) zum Ausdruck brachte und nahelegte, dass sich die Fans angesichts der Macht von Bildern und Musik als verführerischer Träger trügerischer Ideen vorsichtig sein sollten.“²⁶⁶

Bei der *Zoo TV*-Tour wurden fast alle zu Anfang der 1990er Jahre existierenden Medien eingesetzt und zu einer Medien-Monster-Maschine gestaltet. Sowohl klassische Medienformen, wie Schauspiel und Musik, als auch moderne Medien, wie Film und Fernsehen, wurden zu einem intermedialen Bühnenergebnis zusammengefügt. Verschiedene Videowalls zeigten verschiedene lokale Fernsehsender, sogar Live Korrespondenzen mit Außenreportern, die sich in Kriegsschauplätzen aufhielten, wurden gezeigt. Bono verfügte über eine Fernbedienung mit der es ihm möglich war auf den Videowalls durch verschiedene lokale Sender zu zappen. Verschiedene Handkameras und Stativkameras, die das Konzertgeschehen mitfilmten, konnten Live zwischengeschaltet werden. Auf den Videowalls waren weiteres Pop Art Filme zu sehen und Textphrasen, die den Konsum, die Gier und Gewalt in der Welt anprangerten.²⁶⁷ John Thornton Caldwell führt dies weiter aus, wenn er schreibt:

„It was an international rock-and-roll tour; it was a pay cable special; it was a national syndicate broadcast; it was music videos, CDs, talk shows, and, more importantly, an excessive performance of video style in the televisual age. It was an audio extravaganza and a television production spectacle at the same time. Camcorders, satellite feeds, frenetic electronic switching, voice overs, collaging – you name it, Zoo TV had it. In fact the spectacle used all the hallmarks of radical and oppositional videotape.“²⁶⁸

Durch die satellitenunterstützte Funkverbindung war es der Band sogar möglich mit Künstlern zu performen, die gerade am anderen Ende der Welt waren, wie zum Beispiel mit Lou Reed,

²⁶⁶ Die Philosophie bei U2, Mark Wathall (Hrsg.) und Stefan Pannor (Übersetzung), Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim, 2009 S. 93

²⁶⁷ Siehe beispielsweise U2 Zoo TV Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994 [00:08:59]

²⁶⁸ *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*, John Thornton Caldwell, Rutgers University Press, Chapel Hill, 1997 S. 279

der Live auf eine Videowall eingespielt wurde, um mit Bono Vox ein Duett zu singen, wie folgender Artikel im *Torque* Magazin festhält:

„Using multiple screens to blast out images and text, sequencing tracks and a belly dancer, this was U2 at their highpoint (current shows are just copies of this one). The concept of the Zoo TV Tour was a groundbreaking affair in the way future concerts would be staged. The complete bombast of the visual treat, and moments like the onscreen “duet” with Lou Reed, make this a spectacle to behold. Bonus performances, featurettes, a Video Confessional, karaoke for “Numb”, and cool Easter eggs complete this set.”²⁶⁹

In seinem Essay über die U2 *Zoo TV*-Tour beschreibt der Showdesigner von U2, Willie Williams²⁷⁰, die Strapazen, die Schwierigkeit das Konzept für die Bühne umzusetzen und den enormen Material- und Kostenaufwand, den die *Zoo TV-Tour* verursacht hat. Er hatte die Idee U2, die am Wendepunkt ihrer Karriere angelangt waren und sich neu erfinden wollten, auf Grund dieser Tatsachen, eine Möglichkeit zu geben die unterschätzte Anwendung von Live Videos zu nutzen.²⁷¹ Die Vorbereitungen für *Zoo TV* beliefen sich auf ein Jahr, in dem Williams die Idee von Bono Vox, der mit dem Namen *Zoo TV* experimentierte (eine freie Form von Fernsehen, ähnlich dem Zoo Radio und mit Sicherheit auch eine Anspielung auf die Gesellschaft, die sich wie Zoo-Tiere benimmt) aufgriff und schließlich Bonos Idee - eine eigene Fernsehstation für *Zoo TV* mit auf Tour zu nehmen - verwirklichte.²⁷² Das Videomaterial, welches bei den Konzerten später gezeigt werden sollte, wurde, außer dem Livematerial, vor Beginn der Tour gedreht und bis zum Ende der Tour ständig erweitert und erneuert, um seine zeitbezogenen Inhalte auf dem aktuellen Stand zu halten. Im Laufe der Tour beschäftigte U2 nahezu ein Dutzend Videokünstler um den enormen Bedarf an Videomaterial zu sättigen.²⁷³ Die Fernsehmitschnitte sollten echt sein und im Jetzt laufen. Bono sollte wie zu Hause vor dem Fernseher sitzen und durch die Kanäle zappen können, nur auf vielen verschiedenen, überdimensional großen „Fernsehern“ und genauso sollten

²⁶⁹ *Torque*, Ausgabe Juni 2007, SPH Magazines, Singapur, 2007 S. 93

²⁷⁰ The U2 Zoo TV Tour, Willie Williams, in: *Concert Lighting. Techniques, Art, and Business*, James L. Moody, Elsevier Ltd., Oxford, 1997 S. 196 ff.

²⁷¹ *Ibidem* S. 196

²⁷² The U2 Zoo TV Tour, Willie Williams, in: *Concert Lighting. Techniques, Art, and Business*, James L. Moody, Elsevier Ltd., Oxford, 1997 S. 196

²⁷³ *ibidem* S. 200

Telefongespräche, die Bono während des Konzerts live mit Personen führte, eben echt sein und live ablaufen.²⁷⁴

Da die zwei Jahre dauernde Tour sowohl in geschlossenen Veranstaltungsorten als auch auf Freiluftbühnen dargeboten wurde, musste ein Konzept her, das half, die verschiedenen Gegebenheiten der jeweiligen Bühnen maximal auszunutzen. So wurden etwa bei Freiluftbühnen, die mehr Platz boten, auch beispielsweise mehr Videowalls eingesetzt. Bono spielt in den Konzerten immer wieder – und durchaus von oben herab – auf die neuen Medien und die daraus resultierende Informationsüberflutung, die sie produzieren, an, wenn er etwa sagt: „We got digi-walls, video-walls, CDI, DVE, the miracle of Chroma-TV, the latest [...] software, hardware and men’s wear.“²⁷⁵ Im Anschluss ist zu sehen wie Bono, beginnt zwischen den Fernsehsendern hin und her zu schalten während er sich auf ironische Art und Weise über die verblödenden Inhalte der Sendungen lustig macht.²⁷⁶

Den gigantischen Materialaufwand, den die *Zoo TV*-Tour benötigte war zuvor noch niemals in diesem Ausmaß für Pop- und Rockkonzerte dagewesen. U2 spielten während der Tour 157 Konzerte in 100 Städten und 23 Ländern und insgesamt vor fast fünf Millionen Menschen²⁷⁷, transportierten das gesamte Equipment von Veranstaltungsort zu Veranstaltungsort und bauten es jedes Mal neu zusammen. Die Bühne der *Zoo TV*-Tour wog 1200 Tonnen und beschäftigte 180 Bühnenarbeiter vierzig Stunden lang um sie auf zu bauen und dementsprechend ähnlich lange um sie wieder abzubauen.²⁷⁸ Man kann also sehen, welche monströse Ausmaße die Bühne annehmen musste, um *Zoo TV* möglich zu machen. Requisiten wie Trabis, also Autos, wurden mit Kränen hochgehoben und zwischen den Türmen aus Videowalls und Lautsprechern „durchgefahren“. Eine weitere zusätzliche, kleinere Bühne war der Hauptbühne vorgelagert, die für die mit Akustikgitarren gespielten Stücke eingesetzt wurde.²⁷⁹ Die meist ruhigeren und intimeren Lieder dieser Art ergaben mit der vorgelagerten Bühne, die von Fans umrundet war, ein Gefühl der Gemeinschaft, sowohl von Seiten der Künstler, als auch von jener der Rezipienten. U2 schafft hier ein Gefühl der

²⁷⁴ Ibidem S. 200

²⁷⁵ U2 Zoo TV Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994 [00:14:48-00:15:08]

²⁷⁶ Ibidem [00:15:08-ff.]

²⁷⁷ http://www.u2tour.de/tour/U2_Zoo_TV_Tour.html 21. Juni 2011

²⁷⁸ http://www.u2tour.de/tour/U2_Zoo_TV_Tour.html 21. Juni 2011

²⁷⁹ Ibidem 21. Juni 2011

Gemeinschaft und der Intimität, das beide Seiten der Bühne näher zusammenbringen soll und dadurch die Interaktion zwischen beiden verstärkt. Auch U2, die zum Pop- und Rockmusikgenre zählen, setzen stark auf Interaktion mit dem Publikum und binden es aktiv in ihre Darbietung und Inszenierung ein, was auch , genau wie bei Judas Priest etwa, einen Bezug zu klassischen Bühnenformen darstellt. Was Giacomo Torelli in der Barockzeit mit seinen, für die damalige Zeit, bahnbrechenden Bühnenmaschinen begonnen hat, vollendet U2 mit der *Zoo TV*-Bühne. U2 adaptiert – vergleichsweise – Torellis Idee aus der Zeit der französischen Klassik und des italienischen Barock und passt sie den heutigen technischen Möglichkeiten an. Heute, zwanzig Jahre später, kann man sagen, dass Bühnen wie die *Zoo TV*-Bühne, Standards für heutige Bühnen geschaffen und die Entwicklung solcher vorangetrieben hat, wie einst die Konzepte Torellis dazu beitrugen, die Bühnenmaschinerie und dazugehörige Technik zu revolutionieren. Abbildung 4 kann man entnehmen, wie gigantisch die Bühne der *Zoo TV*-Tour von U2 war und welche Vielzahl von medialen Komponenten zum Einsatz kamen.



Abbildung 4: Gut zu erkennen sind die Trabis, die mittig mittels Kränen hochgehoben werden sowie die Vielzahl an übergroßen Videowalls. Die enorme Größe der gesamten Bühnenkonstruktion lässt die Menschen winzig erscheinen. Ferner kann man die Nähe der auf der Bühne Agierenden zu den Rezipienten klar erkennen.

Foto: Screenshot aus U2 *Zoo TV* Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994 [1:21:36]

Das bei einem so aufwendig produzierten intermedialen Bühnenkonzept auch manchmal etwas schief gehen kann beweist folgende Begebenheit: „In Wien versuchen sie das Hallenkonzept nach außen zu tragen und spielen vor 60.000 Fans auf der Donauinsel. Das Konzert erweist sich als Desaster: Bonos Stimme ist schwach, das 'Knockin' On Heaven's Door'-Duett mit dem völlig bekifften Guns'n'Roses Frontman Axl Rose ist ein einziger Albtraum und die Band fühlt sich unter freiem Himmel sichtlich unwohl.“²⁸⁰

Neben dem intermedialen Konzept führt Bono Vox noch theatralische Elemente in die Shows der Zoo TV-Tour mit ein. Bono erschafft drei verschiedene Bühnenfiguren: The Fly, Mirrorball Man und MacPhisto. Die Figuren haben Bezug zu dem in der Show gezeigten visuellen Medien und stellen Symbole im Kontext mit sozial-politischen Gegebenheiten der 1990er Jahre dar. The Fly etwa stellt einen von Ruhm und Macht besessenen Megalomanen dar, welcher ein Synonym für die Band selber ist. Bono erklärt die Figur folgendermaßen: „He had Jim Morrison's pants on, Lou Reed's shades, Elvis' jacket. It was like an identikit pop star, you know, just going for, you know, full tilt. That's what Zoo TV was. It was like we were getting killed in the media, so we decided to have fun with that.“²⁸¹ Bono ist in der Figur des The Fly also in schwarzer Lederkluft gekleidet und verkörpert einen narzisstischen Rockstar, der von seinem Ruhm eingenommen wird und den Bezug zur Realität verliert, wie die von Bono eben beschriebenen Rockstars, von denen letztlich zwei an ihrem Ruhm scheitern und einen Drogentod sterben. „Bono nahm die Rolle soweit an, dass bei Interviews und Pressekonferenzen nur noch sein Alter Ego "anwesend" war. Bono sagte selber über The Fly, dass dieser alle Antworten hat, selbst ernannter Experte in Fragen der Liebe ist, ein Bullshit-Philosoph, der ab und zu den Nagel auf den Kopf trifft, sich aber noch öfter die eigenen Finger grün und blau haut.“²⁸² Die zweite Figur war Mirrorball Man, der in einem silberglitzernden Kostüm mit Cowboyhut in Erscheinung trat und einen gierigen Tele-Evangelist oder Geschäftsmann darstellte, wie folgende Aussage näher bringt:

„Hierbei handelt es sich um eine Parodie und Mischung zwischen Politiker und Fernsehprediger. Im silbernen Anzug kam Bono so während der ZooTV-Tour selbst verliebt zu den Klängen von *Desire* im Zugabenblock auf die Bühne. Theatralisch küsste er sein Ebenbild

²⁸⁰ http://www.u2tour.de/tour/U2_Zoo_TV_Tour.html 21. Juni 2011

²⁸¹ Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=7nluH51ay-A&feature=related> [4:45-5:01] 21. Juni 2011

²⁸² http://www.u2tour.de/whois/profil/The_Fly.html 21. Juni 2011

im mitgebrachten, lebensgroßen Spiegel. Bono entdeckte zu diesem Zeitpunkt nicht nur die Ironie, sondern auch sein schauspielerisches Talent. Sein Alter Ego nutzte Bono auch dazu um von der Konzertbühne nicht nur Pizzen zu ordern, sondern auch im Weißen Haus anzurufen. Die Telefonanrufe gelangten so zu Legendenstatus. Der Mirrorball Man war quasi der Vorläufer zu MacPhisto und kam die ersten drei Tour Legs zum Einsatz.“²⁸³

Die dritte Figur, MacPhisto, ist eine Adaption Goethes Mephistopheles. Bono stellt ihn als einen ganz in Gold gekleideten Mann mit Plateustiefel, weißer Schminke und Teufelshörnchen dar, der noch dazu einen übertrieben vornehmen englischen Akzent spricht.²⁸⁴ Auch hier lässt sich wieder ein Bezug zu einer klassischen Bühnenfigur, die adaptiert wird und an zeitgenössische Gegebenheiten angepasst wird, feststellen. Sogar die klassisch theatrale Erscheinungsform beziehungsweise Maske des Mephistopheles wird von Bono in seine Interpretation des Mephistopheles aufgenommen, nämlich die weiße Schminke und die Teufelshörner. Ein weiteres Indiz für einen theatralen Zusammenhang findet sich in folgender Aussage:

„ Macphisto sollte zugleich jemand sein über den man lachen und den man verhöhnen kann. Es war nicht nur Satire. Es war Tarnung. U2 in Verkleidung. Bono genoss das Ganze. Er entdeckte, dass er gerne Masken aufsetzte. Es machte Spaß, MacPhisto zu sein, auf dem Petersplatz den Segen des Papstes zu empfangen, Kinder aus dem Weg schiebend. Nach der Stanislavski-Methode zu schauspielern. Es war der größte Spaß, den er je in anderer Leute Klamotten hatte. Während der Zoo-TV-Tour hatte The Fly eine Art Eigenleben entwickelt. Er bestand auf einem eigenen Garderobenraum. Er begann, Bono zu verdrängen und er brachte seinen Freund MacPhisto mit. Gemeinsam gingen sie den Designern, die für die Show verantwortlich waren, auf die Nerven.“²⁸⁵

Ähnlich wie etwa zuvor schon bei Marilyn Manson festgestellt, überschneiden sich auch hier die Figuren. Die reale Figur des Schauspielers, in diesem Fall Bono, und die, welche der Schauspieler spielt, hier MacPhisto, verschmelzen zu einer Figur, und die erschaffene Figur oder Rolle gewinnt zeitweise oder in manchen Fällen dauerhaft die Überhand über die reale Figur, also den Schauspieler. Um sich auf der Bühne zu verwandeln, lässt Bono eine

²⁸³ http://www.u2tour.de/whois/profil/Mirrorball_Man.html 21. Juni 2011

²⁸⁴ <http://www.u2tour.de/whois/profil/Macphisto.html> 21. Juni 2011

²⁸⁵ <http://www.u2tour.de/whois/profil/Macphisto.html> 21. Juni 2011

Garderobe im hinteren Bereich der Bühne aufbauen, die für das Publikum, zwar schwer, aber doch ersichtlich ist. Das Geschehen in der Garderobe und der Verwandlungsvorgang Bonos werden mit einer Kamera live auf den Videowalls eingespielt.²⁸⁶

Ein weiteres Medium, das der Performance Art beziehungsweise des Tanzes entnommen ist, wird in die Show eingeführt, wenn eine Bauchtänzerin zu den Klängen der Musik tanzt, für einen bestimmten Zeitraum zum Hauptbestandteil der Show wird und in den Vordergrund rückt.²⁸⁷ Die Tänzerin Christina Petro kam mit dieser Idee auf die Band zu und brauchte nicht lange um sie zu überzeugen, sie mit auf Tour zu nehmen, wie sie in einem Interview selber sagt:

„I had read in the paper that U2 were rehearsing for two weeks at the Lakeland Civic Center preparing for the upcoming Zoo TV tour. I thought it would be cool to see if they would like a belly dancer to perform on stage during "Mysterious Ways" since they have been known to bring audience members onstage during shows to play guitar and such. I gave my business card to their production manager, Jake Kennedy. He asked if I could come back the next day when they were having their dress rehearsal and surprise [the band] when they played "Mysterious Ways." Apparently things had been rather stressful with the tour rapidly approaching and he thought it might loosen up the tension a bit. I never expected to end up on tour with them for four-and-a-half months.“²⁸⁸

Mit der *Zoo TV*-Tour setzten U2 neue Maßstäbe in Sachen intermedialer Inszenierung und moderner Bühnentechnik. Die verschiedenen medialen Konzepte reichten von klassischen Bühnenformen, wie Theater und das Verkörpern von Figuren, bis hin zu hochmodernen satellitenübertragenen Livekorrespondenzen und Performancekünsten. Ferner kamen natürlich noch die Medien Musik und Film zu dem intermedialen Ereignis, welches *Zoo TV* darstellte, hinzu. Das *Zoo TV*-Tour Konzept ist wie ein Luxusauto mit allen Extras und der stärksten Motorisierung. Bis zum heutigen Tage hat es keine andere Rock- oder Popband geschafft, ein Konzert oder eine Tour zu veranstalten, die derart intermedial ist, wie *Zoo TV* es war. *Zoo TV* ist die erstmalige Verschmelzung fast aller verfügbaren Medien, außer dem

²⁸⁶ Siehe: U2 Zoo TV Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994 [01:30:28-01:32:052]

²⁸⁷ Siehe: ibidem [00:20:30-00:26:36]

²⁸⁸ <http://u2.interference.com/f262/interview-christina-petro-zootv-belly-dancer-performance-artist-93372.html> 21. Juni 2011

Internet, da es zu dieser Zeit noch nicht relevant war. Es hat die technischen Möglichkeiten für den Bühnenbau und Inszenierungsformen weiterentwickelt und auf einen neuen Standard gebracht, wenn man sich vor Augen hält, dass, wie bereits zuvor des Öfteren erwähnt, heute fast alle Pop- oder Rockkonzerte mit riesigen Videowalls von statten gehen. *Zoo TV* hat bewiesen, dass auch noch so unmöglich scheinende und kühne Ideen und Konzepte für Inszenierungen einer Pop- oder Rockshow eben doch möglich sind

4 Vermarktung unter Einsatz intermedialer Konzepte

4.1 Intermediale Merchandise Konzepte

„Das Album war gute Promotion für die Tour, die wiederum bewarb auch den Comic und der wiederum die Actionfiguren. Und so etwas heißt im Klartext: haufenweise Kohle.“

- Gene Simmons, KISS²⁸⁹

Neben Auftritten auf der Bühne und in der Öffentlichkeit setzt sich die Inszenierung von Pop- und Rockbands auch im wirtschaftlichen Sektor, in Form von sogenanntem Merchandising und in Form von Kooperationen mit Firmen oder anderen Institutionen, fort. In solchen Fällen profitieren sowohl Künstler als auch Firmen finanziell von der außerbühnischen Inszenierung der Bands. Schon bei historischen Theaterformen ist festzustellen, dass der Verkauf von Produkten, wie kleiner Bilder der handelnden Figuren oder wundersamer Liebestränke und Arzneimittel, den Schauspieltruppen die Möglichkeit bot, zusätzlich zum Eintrittsgeld, noch eine extra Finanzierung als Beitrag zum Fortbestehen der Theatertruppen zu bekommen. Die ersten Formen von Merchandising lassen sich im mittelalterlichen und barocken Jahrmarktstheater finden. Sogenannte Jahrmarktschreier, Possenreißer und ähnliche komische Figuren treten auf und verkaufen im Anschluss an ihr Spiel etwa Heilsalben, Liebestränke und Medizinen aller Art. Es begannen sich zwei Begriffe herauszubilden, nämlich Quacksalber und Scharlatan. Ein Scharlatan ist „jemand, der bestimmte Fähigkeiten vortäuscht und andere damit hinters Licht führt“²⁹⁰, während ein Quacksalber jemand ist, „der mit obskuren Mitteln und Methoden Krankheiten zu heilen versucht“²⁹¹. Der Begriff ist schwierig einzuordnen, jedoch beschreibt der Schauspieler und Theaterwissenschaftler Martin Frolowitz den Begriff als folgend: „Der Quacksalber ist in keine genaue Kategorie zu ordnen: er gehört zu den spielenden ‚niederen‘ Theater- und Jahrmarktskünsten sowie zu den medizinischen ‚Pfuschern‘, er ist nicht sesshaft, er konkurriert mit der Kirche und untergräbt deren erzieherischen Absichten, er verkauft erfolgreich Lügen in Form von Medikamenten, Geschichten und Possen – und grenzt sich so

²⁸⁹ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 232

²⁹⁰ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Scharlatan> 23. Juni 2011

²⁹¹ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Quacksalber> 23. Juni 2011

deutlich vom approbierten Mediziner ab.“²⁹² Auch heute findet bei Konzerten ein vergleichbares Merchandising statt, wenn Bands Stände errichten, bei denen man T-Shirts mit Band-Logo oder andere bandbezogene Produkte kaufen kann. Durch den Einsatz verschiedener Medien können Wanderkünstler, wie Pop- und Rockbands es sind, heute ihren Merchandise-Verkauf ausweiten und auch betreiben ohne vor Ort sein zu müssen, beispielsweise über das Internet oder Kaufhausketten und dergleichen. Zu unterscheiden gilt hier das Vermarkten „mit“ oder „durch“ verschiedene Medien. In vorliegender Untersuchung wird von einem Vermarkten „mit“ Medien gesprochen, wenn direkter Bezug zu einem Medium hergestellt ist, wenn also eine Band beispielsweise ein Computerspiel mit Bandbezug auf den Markt bringt, oder einen Film über die Band dreht und ins Kino oder Fernsehen bringt. Die Band vermarktet sich hier „mit“ einem Medium. Sie inszeniert für ein explizites Medium eine „Show“ (Computerspiel, Film) mit den bandeigenen Markenzeichen, also den markanten Merkmalen ihrer selbst, welche die Rezipienten von ihnen erwarten und welche sie selbst spielen und vertreten, und nähern sich so stückweise – je nach Bestreben und Leistung – der von jedem Künstler als Optimum gesehenen, medialen Omnipräsenz. Das Vermarkten „durch“ Medien wird in dieser Arbeit als zweite Instanz medialer Vermarktung, jedoch in Wertigkeit mit vorhergehender auf selber Ebene stehend, gesehen. Beispielsweise durch das Medium Internet bietet die Pop- oder Rockgruppe Information über sich an, lädt ein zur Fanclub-Mitgliedschaft, ermöglicht Livechats mit den Künstlern, oder es vermittelt den Kauf von Merchandise-Produkten oder Medien der Vermarktung erster Instanz, wie Filme, Alben usw. Das „durch“ verhält sich hier wie ein Sancho Pansa, der das „mit“, seinem Don Quixote, in allen Belangen unterstützt, aber auch gelegentlich seine Soloauftritte hat, wie in Form einer online Liveübertragung eines Konzerts oder eines Live-Videochats mit der Band. Mussten der Dottore in der Commedia dell' Arte oder der Possenreißer am Jahrmarkt noch Liebestränke und Wundermittel verkaufen, um sich ein Zubrot zu verdienen, so können Pop- und Rockbands heute, dank moderner Medien wie dem Internet, auf eine Vielzahl von Möglichkeiten blicken, um ihre Merchandise-Produkte an den Mann zu bringen.

Aber nicht nur mediale Produkte werden von Bands inszeniert und mit und durch Medien vertrieben, sondern auch andere Produkte wie Musikinstrumente oder auch Klopapier.

²⁹² Sebastian di Scio detto Arlecchino-Zur Personalunion von Arzt und komischer Maske im 17. Und 18. Jahrhundert, Martin Frolowitz in: Theaterkunst und Heilkunst, Gerda Baumbach (Hrsg.), Böhlau Verlag, Köln, 2002 S. 99

Gitarrenfirmen, wie Dean Guitars eine ist, produzieren für gewisse Musiker eigens angefertigte Instrumente, sogenannte Signature Models, welche die Künstler dann auch selber spielen, und eine große Anzahl von Rezipienten die Möglichkeit haben im Handel Replikas dergleichen Gitarre in sämtlichen Ausführungen zu kaufen. In manchen Fällen, wie etwa bei dem Megadeth Sänger und Gitarristen Dave Mustaine, bewirbt der Künstler das Produkt, in diesem Fall die Gitarre, auf der bandeigenen Website²⁹³, und der Gitarrenbauer durch das Produkt wiederum die Band²⁹⁴. Für beide Seiten ergibt sich ein Gewinn, sowohl finanziell, als auch in der Mythenbildung der Band beziehungsweise der Reputation der Firma.

Auch im Bereich des Konzerts werden Kooperationen eingegangen, wie etwa mit anderen Bands oder mit Konzertveranstaltern selbst. Als Beispiel für erstgenanntes sei die *Big 4 Tour*²⁹⁵ der Thrash Metal Bands Metallica, Slayer, Megadeth und Anthrax erwähnt, worauf noch genauer eingegangen werden soll. Die Kooperation mit Konzertveranstaltern gibt Pop- und Rockbands die Möglichkeit vor vielen Leuten zu spielen und die Veranstalter werben und profitieren von den Namen der Bands, wie es etwa beim *Sonisphere Festival*²⁹⁶ der Fall ist, worauf ebenfalls später noch genauer eingegangen werden soll. Zunächst soll das Vermarkten mit und durch Medien anhand zweier Beispiele dargestellt werden. Als erstes wird abermals ein Blick auf die Band KISS geworfen, welche die Pioniere des Band-Merchandising waren und es zu noch nie da gewesenen Ausmaßen steigerte. Das zweite Beispiel hierfür ist die Band Metallica, die nach KISS groß geworden ist und das bereits von KISS geschaffene Merchandise Konzept erfolgreich erweitert hat.

²⁹³ Siehe <http://www.megadeth.com/home.php> 23. Juni 2011

²⁹⁴ Siehe http://www.deanguitars.com/dean_winter_07/usa_dave_mustaine_vmnt.htm 23. Juni 2011

²⁹⁵ <http://thebig4festival.com/> 23. Juni 2011

²⁹⁶ <http://sonispherefestivals.com/> 23. Juni 2011

4.1.1 KISS als Vorreiter des modernen Band-Merchandising

„Unsere Plattenfirma gestattete es uns auf mein Betreiben hin, dass wir der Platte einen Werbezettel für Merchandise Produkte beilegen durften, ohne groß dafür zu zahlen. So konnten die Fans, die sich das Album kauften, bei Interesse gleich weitere KISS-Artikel bestellen.“

- Gene Simmons, KISS²⁹⁷

KISS sind die Urväter des modernen Band-Merchandising. Sie waren die ersten, die Action-Figuren ihrer selbst herausbrachten, sie gaben eine Comic-Serie über KISS heraus, in der sie als Superhelden gegen das Böse kämpfen, oder sie veröffentlichten einen viereinhalb Kilo schweren Bildband²⁹⁸ über die Band namens *KISSTORY*²⁹⁹. Im Laufe der steil bergauf gehenden Karriere von KISS, begann die Band ihre mediale Präsenz zu nutzen und sie durch die Einführung von bandbezogenen Fanartikeln noch zu erhöhen. Die Idee stammt von Band-Manager Bill Aucoin, der einen befreundeten Merchandise- Artikelhersteller mit der Idee, KISS Artikel herzustellen, konfrontierte, wie Gene Simmons schreibt:

„Die beiden, Aucoin und Boutwell, begannen nun mit der Herstellung und dem Vertrieb von KISS-Produkten, von T-Shirts bis hin zu Halsketten. Eine Idee, die weder vorher noch nachher je so perfekt von einer Rockband angewendet wurde, wie man mir gesagt hat. Die Merchandise-Firma wurde so erfolgreich, dass sie schließlich ganze Lagerhäuser in Kalifornien unterhielt, in denen die Bestellungen abgewickelt wurden, die tagtäglich zu Zehntausenden eintrudelten. KISS-Fans waren unersättlich. Sie wollten alles, auf dem der KISS-Schriftzug stand. KISS waren allgegenwärtig: es gab KISS-Comics, KISS-Gürtelschnallen, KISS-Actionfiguren. KISS waren die Nummer eins, wenn es um Lizenzprodukte, Merchandise, Plattenumsätze und Ticketverkäufe ging.“³⁰⁰

Mit der Einführung von KISS Comics in den 1970er Jahren begann die Band sich mit einem Medium zu vermarkten, neben der Musik und den Live Shows. In dieser Comic-Serie, die bei den berühmten Marvel Comics (z.B: Spiderman, X-Men) verlegt wurden, gaben sich die

²⁹⁷ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 205

²⁹⁸ Ibidem S. 205

²⁹⁹ Kisstory, Jeff Kitts, Kisstory Ltd., Pine Brook, 1995

³⁰⁰ Siehe 256 S. 91-91

Bandmitglieder als Superhelden, die gegen das Böse kämpfen und die Welt retten. Sie sind in ihren Bühnenkostümen gezeichnet und das Verhalten der einzelnen Charaktere im Comic entspricht dem auf der Bühne im richtigen Leben. In den Comics nehmen die Bandmitglieder ihre Rollen des Demon, Starchild, Spaceman und Catman ein und leben im Comic aus, was sie auf der Bühne, bei ihren Inszenierungen nur andeuten können, wie Fliegen und Ähnliches. Um die erste Ausgabe eines KISS Comics im Jahre 1977 zu promoten bediente sich KISS zweierlei Mittel, um ihr „mit“-Medium, das Comic, von „durch“-Medien zu bewerben. Zunächst waren dies „Gastauftritte“ anderer „berühmter“ und beliebter Comic Helden, wie Spiderman, Thor, Captain America oder Iron Man,³⁰¹ die Comic Fans dazu bewogen, sich den KISS Comic zu kaufen, da sie auf Grund der anderen Charaktere eine gute Qualität des Comics erwarten durften. Das zweite Mittel medienwirksamer Werbung für das Comic war die Tatsache, dass sich die KISS Mitglieder Blut abnehmen ließen³⁰², welches dann notariell beglaubigt und per Urkunde bestätigt in die Farbtöpfe der Marvel Comic Druckerei beigemischt wurde und so die erste Ausgabe des KISS Comics mit Blut von KISS gedruckt wurde, wie auf dem Dokument nachzulesen ist:

„This is to certify that KISS members, Gene Simmons, Ace Frehley, Paul Stanley and Peter Criss, have each donated blood which is being collectively mixed with the red ink to be used for the first issue of the Marvel/KISS comic. The blood was extracted on February 21st, 1977 at Nassau Coliseum and has been under guarded refrigeration until this day when it was delivered to the Borden Ink plant in Depew, New York.“³⁰³

Heute vertreibt KISS über eine eigene Firma, der KISS Comics Group, und in Kooperation mit verschiedenen Comic Verlagen, unzählige Ausgaben verschiedenster KISS-bezogener Comics selbst³⁰⁴. Sogar in der Sanitär- und Hygieneartikelindustrie fasste KISS Fuß, als sie eine eigene Kondomserie auf den Markt brachten: „The rock band Kiss is getting into the safe sex business, with a line of condoms featuring their trademark painted faces on the package.

[...]They're labeled "Tongue Lubricated", and the foil wrapper features bass player Gene Simmons in his trademark black and white makeup, with his famous tongue fully

³⁰¹ Siehe http://marvel.wikia.com/Marvel_Comics_Super_Special_Vol_1_1 24. Juni 2011

³⁰² Siehe <http://0800jukebox.blogspot.com/2011/03/fun-fact-75-kiss-comic-in-blood.html> 24. Juni 2011

³⁰³ Siehe <http://www.feelnumb.com/?p=3771> 24. Juni 2011

³⁰⁴ Siehe <http://www.kissasylum.com/psychocircus/comics/> 24. Juni 2011

extended.”³⁰⁵ Später sollten noch weitere Kondomvariationen auf den Markt kommen, wie das genoppte „Studded Paul“ mit Bild von Paul Stanley auf der Packung oder das extra starke „Love Gun Protection“ Kondom mit einem Bild der ganzen Band auf der Verpackung.³⁰⁶ *Love Gun*³⁰⁷ ist nebenbei bemerkt eines der bekanntesten Lieder von KISS, in dem es um einen Penis geht, der unersättlich nach Liebe strebt. Neben Kondomen gab es Pläne ein eigenes KISS-Toilettenpapier herzustellen, was bis dato aber noch nicht realisiert wurde. Gene Simmons beschreibt, wie es zu dieser Idee kam:

„Als ich das Tributealbum Kiss My Ass zusammenstellte, fiel mir auf, dass über diesen Ausdruck oft gelacht wurde. [...] Es entstanden kleine Witze drum herum. Und mir ging auf, dass Merchandise-Artikel zu einem Großteil aufgrund ihrer Witzigkeit gekauft werden – wenn sie erkennen lassen, dass man sich selbst nicht allzu ernst nimmt.

Deswegen kam mir der Gedanke zu Toilettenpapier mit der Aufschrift »Kiss My Ass«; ich kontaktierte ein paar Hygienepapierhersteller und stellte eine Kostenkalkulation auf. Probeweise ließ ich verschiedene Varianten anfertigen. Bei einer waren unsere Gesichter auf dem Papier, mit denen man sich den Hintern wischte. Das wurde jedoch zu teuer und warf weitere Fragen auf: Würde die Druckfarbe sich auf die Haut übertragen und eventuelle Reizungen auslösen?“³⁰⁸

Auch im Bereich bandbezogener Computerspiele waren KISS Vorreiter. Abgesehen von The Who's *Tommy* Flipper oder pinball machine, die zuerst im gleichnamigen Film auftauchte und später limitiert zu kaufen war, ließ KISS als erste Band eine pinball machine herstellen, die in großer Stückzahl (20 000 in der ersten Auflage)³⁰⁹ gefertigt wurde. Dieser Flipper wurde von der Band persönlich nach inszenierungstechnischen Vorgaben designt und gebaut. Er sollte die Spieler an die KISS Comics und die Bühnen Shows erinnern und nimmt von daher Merkmale der Inszenierung von KISS in anderen Medien auf, wie folgender Bericht eines Pinball Machine Sammlers berichtet:

³⁰⁵ <http://www.smh.com.au/articles/2002/06/03/1022982667194.html> 24. Juni 2011

³⁰⁶ <http://www.smh.com.au/articles/2002/06/03/1022982667194.html> 24. Juni 2011

³⁰⁷ *Love Gun, Love Gun*, KISS, Casablanca Records, 1977 Autor: Paul Stanley

³⁰⁸ *Sex, Money*, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 181

³⁰⁹ <http://www.bellstexas.com/pinball/kissessay.html> 24. Juni 2011

„Like the production of any major Broadway show in a Hollywood movie, the public only sees the finished piece. The planning, thought, negotiations, timing, shipping and all the rest of the 'Behind Scenes' is a story all to itself. Every piece of artwork had to be approved by the KISS marketing division and by each member of KISS. Because the KISS makeup and costuming is letter-perfect each time they appear, they justifiably demanded the same perfection on "their" pinball game. This approval covered the length of hair on each member, the fullness of lips, the sizes of body muscles, down to one really interesting problem. The group's head are depicted on the two sides of the cabinet. Normally Bally cuts a paint stencil that's used to spray the art on one cabinet side, then they turn it over for the other side effecting a reverse impression of the other. However, Paul Stanley's makeup required a star painted over his right eye, so the reverse art wasn't accepted. Bally had to create a whole new set of stencils to put the star over the proper eye on each side of the cabinet.“³¹⁰

Auch hier sind KISS penibel, was ihren Auftritt betrifft, und sei es nur in einem Maschinenspiel, aber die Inszenierung ihrer selbst findet bei jedem ihrer öffentlichen Erscheinungen statt. Dazu zählen auch die KISS Actionfiguren. Heute ist es nichts außergewöhnliches, wenn eine Band Actionfiguren von sich herstellen lässt. Es gibt sogar eigene Museen, in denen solche Figuren zu sehen sind.³¹¹ KISS waren jedoch wieder einmal die Ersten und öffneten erneut die Tore für ihre Nachfolger. Ein weiteres Spiel brachte KISS im Jahre 2000 auf den Markt, das wie ihr zwei Jahre zuvor erschienenenes Album *Psycho Circus*³¹² hieß. *Psycho Circus*³¹³ war das erste bandbezogene Computerspiel, in dem es direkt um die Band ging und man ihre Charaktere spielen konnte. Ein Jahr zuvor brachte eine andere große Band – Iron Maiden - einen First Person Shooter namens *Ed Hunter*³¹⁴ heraus, in dem man das Bandmaskottchen „Eddie“ spielte; dies war das erste bandbezogene Videospiel überhaupt.

Für musikalische Fans lässt Gene Simmons persönliche, originalgetreue Replika seines Basses „The Gene Simmons Axe Punisher“ vertreiben, die man direkt bei Simmons bestellen konnte: „Ich ließ den Bass ganz normal über die üblichen Paketdienste ausliefern. Die Käufer

³¹⁰ <http://www.bellstexas.com/pinball/kissessay.html> 24. Juni 2011

³¹¹ <http://www.actionfiguremuseum.com/site/> 24. Juni 2011

³¹² *Psycho Circus*, KISS, Mercury Recors, 1998

³¹³ http://www.gamestar.de/spiele/kiss-psycho-circus/test/kiss_psycho_circus,36764,1330034.html 24. Juni 2011

³¹⁴ *Ed Hunter*, Iron Maiden, EMI, 1999

schickten einen Scheck, ich schickte einen Bass.“³¹⁵ Alle KISS Merchandise-Produkte, ob Alben, Filme, Kondome oder Bücher, kann man jederzeit und weltweit auf der KISS Website³¹⁶ oder der eigenen Merchandise-Seite *Kissopolis*³¹⁷ erwerben. Die eben ausgeführten Merchandise-Konzepte und Produkte sind heute nichts Ungewöhnliches oder Unübliches mehr und Standard bei jeder Pop- und Rockband, bei den einen in weniger ausgeprägter und bei den anderen in ähnlicher Form wie bei KISS, jedoch waren KISS die Ersten, die diese Konzepte einführten, entwickelten und auf den Standard brachten, der heute Usus ist.

³¹⁵ Sex, Money, KISS, Gene Simmons, Wilhelm Heyne Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH, München, 2009 S. 253

³¹⁶ <http://www.kissonline.com/> 24. Juni 2011

³¹⁷ <http://www.kissopolis.com/> 24. Juni 2011

4.1.2 Metallica als Beispiel von modernem und intermedialem Merchandising

Um den Kult um Metallica verstehen und daraus folgend das Merchandise-Konzept untersuchen zu können, muss zunächst Biographisches über die Band dargebracht werden. Metallica gelten als Erfinder des Rocksubgenres Thrash Metal und begannen ihre Karriere 1982 in San Francisco. Die Gründungsmitglieder sind James Hetfield, Gesang und Rhythmusgitarre, Lars Ulrich an den Drums, Clifford Lee Burton am Bass und schließlich Dave Mustaine an der Sologitarre, der aber wenige Tage vor ihrer ersten Plattenaufnahme zu *Kill 'Em All*³¹⁸ durch den Exodus Gitarristen Kirk Hammet ersetzt wurde. Nach Burtons Tod im Jahre 1986 wurde dieser durch Jason Newsted am Bass ersetzt, der wiederum im Jahr 2000, wegen Differenzen mit der restlichen Band von Robert Trujillo ersetzt wurde. Diese Formation steht bis heute und wäre Cliff Burton nicht gestorben, so wäre mit Sicherheit auch er noch immer in der Grundformation Metallicas dabei. Metallica waren in den 1980er Jahren Pioniere einer neuen Musikrichtung geworden, des Thrash Metal, der schneller und härter gespielt wurde als jene bis dahin aufgekommene Rock- und Popsubgenres. Robert Walser beschreibt das damalige Novum, das der Thrash Metal darstellte, als folgend:

„The thrash metal style coalesced in the San Francisco Bay Area and Los Angeles in the early 1980's with groups like Metallica, Slayer, Testament, Exodus, Megadeth and Possessed. The musicians who created thrash were influenced by both heavy metal and punk; [...] The punk influence shows up in the music's fast tempos and frenetic aggressiveness and in critical or sarcastic lyrics delivered in a menacing growl. From heavy metal, thrash musicians took an emphasis on guitar virtuosity, which is usually applied more generally to the whole band. Thrash bands negotiate fast tempos, meter changes, and complicated arrangements with precise ensemble coordination. [...]; thrash bands appealed to "a new generation for whom Led Zeppelin and Sabbath were granddads but Quiet Riot and Mötley Crüe were too glam."”³¹⁹

Metallica sollten die – am Erfolg verglichen – neuen KISS werden, was sich schon am Anfang ihrer Karriere erahnen ließ, als sie beispielsweise ihr drittes *Album Master of Puppets*³²⁰ veröffentlichten, wie Robert Walser weiteres beschreibt: „The breakthrough came in 1986,

³¹⁸ Kill 'Em All, Metallica, Megaforce Records, 1983

³¹⁹ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 14

³²⁰ Master of Puppets, Metallica, Elektra Records, 1986

when Metallica's *Master of Puppets*, their first album on a major record label, began to receive the acclaim, that would make it thrash metal's first platinum album."³²¹ Zu Anfang ihrer Karriere bezogen sich Metallica in Inszenierung und medialer Vermarktung stets auf ihre Wurzeln. So behaupteten sie, dass sie keine Musikvideos drehen würden, entschlossen sich 1988 dann doch dazu, für ihren Song *One*³²² auf dem im selben Jahr erschienen Album ... *And Justice for All*³²³, ein Musikvideo für das Fernsehen zu drehen. Metallica Biograph Joel McIver schildert die Situation wie folgt: „Anfang Dezember hatten Metallica den (zumindest für sie) ungewöhnlichen Schritt gewagt, ein professionelles Musikvideo zu drehen, um die Singleauskopplung *One* zu begleiten, die nachträglich noch einmal auf eine für das TV attraktive Länge herunter gemischt wurde.“³²⁴ Die Reaktionen der Fans waren kritisch, da sie meinten, dass Metallica sich von seinen Wurzeln abwandte und sich verkaufte. Dies taten sie dann auch im Jahre 1991, als sie sich mit ihrem selbstbetiteltem Album *Metallica* (das „Black Album“) an die Spitze der US-Billboard Charts katapultierten, wie bereits im Kapitel über die 1990er Jahre erwähnt.

„Zunächst einmal verkauften Metallica im Laufe ihrer über 20-jährigen Karriere [mittlerweile 30-jährigen Karriere. Anmerkung des Autors.] über 85 Millionen CDs und Alben [Heute über 100 Millionen.³²⁵ Anmerkung des Autors.], plus einer riesigen Anzahl Singles, Videos, DVDs, Box-Sets und Fan-Artikel. Sie stehen in der Geschichte der amerikanischen Musikaufnahmen in der Verkaufsrangliste an siebter Stelle [Heute an 18. Stelle.³²⁶ Anmerkung des Autors.], und selbst ihre stärksten Mitbewerber im Bereich des Heavy Rock und Heavy Metal (Verkaufsschlager wie Iron Maiden, Guns N' Roses, Korn, Linkin Park und Limp Bizkit fallen einem dabei ein) kommen nicht einmal in die Nähe ihrer kommerziellen Erfolge.“³²⁷

Metallica begann ab den 1990er Jahren ein intensives Nutzen von Medien, und vor allen des Internet. Wie schon KISS vor ihnen gründeten sie einen offiziellen Fan Club namens Metclub. Mitglied kann man per Post oder über die eigene Metclub Website werden.³²⁸ Über diesen

³²¹ Running with the Devil-Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music, Robert Walser, Wesleyan University Press of New England, Hanover, 1993 S. 14

³²² One, ...And Justice for All, Metallica, Elektra Records, 1988 Autor: James Hetfield, Lars Ulrich

³²³ ...And Justice for All, Metallica, Elektra Records, 1988

³²⁴ Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. 239

³²⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_music_artists#100_million_to_119_million_records 25. Juni 2011

³²⁶ Siehe auch http://www.riaa.com/goldandplatinum.php?content_selector=top-selling-artists 25. Juni 2011

³²⁷ Justice for All: Die Wahrheit über Metallica, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005, S. xi

³²⁸ <http://www.metallica.com/metclub/metclub-more-info.asp> 24. Juni 2011

können Mitglieder exklusives Merchandising und Special Packages bei Konzerten im Internet bestellen. Ferner ist der Metclub ein konstantes Vehikel die Band zu promoten, ohne sich selbst darum kümmern zu müssen, da alle Aktionen, zwar in Absprache mit der Band, von der Organisation des Metclubs vorgenommen werden. Der Metclub bietet weiteres noch die Möglichkeit Merchandise-Produkte vergünstigt zu bekommen, mit der Band bei bestimmten Anlässen online zu kommunizieren ,oder man kann Backstage die Band treffen.³²⁹

Ein weiteres Beispiel für Metallicas intermediale Vermarktung stellt ihr Album *S&M*³³⁰ (Symphony & Metallica) dar. Das Album, bei dem Metallica ausgewählte Songs zuvor veröffentlichter Alben mit Hilfe des renommierten Filmmusik Komponisten Michael Kamen und dem San Francisco Symphony Orchester, konzertant arrangierte und aufführte. Metallica bedient sich also des Konzepts klassischer Musikformen und mischt sie mit neumusikalischen Strömungen, in diesem Fall Heavy Metal. *S&M* erhielt wenige Wochen nach der Veröffentlichung Platinstatus in den USA³³¹, parallel dazu wurde von der Aufführung in San Francisco eine DVD herausgebracht, welche genau wie das Album wenige Wochen später Platinstatus in den USA erhielt³³². Mit *S&M* bedient sich Metallica erfolgreich dreierlei Medien: der klassischen Musikform, der Rockmusik und der DVD. Zusätzlich bedient sich Metallica des Internets, um die *S&M*-Medien Produkte einwandfrei international distribuieren zu können.

Einen ähnlich erfolgreichen intermedialen Coup konnte Metallica mit dem über sie handelnden Dokumentarfilm *Some Kind of Monster*³³³ landen. Um das Jahr 2000 herum gab es innerhalb der Band Diskrepanzen über die Zukunft und den musikalischen Stil der Band

³²⁹ Siehe auch <http://www.youtube.com/watch?v=3hkAwf1--nw> 24. Juni 2011

³³⁰ *S&M*, Metallica und Michael Kamen, Elektra Records, 1999

³³¹

http://riaa.com/goldandplatinumdata.php?resultpage=2&table=SEARCH_RESULTS&action=&title=S%25M&artist=Metallica&format=album&debutLP=&category=&sex=&releaseDate=&requestNo=&type=&level=&label=Elektra&company=&certificationDate=&awardDescription=&catalogNo=&aSex=&rec_id=&charField=&gold=&platinum=&multiPlat=&level2=&certDate=&album=&id=&after=&before=&startMonth=1&endMonth=1&startYear=1958&endYear=2008&sort=Artist&perPage=25 24. Juni 2011

³³²

http://riaa.com/goldandplatinumdata.php?resultpage=2&table=SEARCH_RESULTS&action=&title=S%25M&artist=Metallica&format=album&debutLP=&category=&sex=&releaseDate=&requestNo=&type=&level=&label=Elektra&company=&certificationDate=&awardDescription=&catalogNo=&aSex=&rec_id=&charField=&gold=&platinum=&multiPlat=&level2=&certDate=&album=&id=&after=&before=&startMonth=1&endMonth=1&startYear=1958&endYear=2008&sort=Artist&perPage=25 24. Juni 2011

³³³ *Some Kind of Monster*, R: Joe Berlinger, Bruce Sinofsky, USA, 2004

und ferner kämpfte Frontman James Hetfield mit einer starken Alkoholsucht. Die Band war gerade dabei ihr neues Album *St. Anger*³³⁴ zu produzieren, als Streitigkeiten innerhalb der Band dazu führten, dass Bassist Jason Newsted ausstieg. Ohne Bassist, zerstritten und überarbeitet, ging bei der Produktion zu *St. Anger* nichts voran. Die Band beschloss einen Psychotherapeuten zu engagieren, der ihnen dabei helfen sollte, alles wieder ins Lot zu bringen. Joe Berlinger und Bruce Sinofsky wurden vom Metallica-Management dazu beauftragt ein Infomercial mit Material aus dem Bandarchiv zu drehen, welches als Werbefilm für *St. Anger* gelten sollte. Doch Joe Berlinger war anderer Meinung und wollte eine eigenständige Dokumentation über die Band drehen, wie er selbst berichtet:

„»Wisst ihr...«, begann ich. Meine Rede hatte ich vollkommen vergessen. »Wir wollen eigentlich nicht nur einen Historical machen. Das ist langweilig, und das kann doch auch jeder. [...]« [...]»Wir würden gern etwas Persönlicheres machen.« Jetzt fuhr ich schweres Geschütz auf. »Wir würden gerne die historischen Sachen mit einem Porträt kombinieren und zeigen, wer ihr Jungs tatsächlich seid. Natürlich können wir dieses Bandarchiv verwenden, aber warum versuchen wir nicht, mehr daraus zu machen als ein typisches Infomercial?«³³⁵

Letztendlich wurde daraus ein zweieinhalb stündiger Spielfilm der zahlreiche Filmpreise einstrich³³⁶ und am Startwochenende an den Kinokassen 46 Millionen US-Dollar einspielte. Die Ausmaße, welche die Produktion dieses Films, der in diesem Sinne selbst als Monster zu bezeichnen ist, annahm, können erahnt werden, wenn man bedenkt, dass beispielsweise 1602 Stunden Videomaterial auf 112 Meilen digitalem Videotape gefilmt oder 2524 Stunden Tonmaterial aufgenommen wurden und die Cutter gemeinsam 6000 Arbeitsstunden in den Film investierten.³³⁷ Der Film fand nicht nur innerhalb der Fangemeinde Metallicas großen Anklang, sondern wurde weltweit mit Begeisterung gesehen. Dass es im Film inhaltlich mehr um zwischenmenschliche Beziehungen geht, als um die Band selbst, kann beispielsweise durch folgende Kritik belegt werden:

³³⁴ *St. Anger*, Metallica, Elektra Records, 2003

³³⁵ *Some Kind of Monster-Hinter den Kulissen des Kultfilms »Some Kind of Monster«*, Joe Berlinger und Greg Milner, Blanvalet/Random House GmbH, München, 2006 S.40

³³⁶ Siehe <http://www.imdb.com/title/tt0387412/awards> 24. Juni 2011

³³⁷ Siehe *Ibidem* S. 41-42

„This is not a film about Metallica - it's a film about relationships," explains 40-year-old drummer Lars Ulrich. Originally planned as a behind-the-scenes promo to accompany the band's new album, *Some Kind Of Monster* quickly spiralled into some kind of nightmare, as the band teetered on the verge of acrimony and collapse in the recording studio. Bickering, backstabbing, and all-out slanging matches were the result as the three surviving band members - James Hetfield (vocals, guitar), Ulrich, and Kirk Hammett (guitar) - prove that monsters of rock often have monstrous egos to match."³³⁸

Ein weiteres Gebiet, in dem Metallica intermedial und kommerziell einen großen Erfolg landen konnten, war das auf den Markt bringen einer eigenen Metallica Version des erfolgreichen Konsolenspiels *Guitar Hero*³³⁹, nämlich *Guitar Hero Metallica*³⁴⁰. Bei *Guitar Hero* geht es darum, mit einem Videospielecontroller, der so aussieht wie eine Gitarre, mit Tasten die am Bildschirm angezeigten Töne eines Liedes zu treffen. Das Werbevideo für *Guitar Hero Metallica* ist wiederum ein intermedialer Film, in dem Machinimas der Band, also aus der Game Engine produzierte Filme, zu sehen sind, sowie Interviews in Realaufnahme mit den Bandmitgliedern. Unterstützt wird das Visuelle durch einen Soundtrack aus Metallica Liedern.³⁴¹ Wie KISS und Iron Maiden zuvor hatte Metallica nun ein eigenes Videospiele, jedoch übertrafen sie ihre Vorgänger in Sachen Verkaufszahlen bei weitem. *Guitar Hero Metallica* wurde 2009³⁴² veröffentlicht und wurde 2010 bereits über eineinhalb Millionen³⁴³ mal weltweit verkauft. Im Jahr 2011 veröffentlicht Metallica ein weiteres Spiel – eine Monopoly Metallica Edition.³⁴⁴ Bis dato liegen noch keine Verkaufszahlen vor, jedoch an den Erfolg von *Guitar Hero Metallica* wird die Monopoly Ausgabe Metallicas mit Sicherheit nicht anschließen können, da die Tendenz zu Brettspielen in den letzten Jahren zu Gunsten der Videospiele zurückgegangen ist.

Auch im Bereich der Signature-Produkte bei Musikinstrumentenherstellern ist Metallica weltweit die Nummer Eins. Wie bereits zuvor erwähnt sind Signature-Produkte etwa im Gitarrenbereich, originalgetreue Replika von Gitarren, die ein bestimmter Künstler spielt und

³³⁸ http://www.bbc.co.uk/films/2004/09/03/metallica_some_kind_of_monster_2004_review.shtml 24. Juni 2011

³³⁹ *Guitar Hero*, Harmonix Music Systems/RedOctane, USA, 2005

³⁴⁰ *Guitar Hero Metallica*, Neversoft/Activision, USA, 2009

³⁴¹ Siehe <http://hub.guitarhero.com/games/ghm> 24. Juni 2011

³⁴² *Ibidem* 24. Juni 2011

³⁴³ <http://www.thewrap.com/deal-central/article/music-videogames-trouble-15797?page=0,1> 24. Juni 2011

³⁴⁴ <http://www.metallica.com/products/monopoly-metallica-edition.asp> 24. Juni 2011

die von einem bestimmten Gitarrenbauer hergestellt werden. So spielen die beiden Gitarristen Metallicas, James Hetfield und Kirk Hammet, zumeist Gitarren des Herstellers ESP. ESP vermarktet auf seiner Homepage die Gitarrenmodelle und nützt dabei die Prominenz Metallicas, was dem Hersteller weltweites Ansehen bringt und Metallica Tantiemen.³⁴⁵ Ein weiteres Beispiel für ein Metallica Signature-Produkt sind die Tonabnehmer, die James Hetfield bei seiner Gitarre benutzt. Der Hersteller EMG bietet dieses Produkt als *EMG-JH Set*³⁴⁶ an und promotet dieses über Werbeanzeigen in Fachmagazinen oder im Internet via Medienplattformen, wie YouTube³⁴⁷ oder über soziale Netzwerke³⁴⁸. Die Werbefilme, die auf YouTube zu sehen sind, sind in einen Clip³⁴⁹ und ein zweiteiliges Interview mit James Hetfield persönlich unterteilt³⁵⁰.

Anhand der soeben dargestellten Beispiele kann man sehen, wie vielfältig Metallica intermediale Konzepte verfolgt und erschafft. Die mediale Omnipräsenz wird von Metallica nahezu frenetisch angestrebt und man versucht mit allen heute verfügbaren Medien sein Publikum zu erreichen. Die Inszenierung der Band, also das Bild, das sie von sich vermitteln möchte, lebt in allen bandbezogenen intermedialen Konzepten weiter und trägt somit unwiderruflich zu einer Mythenbildung um die Band bei, wie dies zum ersten Mal in solch einer Form bei KISS zu beobachten war. Der Musik Journalist Glen Pillsbury schreibt in seiner Arbeit *Damage Incorporated*³⁵¹ über die intermedialen Konzepte bei Metallica folgendes:

„In *Damage Incorporated* I am interested in the many ways identity can be created and represented, and what performance through music offers to the topic of identity as a whole. In a project about Metallica, the issue of commerce stands as an obvious point of inquiry in the situation described above, but identity in popular music is a complex web of issues reaching out to other points, such as gender and race. As a web, none of the individual

³⁴⁵ Siehe <http://www.espguitars.com/guitars/signature/kirk.html> 24. Juni 2011

³⁴⁶ <http://www.emgpickups.com/artists/featuredArtist/1> 24. Juni 2011

³⁴⁷ <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/5/ARWNULKsIPE> 24. Juni 2011

³⁴⁸ <http://www.facebook.com/emgpickup?sid=b8a180adbcfd893baf8889ddb9115215&ref=search> 24. Juni 2011

³⁴⁹ <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/5/ARWNULKsIPE> 24. Juni 2011

³⁵⁰ <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/3/lc1FMJvNXCg> und

<http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/2/E8HVHX5bmZA> 24. Juni 2011

³⁵¹ *Damage Incorporated*, Glenn T. Pillsbury, Routledge, New York, 2006

components operates alone, but all are influenced by strands of interconnectedness and continue to be flux in process across time.”³⁵²

Wie man deutlich erkennen kann setzt Metallica ein Netzwerk verschiedener Medien ein, um ihr Image und in weiterer Folge ihre Inszenierung auch abseits der Bühne fortzusetzen. Vergleicht man Metallicas Konzepte mit jenen von KISS, so ist eindeutig eine markante Ähnlichkeit bezüglich der eingesetzten Medien und Möglichkeiten festzustellen, nur dass Metallica bereits über moderne Medien verfügen konnte und KISS, zumindest am Anfang ihrer Karriere, nicht. Blickt man noch weiter zurück, zu den Wurzeln des Merchandising, wie etwa dem Verkauf von Gladiatorenfiguren im alten Rom oder Zaubertränken von Possenreißern, und bezieht dieses Konzept auf KISS und später auf Metallica, so kann man feststellen, dass diese intermediale Inszenierung schon ein antikes Konzept ist, das heute in seiner modernisierten Form noch immer existiert.

Ein weiteres Gebiet der inszenierten Vermarktung, in dem sich beispielsweise Metallica etablieren konnte, ist im Bereich von Kooperationen mit entweder anderen Künstlern oder Veranstaltern von Konzerten, worauf im nächsten Kapitel genauer eingegangen wird.

³⁵² Damage Incorporated, Glenn T. Pillsbury, Routledge, New York, 2006 S. x

4.2 Vermarktung durch Kooperation

Vermarktung durch Kooperation basiert auf dem einfachen Prinzip, dass man durch die Partnerschaft mit anderen Künstlern mehr Rezipienten versammeln und sich dadurch einer breiteren Öffentlichkeit präsentieren kann. Am besten lässt sich dies mit einem fahrenden Zirkus vergleichen, bei dem unter einem Gesamtkonzept viele verschiedene Künstler ihre Auftritte zeigen können. Verschiedene Bands benennen ihre Tour oder gemeinsame Tour auch mit Bezug auf einen Zirkus, wie etwa die *Psycho Circus Tour*³⁵³ von KISS in den Jahren 1998 bis 2000 oder die *Berzerkus Tour*³⁵⁴ von Black Label Society und Children of Bodom im Jahr 2010 und 2011. Das „Psycho“ und das „Berzerkus“ widerspiegeln in diesem Fall dunkle und okkulte Bezüge, die dem Image, also der Inszenierung, der Bands dienen und diese so untermauern. Wie bereits oben erwähnt, ermöglicht die Kooperation einen Auftritt vor größerem Publikum und trägt zur Mythenbildung beider Bands bei. Dies kann eben auf zwei Wegen geschehen. Zunächst können sich Künstler zusammen tun und eine eigene Tournee starten, oder ein Veranstalter versammelt mehrere Künstler, bei dem diese sowohl durch Mythenbildung als auch finanziell profitieren. Für Ersteres wurden schon zwei Beispiele mit der *Psycho Circus* und der *Berzerkus* Tour genannt, für Letzteres stehen beispielsweise das *Ozzfest*³⁵⁵ oder das *Sonisphere Festival*³⁵⁶. Es sollen nun von beiden Möglichkeiten Beispiele untersucht werden, die den Sachverhalt deutlicher darstellen und in welcher Form sie intermedialen Konzepten folgen.

³⁵³ http://en.wikipedia.org/wiki/Psycho_Circus_Tour 28. Juni 2011

³⁵⁴ <http://www.blacklabelsociety.com/tour-dates/tour-archive> 28. Juni 2011

³⁵⁵ Siehe <http://www.ozzfest.com/welcome.html> 28. Juni 2011

³⁵⁶ Siehe <http://sonispherefestivals.com/> 28. Juni 2011

4.2.1 Tourneen und Konzerte

Als Beispiele einer Kooperation bei Tourneen und Konzerten gelten etwa das *Live Aid*³⁵⁷ Konzert 1985, das *Ozzfest*, sowie das *Sonisphere Festival* und das *Rock in Rio*³⁵⁸ Festival. *Live Aid* war eine Veranstaltung, die unter einem gewissen Motto stand und zu einem gewissen Zweck, nämlich Spendengelder für hungernde in Afrika zu sammeln, veranstaltet worden war. Eine Vielzahl von verschiedenen Pop- und Rockbands waren vertreten und spielten ohne Gage kurze Live-Shows. Es traten unter anderen Bands wie Queen, Judas Priest, U2, The Who, Led Zeppelin oder Madonna³⁵⁹ auf und zogen damit eine ungeheuer große Zahl an Rezipienten an. *Live Aid* fand simultan auf verschiedenen Kontinenten statt, wie eine offizielle Beschreibung wissen lässt: „On July 13, 1985, an unforgettable global event called Live Aid was held simultaneously in Australia, the United Kingdom and in the United States. This 16 hour event was the first of it's kind. Live Aid linked via satellite for the first time, three fantastic concerts, and multiple continents. The event was designed to raise money and awareness for the famine in Ethiopia.“³⁶⁰ Durch den Einsatz von Satellitenübertragung konnten über eineinhalb Milliarden³⁶¹ Menschen weltweit das Konzert Live mitverfolgen. Durch *Live Aid* profitierten sowohl die Veranstalter, die eine große Summe Geld einnehmen konnten, sowie die Künstler, die sich einen guten Ruf machen konnten und vor einem in dieser Größe noch nie dagewesenem Publikum spielen konnten. Der Erfolg ist diesem Bericht der Warner Music Group zu entnehmen:

„Die Bands und Musiker stellten sich ohne Gagenforderungen zur Verfügung. Weltweite Spendensammlungen, die Verkäufe aus den Singles „Do They Know It's Christmas“ und „We Are The World“ und das Engagement vieler Menschen sorgten damals für Einnahmen in Höhe von 140 Millionen Dollar für die Hungernden in Afrika. Mehr noch aber sorgte **LIVE AID** für das Zusammengehörigkeitsgefühl von Milliarden von Menschen. Und die Arbeit hat noch lange nicht aufgehört: Über 50 weitere Millionen Dollar sind seit damals zusammengekommen, und mit der Veröffentlichung des DVD-Sets **LIVE AID** geht der Prozess auch heute weiter..“³⁶²

³⁵⁷ Siehe <http://www.live-aid-dvd.com/> 28. Juni 2011

³⁵⁸ <http://www.rockinrio.com.br/en/rock-in-rio/sobre-o-festival/> 28. Juni 2011

³⁵⁹ <http://liveaid.free.fr/> 28. Juni 2011

³⁶⁰ Siehe 316 28. Juni 2011

³⁶¹ Ibidem 28. Juni 2011

³⁶² <http://www.warnermusic.de/liveaid/bio/> 28. Juni 2011

Ein ähnliches Konzept verfolgt das 1985 erschaffene *Rock in Rio*. Bisher hat es neun Mal stattgefunden und bietet ein über mehrere Tage andauerndes Programm mit Live-Konzerten verschiedenster Rock- und Popkünstler. Die Veranstalter beschreiben das Festival wie folgend: „Rock in Rio is the biggest festival of music and entertainment of the world. Always ensuring the quality of attractions, the comfort of the public and an impeccable infrastructure, is an event made for all the tribes that drives the music industry, the tourism and the economy.“³⁶³ Ferner geht, ähnlich dem *Live Aid* Konzept, ein gewisser Teil des Erlöses des Festivals an gemeinnützige Projekte. Ein weiteres Merkmal des *Rock in Rio* ist, dass es trotz des Namens, auch bereits in Portugal und Spanien stattgefunden hat. Wie auch *Live Aid*, hat sich das *Rock in Rio* globalisiert und bekommt dadurch eine hohe Aufmerksamkeit von Seiten der Medien und Rezipienten. Ferner können nicht so bekannte Künstler, welche für das Festival gebucht sind, das *Rock in Rio* nutzen, um international Aufmerksamkeit zu erregen, wie folgende Statistik beweist: „In its nine editions, being three in Brazil (1985, 1991 and 2001), four in Portugal (2004, 2006, 2008 and 2010) and two in Spain (2008 and 2010), Rock in Rio gathered more than 5 million people, who applauded 656 bands live. There were more than 780 hours of broadcast music for more than 1 billion viewers in 80 countries.“³⁶⁴

Als drittes Beispiel soll das *Sonisphere Festival* untersucht werden, welches als erstes Festival der Welt auf Tour geht.

„Am 20. Juni [2009. Anmerkung des Autors.] debütiert in Holland das Sonisphere-Festival – das bislang erste und einzige Festival, das international auf Tour geht. Anschließend zieht das Sonisphere weiter nach Spanien, bevor es noch Schweden und Finnland besucht und schließlich am 01. und 02. August im englischen Knebworth Endstation macht. „Es hat schon viele erfolgreiche Rockfestivals auf der Welt gegeben, aber dieses wird das erste sein, das auf eine internationale Tournee geht“, erklären die Macher des Festivals, die bereits das Monsters of Rock und das Download Festival mitentwickelt haben.“³⁶⁵

Die Künstler werden gebucht und verpflichten sich an einer gewissen Anzahl an Stationen im Line Up des *Sonisphere Festivals* dabei zu sein. So startet das Festival beispielsweise in Polen

³⁶³ <http://www.rockinrio.com.br/en/rock-in-rio/sobre-o-festival/> 28. Juni 2011

³⁶⁴ Ibidem 28. Juni 2011

³⁶⁵ <http://www.gig-guide.de/festivals/news/23052909/sonisphere-ein-festival-auf-tour> 28. Juni 2011

und zieht dann nach Tschechien, Italien, etc.³⁶⁶ Durch das Umherziehen erreicht das Festival – und somit die Künstler – eine hohe Anzahl von Rezipienten in verschiedenen Ländern in verhältnismäßig kurzer Zeit, da das Festival nur in den Sommermonaten stattfindet. Der Aufwand an Logistik und Koordination des Festivals sind enorm, wenn man sich vorstellt, dass die Band ihr eigenes Equipment und ihre eigenen Bühnenaufbauten mitnehmen.

Die Vermarktung der jeweiligen Festivals erfolgt auf Basis intermedialer Konzepte. So macht das *Live Aid* bis heute durch den Verkauf von Konzertmitschnitten, sowohl Video als auch Audio, einen enormen Profit, der immer noch den Hungerleidenden zu Gute kommt. Eine Beschreibung des Produktangebotes lautet wie folgt: „Auf insgesamt vier DVDs hält LIVE AID über zehn Stunden Live-Musik in bester Qualität bereit. Multi-Channel Surround Sound und Stereo Audio Options gehören ebenso dazu wie die Dokumentation "Food & Trucks & Rock 'n' Roll" und Untertitel in sechs Sprachen.“³⁶⁷ Auch das *Rock in Rio* bedient sich verschiedener Medien, um auf sich aufmerksam zu machen und sich zu vermarkten. So findet sich auf der Website des *Rock in Rio* Festivals eine Rubrik, die sich „ROCKINRIO TV“³⁶⁸ nennt, bei der Rezipienten die Möglichkeit haben, in Form von Videos, aktuell Nachrichten rund um das Festival zu erhalten. Weiteres kann man auf der Website ein virtuell erstelltes Video des Festivalgeländes ansehen, das Informationen über das Gelände selbst, die Infrastruktur und den Aufbau der Bühne gibt.³⁶⁹ Auch soziale Medien, wie Facebook oder Twitter dienen hier, um den Rezipienten und potentiellen Kartenkäufern Eindrücke vergangener Festivals sowie aktuelle Nachrichten zu übermitteln. Diese Art von Medien wird auch auf der Website des *Sonisphere Festivals* eingesetzt.³⁷⁰ Dies um verstärkt mit den Rezipienten in Kontakt zu treten, wenn etwa über Facebook eine Befragung gestartet wird, wie man das Festival noch verbessern könnte. Das geschieht beim *Sonisphere Festival* auf einer lokalen Ebene, da die Blogs, Websites und sozialen Netzwerke in der jeweiligen Landessprache des *Sonisphere*-Veranstaltungsortes verfasst ist, wie man etwa dem englischen³⁷¹ oder dem türkischen³⁷² Facebook Account des *Sonisphere Festivals* entnehmen kann. Auch das *Sonisphere* bietet Videos, die Interviews mit Künstlern, organisatorische

³⁶⁶ Siehe <http://sonispherefestivals.com/> 28. Juni 2011

³⁶⁷ <http://www.max.de/pop-kultur/musik/live-aid-dvd/> 28. Juni 2011

³⁶⁸ <http://www.rockinrio.com.br/en/tv-rock-in-rio/> 28. Juni 2011

³⁶⁹ <http://www.rockinrio.com.br/en/cidade-do-rock/tour-virtual/> 28. Juni 2011

³⁷⁰ <http://uk.sonispherefestivals.com/> 28. Juni 2011

³⁷¹ <http://www.facebook.com/sonisphereuk> 28. Juni 2011

³⁷² <http://www.facebook.com/sonisphere2010> 28. Juni 2011

Informationen oder Auftrittsmitschnitte einzelner Bands zeigen.³⁷³ Auch ein virtueller Katalog über das *Sonisphere* mit Informationen über das Festival, mit Merchandise-Angeboten, Informationen über die Bands und Ähnlichem, bietet *Sonisphere* in Kooperation mit Fachzeitschriften oder einem Merchandise-Produkte Vertrieb an.³⁷⁴

Die intermedialen Konzepte, die Festivalveranstalter heute einsetzen sind de facto unbegrenzt. Sowohl die Künstler als auch die Veranstalter profitieren von dieser Symbiose, da immer einer durch den jeweils anderen mehr Aufmerksamkeit bekommt. So wirbt etwa ein Festival, wie das *Sonisphere* eines ist, bei medialen Erscheinungen mit den Bands, wie beispielsweise auf Plakaten oder in Form von Kurzvideos³⁷⁵, und die Bands bewerben das Festival wiederum auf ihren Websites³⁷⁶, oder in Interviews mit Magazinen oder dem Fernsehen³⁷⁷. Eine weitere Möglichkeit Kooperationen einzugehen ist es, wenn etwa Künstler sich vereinigen und gemeinsam eine Tournee oder ein Konzert veranstalten, worauf im nächsten Kapitel genauer eingegangen wird.

³⁷³ <http://uk.sonispherefestivals.com/buy-tickets/> 28. Juni 2011

³⁷⁴ <http://www.swedenrock-online.se/sonisphere&origin=10SFG11> 28. Juni 2011

³⁷⁵ <http://uk.sonispherefestivals.com/wp-content/uploads/2011/06/Sonisphere-11-800.jpg> 28. Juni 2011

³⁷⁶ <http://www.metallica.com/tour/jul-9-2011-amneville.asp> 28. Juni 2011

³⁷⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=g4OchNFd6HI&feature=fvst> 28. Juni 2011

4.2.2 Kooperation verschiedener Künstler untereinander

Ein in den letzten Jahren öfter zu beobachtendes Phänomen in der Pop- und Rockmusikwelt ist die Kooperation von verschiedenen Künstlern, wie beispielsweise das gemeinsame auf Tournee gehen einzelner Interpreten. Besonders bei Bands, die schon über längere Jahre hinweg erfolgreich sind, sich jedoch dem Ende ihrer Karriere nähern, und noch einmal vor einem großen Weltpublikum spielen möchten. Dies trifft auch häufig auf Bands oder Künstler zu, die sich nach langen Jahren wieder vereinigen und mit Unterstützung anderer Gruppen eine größere Anzahl an Rezipienten anziehen. Als prominentes Beispiel für eben Genanntes der letzten Jahre erweist sich die Boy Group Take That. Sie waren bis Mitte der 1990er Jahre die erfolgreichste Boy Group der Geschichte und zogen Millionen Fans in ihren Bann. Nach dem Ausstieg ihres, bei den Fans „beliebtesten“ Mitglieds Robbie Williams, konnte dieser eine beeindruckende Solokarriere starten, während der Rest von Take That zu viert nicht mehr die Erfolge verbuchen konnte. Als es in den 2000er Jahren ruhiger um alle ehemaligen Bandmitglieder wurde, fand eine Wiedervereinigung von Take That statt. Folgende Kritik beschreibt die Situation:

„Für Robbie Williams dagegen ging es nach seinem Ausstieg viele Jahre nur bergauf. Er wurde ein Weltstar. In der letzten Zeit war es aber ein wenig stiller um ihn geworden - zumindest musikalisch betrachtet. Wenn man über ihn las, dann eher in den Zusammenhängen, die ihm schon während seiner Zeit bei Take That Probleme gemacht haben.

Die Rückkehr zu Take That ist eine Chance: für Robbie Williams, der wieder musikalisch von sich reden machen kann. Für Take That, die Boyband, die inzwischen längst eine Herrentruppe geworden ist. Und für ein ganzes Genre. Die Boyband ist zurück.“³⁷⁸

Einhergehend mit der Wiedervereinigung sind gemeinsame Konzerte sowie umfangreiches Merchandising, wie man etwa der offiziellen Website von Take That³⁷⁹ entnehmen kann. Dort können mediale Produkte wie Alben, DVDs oder ein exklusives „Box-Set“³⁸⁰, welches DVDs, CDs, exklusive Fotos der Band und das ganze schön verpackt und nach dem Image der

³⁷⁸ <http://www.sueddeutsche.de/kultur/pro-und-contra-take-that-reunion-let-me-entertain-you-1.976023> 29. Juni 2008

³⁷⁹ <http://www.takethat.com/> 29. Juni 2011

³⁸⁰ <http://store.universal-music.co.uk/restofworld/progress/take-that-progress-boxset-2010/inv/0602527574257/> 29. Juni 2011

Band designt, erworben werden. Auch hier kommt wieder ein intermediales Konzept zur Anwendung, bei dem durch leicht distribuierbare Medien, wie CDs, etc., die Inszenierung der Band in andere Medien weitergetragen wird und dort auf den, dem neuen Medium spezifischen Merkmalen, perpetuell weiterexistiert.

Als in den 1980er Jahren, wie oben bereits beschrieben und ausgeführt, der Trash Metal aufkam und Millionen von Rezipienten für sich gewinnen konnte, waren am Erfolg dieses Rock Subgenres vier Bands, nämlich Metallica, Slayer, Megadeth und Anthrax, maßgeblich beteiligt. Schon wenige Jahre nach dem Erscheinen dieser Bands auf der internationalen Musikbildfläche, wurden sie als die „Big 4 of Thrash Metal“ bezeichnet, was sich anhand des zitierten Artikels der MTV Website entnehmen lässt: „They've sold millions, popularized the thrash style and have long been hailed as "The Big 4" by the press and fans. They've shared members: Megadeth main man Dave Mustaine was part of Metallica's early lineup; Slayer's Kerry King was once in Megadeth.“³⁸¹. Diese Begebenheiten und das jahrelang sich aufrecht erhaltende mediale Interesse an den *Big 4* veranlasste sie schlussendlich im Jahre 2010 zum ersten Mal in der Geschichte gemeinsam auf Tour zu gehen und sich eine Bühne zu teilen. So geschah dies 2010 in Warschau im Rahmen des *Sonisphere Festivals* zum ersten Mal.³⁸² Dies stellt wiederum eine Besonderheit dar, weil an dieser Stelle sowohl eine Kooperation mit Künstlern, als auch mit einem Veranstalter stattfindet. Auf ihren weiteren Stationen im Rahmen der *Big 4*-Tour 2010 spielten sie zum ersten Mal in Sofia tatsächlich alle gemeinsam ein Lied auf der Bühne, nämlich *Am I Evil?*³⁸³ von Diamond Head, eine Band die alle *Big 4* gleichermaßen beeinflusst hat.

Dieses Konzert der *Big 4* in Sofia wurde live mitgeschnitten um später daraus eine DVD beziehungsweise Blu-ray Disc zusammenzustellen. Ferner wurde das Spektakel per Satellitenübertragung live in ausgewählte Kinos weltweit übertragen: „When the “Big Four”, Metallica, Slayer, Megadeth and Anthrax, shared a stage together on June 22nd 2010 in Sofia, Bulgaria, the show was beamed live into over 550 theatres worldwide via satellite in a special HD cinematic event.“³⁸⁴ Eine weitere Form von intermedialer Repräsentanz der *Big 4*

³⁸¹ <http://www.mtv.com/news/articles/1662574/big-4-concert-metallica-anthrax-slayer-megadeth.jhtml> 29. Juni 2011

³⁸² <http://uk.sonispherefestivals.com/news/the-big-four-together-for-the-first-time-in-history/> 29. Juni 2011

³⁸³ *Am I Evil?*, *Borrowed Time*, Diamond Head, MCA Records, 1982 Autor: Brian Tatler, Sean Harris

³⁸⁴ <http://www.thebig4sofia.com/release.php> 28. Juni 2011

ist ein limited edition "super box set", welches folgende Medien beinhaltet: „In addition to the two DVD sets and the corresponding Blu-ray, there will be a limited edition "super deluxe" box set including the DVD set, five CD's with ALL the music, a 24 page booklet, a poster, photos of each band, and a Big 4 guitar pick.“³⁸⁵ Wie man der Auflistung entnehmen kann, bedienen sich die *Big 4* hier gleich mehrerer einzelner Medien und fügen sie zu einem neuen Gesamtmedium, dem „super box set“ zusammen. Auf der *Big 4* Website dienen aber noch verschiedene weitere Medien der Verbreitung und Inszenierung des Sofia Konzerts der *Big 4*. So verweist die Website per Link auf regionale Händler, bei denen die Rezipienten die angebotenen Medien vorbestellen beziehungsweise bestellen und kaufen können.³⁸⁶ Ruft der Rezipient die Website auf, so erscheint zunächst ein Promotion Video³⁸⁷ für die DVD/Blu-ray, welches Ausschnitte der DVD/Blu-ray zeigt, sowie mit Inserts mit Informationen über das Konzert, den Inhalt der DVD/Blu-ray sowie Informationen über die Bands. Ferner finden sich auf der Website exklusive Fotos des Konzerts³⁸⁸, sowie Set Lists³⁸⁹ der einzelnen Bands, welche sie in Sofia gespielt haben. Eine weitere Rubrik namens „Are You Evil?-YouTube Competition“³⁹⁰ fordert Rezipienten dazu auf eine eigene Cover Version des Songs *Am I Evil?* zu spielen und auf YouTube hochzuladen. Die Gewinner werden dann mit Merchandise-Medien belohnt. Dieser Versuch der *Big 4* mit den Rezipienten auch aus der Ferne interaktiv zu agieren, verwandelt jene in „Prosumer“, also Produzenten und Konsumenten der Medien gleichzeitig. Das in Fachkreisen renommierte Guitar World Magazin beschreibt die Inszenierung der *Big 4* folgendermaßen: „The American Gods of Metal – Metallica, Slayer, Megadeth and Anthrax – threw a proper old school metal party in Eastern Europe this summer. They called it The Big Four, a name that it lived up to in every possible way.“³⁹¹ Dass alle Bands jeweils selbst auf ihren eigenen Websites für *Big 4* werben versteht sich nahezu von selbst, was man auch nicht übersehen kann, wenn man die Websites besucht.³⁹² Auch Facebook und soziale Netzwerke werden beim intermedialen Konzept der *Big 4*

³⁸⁵ <http://www.thebig4sofia.com/release.php> 28. Juni 2011

³⁸⁶ <http://www.thebig4sofia.com/> 28. Juni 2011

³⁸⁷ *Ibidem* 28. Juni 2011

³⁸⁸ <http://www.thebig4sofia.com/gallery.php> 28. Juni 2011

³⁸⁹ <http://www.thebig4sofia.com/setlists.php> 28. Juni 2011

³⁹⁰ <http://www.thebig4sofia.com/areyouevil.php> 28. Juni 2011

³⁹¹ Guitar World, Ausgabe Oktober 2010, Future US Inc., San Francisco S. 36

³⁹² <http://www.megadeth.com/home.php>, http://www.metallica.com/news/20110429_news.asp, <http://www.slayer.net/at/event/2011/09/14/slayer>, <http://anthrax.com/NFWS/> 28. Juni 2011

eingesetzt. So kann man auf der Facebook Seite der *Big 4*³⁹³ zusätzliche aktuelle Informationen erfahren und sich mit anderen Rezipienten austauschen.

Die letzte Phrase „They called it The Big Four, a name that it lived up to in every possible way.“³⁹⁴, in der sich Guitar World auf die Größe des ganzen Spektakels bezieht, lässt sich an Hand der vorher genannten intermedialen Inszenierungs- und Vermarktungsformen deutlich nachvollziehen. Durch die Kooperation von Künstlern mit Veranstaltern oder anderen Künstlern kann eine Vielzahl mehr an Rezipienten gewonnen werden. Die Möglichkeiten medial präsent zu bleiben, ergeben sich aus der Werbung für die gemeinsame Sache. So lassen sich auch intermediale Inszenierungskonzepte durch Verbreitung durch die einzelnen Protagonisten global besser einsetzen, da durch die jeweiligen bandspezifischen Fans mehr Aufmerksamkeit für das Produkt erzeugt wird. Ferner ergeben sich durch solche Kooperationen weitere Möglichkeiten intermediale Konzepte weiter zu entwickeln und für noch größere Ansprüche zu inszenieren, denkt man beispielsweise an die weltweite Satellitenübertragung des *Big 4* Konzerts in Sofia in verschiedene Kinos oder das intermediale „Monster“ von U2s *Zoo TV*-Tour. Abschließend lässt ein Zitat des Megadeth Frontman Dave Mustaine die enorme Größe der *Big 4* Inszenierung noch einmal deutlich werden und lässt noch auf spektakulärere Inszenierungen von Live Shows in der Pop- und Rockmusik hoffen: „The magnitude of this event hasn't really sunk in yet, and I am thrilled to know that people around the planet will be able to walk into a movie theatre and experience the greatest line up of Heavy Metal in the history of the world!“³⁹⁵

³⁹³ <http://www.facebook.com/TheBig4> 28. Juni 2011

³⁹⁴ Guitar World, Ausgabe Oktober 2010, Future US Inc., San Francisco S. 36

³⁹⁵ <http://www.thebig4sofia.com/release.php> 28. Juni 2011

5 Conclusio

„Don't write in starlight,
'Cause the words may come out real"
- Dio³⁹⁶

Die vorliegende Arbeit setzt ihren Schwerpunkt auf das intermediale Konzept bei Pop- und Rockshows. In diesem Sinne sind Pop- und Rockshows mediale und theatrale Konzepte, die mit Hilfe von technischen und historischen theatralischen Medien ein intermediales Gefüge bilden und so selbst zu einem neuen Medium werden. So bedienen sich Pop- und Rockshows der Musik, des Films, des Theaters, der Oper, des Internets und weiterer elektronischer Medien unserer Zeit. Sie verwerten genretypische Eigenschaften der einzelnen Medien und adaptieren sie wiederum für das Pop- und Rockgenre. Dies führt letztendlich dazu, dass gewisse Eigenschaften, etwa die historischer Theaterformen und die eines Popkonzerts, Ähnlichkeiten im Konzept aufweisen und so Rückschlüsse auf die gemeinsamen Wurzeln erlauben. Die These, dass kein anderes Kunstgebiet als die Pop- und Rockmusik mehr Medien einsetzt, als jedes andere Kunstgebiet vorher und heute, konnte durch verschiedene Analysen an Hand von ausgewählten Beispielen deutlich dargestellt werden. Das Verhältnis von Künstlern und Medien zueinander ist bei einer Pop- oder Rockshow als unzertrennlich anzusehen, da sich beide gewissermaßen bedingen. Durch immer größer werdende Inszenierungen, die letztendlich den Visionen der Künstler entsprungen sind, wurden immer extremere Bühnenmaschinen und Bühnenkonstruktionen notwendig. So treiben im direkten Sinn die Künstler die Entwicklung der Medien an, um sich selbst damit in immer größeren Maßstäben präsentieren zu können, sowohl auf der Bühne als auch abseits davon. Die verschiedenen Medien, die das Pop- und Rockkonstrukt erst ermöglichen, und ihre globale Bandbreite wiederum ermöglichen es den Künstlern, inszenierungstechnische Ideen umzusetzen, die Jahre zuvor noch als undurchführbar galten. Hatte man es 1972 noch als unmöglich ein Konzert per Satellitenübertragung weltweit live im Kino zu sehen, oder während eines Konzerts Autos durch die Luft fahren zu lassen, so ist beides schon wenig später Realität. Die extreme Nutzung verschiedener Medien sowie die theatrale Inszenierung, die in jenen weiterlebt, verdeutlichen noch einmal, dass Rock- und Popshows

³⁹⁶ Don't Talk to Strangers, Holy Diver, Dio, Vertigo 1983 Autor: Ronnie James Dio

mit Abstand die Intermedialität am stärksten einsetzen und gleichzeitig auch formen und entwickeln. Aufgrund des Bezugs zu klassischen Theaterformen, zum Film, zu modernen Medien, wie das Internet beispielsweise, und die gezielte Kombination dieser einzelnen Komponenten, ist dieses noch junge Forschungsgebiet der Pop- und Rockmusik-Kultur, von diesem Standpunkt aus betrachtet, eindeutig der Theater-, Film- und Medienwissenschaft zuzuordnen. Ferner sollte dieses Gebiet Gegenstand weiterer Untersuchungen sein, da, wie in dieser Arbeit gezeigt wurde, die Pop- und Rockkultur so vielschichtig und komplex ist, dass ihre einzelnen Teile partikulär analysiert werden müssen, um den gesamthistorischen Verlauf der Intermedialität in der Unterhaltungskunst, was Pop- und Rockshows simpel ausgedrückt sind, am besten erschließen zu können.

Der chronologische Anfang dieser Untersuchung wurde in die 1960er Jahren gesetzt, da sich in diesem Jahrzehnt erstmals moderne intermediale Konzepte in der damaligen Mainstreammusik feststellen ließen. Die Popkultur begann sich zu entwickeln, was mit sowohl sozialpolitischen als auch technologischen Veränderungen und Fortschritten in Zusammenhang steht. Die Gleichberechtigungsbewegung unter Martin Luther King in den USA gegen die Unterdrückung der schwarzen, sowie der Vietnam Krieg hatten Einfluss auf die sich formende Jugendkultur, was die Popkultur in ihren Anfängen teilweise war. In Europa begann nach dem zweiten Weltkrieg langsam wieder der wirtschaftliche Aufschwung und auch hier begann die Jugendkultur sich zu entwickeln und zu verändern. In der Technologie wurde ein neues Zeitalter eröffnet, welches von nun an die Eroberung des Weltalls und Farbfernsehen ermöglichte. All dies beeinflusste die junge Popkultur, welche die Strömungen der historischen Ereignisse in sich aufzog und auf ihre Art interpretierte. Medientheoretiker Thomas Hecken beschreibt an Hand der Malerei, wie sich die eben beschriebenen Gegebenheiten in der Popkultur niederschlugen:

„U.a. an der raschen Verbreitung des Begriffs *pop art* ab 1962 zeigt sich jedoch auf andere Weise, dass sich *pop* teilweise wieder von den Teenagern abwendet und in den Augen der Zeitgenossen weitere Bereiche umfassen kann. *Pop*, als Kurzform für *pop art*, bezieht sich dann auf die planen Oberflächen des einheitlichen Farbauftrags und illusionslosen, zweidimensionalen Raums der neuen Malerei – und vor allem zunehmend auch auf deren

Sujets und Vorlagen aus den Bereichen der Werbung, des Produktdesigns, der Illustrierten, des Hollywoodfilms, der Fernsehserien, etc.³⁹⁷

Durch die gegenseitige Adaption verschiedener Medien wird erstmals ein umfangreiches intermediales Netz geknüpft, das plötzlich eine noch nie möglich gewesene hohe Anzahl von Rezipienten gleichzeitig bedienen konnte, und dies weltweit. Auf der These basierend, dass kein anderes Gebiet in der Kunst mehr Medien einsetzt als die Pop- und Rockmusik und daraus eine intermediale Inszenierung erschafft, manifestiert sich bereits und erstmals prägnant in den 1960er Jahren. Man denke an dieser Stelle nochmals an die Beatles-Filme oder die Stroboskoplichter und Video Projektionen bei den Live Shows von The Velvet Underground. Die Band The Who definiert eben wiederholtes und rechtfertigt zugleich den Umstand, den Beginn der Intermedialität bei Pop- und Rockshows in die 1960er Jahre zu setzen, wenn es heißt:

„Die Gruppe The Who, von der eine Zeitlang die Titelmelodie der Sendung stammt, geht sogar 1965 in Gestalt ihres Gitarristen und Art-School-Studenten Pete Townshend soweit zu sagen, dass sie in ihrer Musik, ihrem Styling und in ihrem Verhalten ein Ausdruck der Pop-art sei. Als Beispiele geben sie jene zu Kleidungsstücken umfunktionierte britische Flagge an, die sie tragen, sowie die Flugzeuggeräusche und elektrischen Signale, die sie in ihren Stücken einsetzen. »We live pop-art«, ist Townshends kurz gefasste, zentrale Aussage.“³⁹⁸

Im darauffolgenden Jahrzehnt begann sich die Mainstream-Musik der 1960er Jahre aufzuspalten und es bildeten sich die heutige Pop- und Rockmusik heraus, auf welche in dieser Arbeit ausschließlich eingegangen wurde. Die Rezipienten begannen sich zu unterteilen in jene, die Pop und jene, die Rock hörten. Im Bereich des Pop entwickelten sich Subgenres, wie Disco oder Soul und im Rock etwa der Heavy Metal. Prägende Künstler dieser Zeit waren zum Beispiel ABBA im Popbereich und Led Zeppelin im Rockbereich. Beide Musikrichtungen begannen Images ihrer selbst zu entwerfen und ihre Inszenierungen auf und abseits der Bühne mit Hilfe neuer Medien immer bombastischer zu gestalten. Bands wie Alice Cooper oder KISS brachen gesellschaftliche Tabus, indem sie mit Androgynität und okkultem Gehabe, was sich durch intensive Verwendung der Schminke durch die Genannten

³⁹⁷ : Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009 S. 137

³⁹⁸ Ibidem S. 137

wiederspiegeln lässt, experimentierten und sich schließlich in Rollen selbsterschaffener theatraler Figuren medial inszenierten. Die eingesetzten Mittel werden sowohl auf der Bühne als auch abseits davon medial immer aufwendiger gestaltet, was sich beispielsweise in immer größeren und spektakuläreren Bühnenbildern bei Pop- und Rock Shows zeigt. Bands wie Alice Cooper, Led Zeppelin oder KISS öffneten weitere Tore für nachfolgende Bands und legten den Grundstein für heutige intermediale Konzepte bei Pop- und Rockshows, die ohne sie heute so gar nicht existieren würden, wie einem Zitat von Alice Coopers Website zu entnehmen ist:

„Without Alice Cooper, there might never have been the NY Dolls, KISS, Marilyn Manson, Nine Inch Nails, Motley Crue, Slipknot or Rob Zombie ... maybe not even David Bowie, or at least not Ziggy Stardust. The iconic hard rocker, who literally invented the concept of the rock concert as theater, returns to what he does best on *Along Came a Spider* (SPV Records), the 25th studio album of a long and illustrious career which began in 1969 with the release of *Pretties for You* on Frank Zappa's Straight label.”³⁹⁹

Der Grundstein, der in den 1970er Jahren gelegt wurde erlebte in den 1980er Jahren einen ersten Höhepunkt. Der erste Musikfernsehsender MTV ging in den 1980er Jahren auf Sendung und förderte damit das intermediale Konzept von Rock- und Pop Bands, da es von nun an Standard geworden war ein Musikvideos zu Singleauskoppelungen aus einem Album zu produzieren, um es auf MTV ausstrahlen zu können und so eine hohe Anzahl von Rezipienten weltweit zu bekommen. Das Musikvideo Michael Jacksons zu seiner Single *Thriller* wurde sogar ein Kurzfilm, der sowohl musikalische als auch choreographische Merkmale aufwies und so ein Musterbeispiel intermedialer Inszenierung bei Pop- und Rockshows darstellt. Pop- und Rockbands, die sich in Subgenres jener zwei Gattungen aufteilten, begannen genretypische Merkmale zu entwickeln und sich medial danach zu inszenieren. Die Möglichkeiten bezogen sich auf Musik, Film, Print, Foto, Malerei oder sogar Literatur in Form von Biografien oder Bildbänden, in denen die Bands ihre Bühneninszenierung in anderen Medien weiterexistieren lassen konnten. Dies steigerte sich nochmals in den 1990er Jahren als wieder neue technische Möglichkeiten, wie das damals aufkommende Internet, die Inszenierungen auf und abseits der Bühne noch beeindruckender, noch größer und globaler vermitteln konnten.

³⁹⁹ <http://alicecooper.com/content/master> 5. Juli 2011

In den 1990er Jahren kamen neue Phänomene im Bereich der Popmusik auf, wie etwa Boygroups oder Starlets wie Take That beziehungsweise Britney Spears oder Christina Aguilera, die wiederum eine ungeheure Masse an Rezipienten anzogen und die mediale Vermarktung auf ein neues Level hoben. Diese neue Masse an Rezipienten erforderte größere Konzerte und somit größere Bühnen, die es ermöglichen sollte über 100.000 Zuschauer zu begeistern. Als bahnbrechendstes Beispiel solcher Konzerte gelten jene der U2 Zoo TV-Tour von 1991-1992, bei denen das intermediale Konzept Live-Fernsehübertragungen, Videowalls und durch die Luft wirbelnde Autos umfasste. Durch die Entwicklung des Internets zum heute wichtigsten Medium und dessen Triumph in den 2000er Jahren ermöglichte es abermals global mehr Rezipienten zu erreichen. Die Nähe zu den Rezipienten kann nun von den Bands von überall auf der Welt in Form von Blogs, Videos und sozialen Netzwerken beliebig ausgelebt werden, und die Inszenierung sowie die Mythen um die Bands, beziehungsweise der Figuren, die sie spielen und die von den Rezipienten erwartet werden, können weiter gefestigt und ausgebaut werden.

Diese Figuren oder Haltungen sind eindeutig theatrale Komponenten im Pop- und Rockgefüge. Hier findet man nicht zu übersehende Parallelen zu antiken und klassischen Theaterformen. Vergleicht man zunächst fahrende Schauspieltruppen mit heutigen Pop- und Rockbands, dann erkennt man, dass sich im Konzept des Tourens, bis auf die Anzahl der erreichten Rezipienten, den Orten und den modernen inszenierungstechnischen Maschinen nichts geändert hat. Die theatralen Figuren, die in vorliegender Arbeit ausführlich an den Beispielen von KISS, Marilyn Manson und Lady Gaga beschrieben wurden, existieren dem Sinn entsprechend in gleicher Form wie in der Vergangenheit, jedoch ist der Inhalt - zeitlich bedingt - logischerweise ein anderer. Wie bei den Commedia dell'Arte Truppen, die immer aus denselben Figuren zusammengesetzt waren, welche die Rezipienten auch zu sehen erwarteten, so existiert auch heute bei den Rezipienten dieselbe Erwartungshaltung, wenn sie zu einem KISS Konzert gehen. Damals wollten die Leute sehen, wie der Arlecchino seine Possen reißt und heute erwartet man bei einem Marilyn Manson Konzert, dass er beispielsweise obszöne Handlungen auf der Bühne vollbringt. Genau wie es für die klassischen Theatertruppen essentiell war durch das Land zu fahren, so ist es auch heute noch der wichtigste Bestandteil bei Pop- und Rockbands durch die Lande zu ziehen und direkt vor einer Masse an Rezipienten zu spielen. Genau wie die Truppe Molières einst durch

Frankreich zog, was ihm zum Durchbruch verhalf und ihn letztendlich an den Pariser Hof Ludwig XIV. brachte.

Die vom Künstler geschaffene theatrale Figur bestimmt mitunter sogar das reale Leben des Künstlers, wie etwa bei Marilyn Manson in dieser Arbeit festgestellt wurde. Die Figur wird zum Sprachrohr des Künstlers und entwickelt ein Eigenleben, das auf den Künstler selbst Einfluss nimmt und ihn mitunter zu der Person macht, deren Rolle er verkörpert, wie Manson beschreibt:

„Well I’ve gotten everything that I wanted. We’re the biggest band in America. We’ve got platinum albums. We got the *Rolling Stone* cover that Dr. Hook never managed to get. But I’ve managed to destroy and lose everything that I’ve loved along the way. The whole world now looks at me the way I looked at my grandfather. [Als Kind fürchtete sich MM unheimlich vor jenem. Anmerkung des Autors.] I hope they like what they see, because now I finally do.“⁴⁰⁰

Auch KISS mussten die Rollen, die sie spielten, oftmals im privaten Bereich weiterspielen, um die Mystik der Rolle per se nicht aufs Spiel zu setzen. Sowohl KISS als auch Marilyn Manson und Lady Gaga, neben vielen anderen wie Alice Cooper oder David Bowie, setzen viel Schminke ein und entwerfen so Masken, die das Gesicht der Rolle interpretieren. Dieser Fakt weist wieder eine wichtige Parallele zum Theater auf. Kotte schreibt hierzu Folgendes:

„Der Maskengebrauch bildet den Schlüssel für die Tiefenschichten von Theater. [...] Die Maske durchläuft zahlreiche Metamorphosen, indem sie zeitweise nicht nur wie bei früheren Maskentänzen oder in der griechischen Tragödie und Komödie als Gegenstand ihre Wirkung entfaltet, sondern in der *Commedia italiana* zusätzlich auf die Figur übertragen wird oder im 19. Jahrhundert auf den Charakter.“⁴⁰¹

Diese Metamorphose der Maske, die sich zusätzlich auf Figur und Charakter überträgt, rechtfertigt die Erwartungshaltung der Rezipienten, da sie von einer Figur erwarten, dass sie so aussieht wie bei jedem Erscheinen und, dass sie bestimmte Handlungen vornimmt, wie oben an den Beispielen KISS, Marilyn Manson und Lady Gaga beschrieben. Eben

⁴⁰⁰ The Long Hard Road Out Of Hell, Marilyn Manson with Neil Strauss, Plexus, London, 1998 S. 269

⁴⁰¹ Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 235-236

Wiederholtes stellt in dieser Untersuchung den rein theatralen Kontext dar, der sich in verschiedenen medialen Konzepten widerspiegelt, so wie am Beispiel von Lady Gaga gut zu erkennen war. Jene nutzt vor allem das Internet als Plattform, über welche sie mit den Rezipienten ein direktes Verhältnis eingeht, wenn sie beispielsweise Videochats und Live Blogs betreibt, um den Rezipienten stets auf dem aktuellen Stand über sich selbst – Lady Gaga - zu informieren, was wahrlich ein Phänomen des frühen 21. Jahrhunderts ist. So schaffte sie durch eine schillernde Inszenierung ihrer selbst und durch ein Transformieren dieser selben Inszenierung in andere Medien eine intermediale Inszenierung, welche als Fundament für zukünftige intermediale Inszenierungskonzepte angesehen werden können und aufzeigen, in welche Richtung sich solche Konzepte entwickeln.

Die Theatralität bei Pop- und Rockshows nimmt auf der Bühne ihre volle Gestalt an und im Gegensatz zu Auftritten in anderen Medien, in denen die Inszenierung weitergeht, bedienen sich Pop- und Rockkünstler hier verschiedener Medien, um ihre Show, also ihre theatrale Inszenierung, spektakulär und für die Rezipienten attraktiv zu gestalten. Das Konzert ist als essentieller Baustein des Pop- und Rockgefüges zu sehen, da es die einzige Gelegenheit für Künstler und Rezipienten ist, emotional miteinander zu agieren. Auch hier finden sich deutliche Spuren vergangener Theaterkonzepte, wie etwa in Bühnen- und Inszenierungskonzepten. Wie im Theater oder in der Barockoper konnten sich die Zuschauer beispielsweise frei bewegen und mitsingen oder essen und trinken. Dies ist heute bei Pop- oder Rockkonzerten ebenso der Fall. Die Künstler interagieren mit den Zuschauern, wenn sie jene etwa dazu auffordern mitzusingen oder bestimmte Handlungen auszuführen. In diesem Fall kann man einen weiteren Vergleich zum Theater, dem Film oder der Oper ziehen, wenn man den agierenden Künstler auf der Bühne als Regisseur sieht und das Publikum als Statisten, die von jenen Regieanweisungen entgegennehmen. Dies ist zwar eine primitivere Form des Regie/Statistenverhältnisses, jedoch durchaus mit Berechtigung als ein solches Verhältnis zu sehen.

Um dem Rezipienten ein audiovisuelles Spektakel zu präsentieren setzen auch in diesem Bereich die Pop- und Rockkünstler mehr Medien ein, als irgendein anderes Gebiet der Kunst. Hält man sich noch einmal das gigantische Medienspektakel vor Augen, das U2 bei der *Zoo TV-Tour* veranstaltet hat, so ist diese Aussage mit Sicherheit zu bestätigen. Die live-

Satellitenschaltung während der Show, die verschiedenen Rollen, die Bono Vox als rein theatrale Komponente spielte, sowie Musik und Tanz lassen das enorme intermediale Netz bei Rock- und Popshows verstehen. Durch Bands wie KISS oder Judas Priest, die in den 1970er Jahren anfangen immer spektakulärere Shows zu inszenieren, wurden derartige intermediale Leistungen, wie die *Zoo TV*-Tour, erst möglich. Judas Priest, die mit Motorrädern auf der Bühne fuhren, aufwendige Lichtinstallationen einsetzten etc., stellten bühnentechnisch immer höhere Ansprüche und setzten neue Maßstäbe, welche die Grundlage für heutige „Giganten-Bühnen“ bilden, wie sie etwa bei Festivals eingesetzt werden. Die Bühnen und die darauf eingesetzten intermedialen Konzepte sollten die theatralen Figuren und den Mythos, den sie begründeten, weitertragen und verstärken, quasi als eine technische Unterstützung der figureneigenen Auren.

Ein weiterer Punkt der These, warum kein anderes Kunstgebiet als die Pop- und Rockmusik mehr Medien einsetzen als alle anderen Gebiete, ist, weil sie in der Vermarktung einen genau so wichtigen Stellenwert haben, wie jene auf der Bühne eingesetzten Medien. Wie oben bereits erwähnt fanden sich bereits in der Antike in Rom, im Mittelalter und auf Jahrmärkten Formen von Vermarktung der Künstler beziehungsweise der handelnden Figuren auf der Bühne. Diese dienten meist dazu, dass sich die Schauspieltruppen ein Zubrot verdienen konnten. Dies ist heute nicht anders und wird bei modernen Pop- und Rockbands intensiv betrieben und mit einem intermedialen Netz distribuiert und beworben. Es war für das Theater immer schon notwendig, neben dem Eintrittsgeld für die Stücke, auch auf anderem Wege zu Geld zu kommen, wie etwa durch Mäzene oder den Hof, um die Entwicklung voranzutreiben und die Qualität stetig zu verbessern. Dies gilt auch für Rock- und Popbands. Mit Merchandise-Artikeln können sie sich ein Zubrot (heute allerdings eher als Millionengeschäft und nicht mehr als *Zubrot* zu bezeichnen) verdienen und damit inszenierungs-technisch aufwendige Shows vorfinanzieren, und nebenbei selbst noch genug verdienen. Diese ökonomische Seite des Theaters findet man auch bei heutigen Pop- und Rockbands und dies in einem noch nie zuvor dagewesenem Ausmaß, das nur durch ein intermediales Konzept erreicht werden kann.

Pop- und Rockbands vermarkten sich mit und durch Medien, wobei hier „mit“-Medien und „durch“-Medien unterschieden werden. Solche „mit“-Medien sind jene, die einen direkten

Bezug zum Künstler herstellen, wie etwa eine Kinodokumentation der Band. Die Band inszeniert eine Vorstellung, die explizit auf ein Medium ausgerichtet ist, was im Beispielsfall eben der Film ist. Als zweite, aber genau so wichtige Instanz gelten hier die „durch“-Medien. Als ein Beispiel eines solchen Mediums wurde in vorliegender Untersuchung das Internet genannt. Es ermöglicht dem Rezipienten zu jeder Zeit und an jedem Ort Informationen über den Pop- oder Rockkünstler zu bekommen, oder er hat die Möglichkeit per Blog oder Videochat mit dem Künstler direkt in Kontakt zu treten. Ferner ermöglicht das „durch“-Medium dem „mit“-Medium das Erreichen einer größeren Bandbreite an Rezipienten, nämlich global. Im Gegensatz zu Merchandise-Ständen am Spielort, die lokal und zeitlich gebunden sind, ist das Internet an keinen der beiden Faktoren gebunden und so können T-Shirts oder DVDs der Band (beides „mit“-Medien“) jederzeit distribuiert werden.

Als Vorreiter dieses modernen und intermedialen Merchandise-Konzepts gilt hier die Band KISS. Jene fingen in den 1970er Jahren an neue Vertriebswege und -mittel zu nutzen und schafften es so, die finanziell umsatzstärkste Band im Merchandise-Artikel Geschäft zu werden. So bewarben sie ihr „mit“-Medium, das KISS Comic, beispielsweise in der Zeitung, dem in diesem Falle „durch“-Medium, und verbreiteten so, ganz ihrer Rolleninszenierung und Mystik getreu, dass sie sich für die erste Ausgabe der Comics alle Blut abnehmen ließen, um es in den Farbtopf der Druckerfarbe zu mischen. Das Comic wurde ein riesen Erfolg und gehört zu den von Sammlern beliebten Comics. Das intermediale Merchandise-Konzept von KISS hat sich bis heute so entwickelt, dass es jeden erdenklichen Gegenstand, von Fotobänden bis hin zu Kondomen, in KISS-Inszenierung zu kaufen gibt. Sie ebneten damit den Weg für andere Pop- und Rockkünstler der Moderne, intermediale Merchandise-Konzepte in dieser Form, wie sie heute existieren, zu nutzen und selbst weiterzuentwickeln.

Als Beispiel einer solchen Band wird in dieser Arbeit die Thrash Metal Band Metallica angeführt. Der über sie handelnde Dokumentarfilm *Some Kind of Monster* war bei den Kinokassen ein riesiger Erfolg. Die Band wurde zwei Jahre lang von einem Filmteam während ihren Arbeiten am Album *St. Anger* begleitet. Film und Musik, so wie die mediale Distribution durch Kino, Internet, CD, DVD/Blu-ray und Buch ergeben ein umfangreiches intermediales Gefüge. Ähnlich verhält es sich mit dem Konsolen-Spiel *Guitar Hero Metallica*, welches

wieder durch andere Medien (Fernsehen oder DVD) zunächst ermöglicht, dann beworben und schlussendlich distribuiert wird.

Die Kooperation im Zuge der Vermarktung stellt für beide Kooperierenden eine Gewinnsituation dar. Schließen sich zwei oder mehrere Künstler zusammen und gehen beispielsweise auf Tour, so erreichen sie eine größere Anzahl an Rezipienten und einen besseren Merchandise-Verkauf. Dasselbe Prinzip funktioniert auch, wenn beispielsweise einer der beiden Partner ein Veranstalter ist, der vom Ruf der Band profitiert und so eine hohe Anzahl von Rezipienten bekommt, wovon in letzter Instanz wieder die Bands selbst profitieren. Als Beispiele für eine Kooperation unter Künstlern wurde die BIG 4 Tour der Bands Metallica, Slayer, Megadeth und Anthrax untersucht, die als die 4 größten Thrash Metal Band aller Zeiten nun gemeinsam auf Tour gehen. Das ganze Vorhaben wird hierbei intermedial vermarktet, wie zum Beispiel über eine eigene Website, Live-Übertragungen der Konzerte in Kinos rund um die Welt und natürlich mit Merchandise-Produkten, wie DVDs/Blu-rays und CDs, etc. Bei Kooperationen von Veranstaltern wurde das *Live Aid* Konzert, von Bob Geldof 1985 zu Gunsten hungernder Kinder in Afrika organisiert, untersucht. Hier kooperiert ein Veranstalter mit mehreren Pop- und Rockbands und erreicht dadurch eine ungeheure Anzahl an Rezipienten. Nicht nur vor Ort, in den drei Spielstätten London, Philadelphia und Sydney, konnten die Rezipienten, dank Satellitenübertragung, das Konzert live mit verfolgen, sondern auch hier wurden DVDs, CDs, etc. als zusätzliche Medien zur Verbreitung des *Live Aid* Gedankens eingesetzt.

In dieser Arbeit lag der Schwerpunkt der Untersuchung auf der Intermedialität bei Pop- und Rockshows mit der Kernthese, dass kein anderes Kunstgebiet mehr Medien einsetzt als die Pop- und Rockmusik und so ein intermediales Geflecht von noch nie dagewesenem Ausmaß geschaffen hat. Hier galt es die Bezüge zu Theater und Medien herzustellen und daraus die heute existierende Form von Pop- und Rockshows abzuleiten. Wie aufgezeigt wurde bestehen in diesem Zusammenhang eindeutige Parallelen und Zusammenhänge zum Theater, welche sich in Bühnenformen, Figuren und Inszenierungen widerspiegeln. Das Theatralische bei Pop- und Rockshows ist tief mit historischen Theaterformen verwurzelt und hat einige davon für sich adaptiert und wiederbelebt. Ähnlich verhält es sich in Bezug auf Medien. Sowohl „alte“ Medien wie Bücher, Fotos oder Bilder, als auch „neue“ Medien

wie das Internet, das Fernsehen oder der Film, werden intensiv von Pop- und Rockbands in ihren Inszenierungen auf und abseits der Bühne genutzt und ergeben so die Intermedialität bei Pop- und Rockshows. Das Theatrale und Mediale, sowie das Filmische stehen hier in einem direkten Zusammenhang und die Untersuchung bedingt primär die Methoden und historischen Kontexte dieser drei wissenschaftlichen Gebiete. Es ist also unerlässlich, szenische und mediale Vorgänge und ihrer Konstellation zu erforschen, ohne sowohl die Theater-, als auch die Medienwissenschaft und zum Teil die Filmwissenschaft mit einzubeziehen. Andreas Kotte meint dazu:

„Nicht nur Theater bedient sich der Medien, sondern auch audiovisuelle Medien wie Radio, Film und Fernsehen sowie neue Medien wie Computer und Internet nutzen verändernd szenische Vorgänge oder treten zu ihnen in Konkurrenz. Um diese Zusammenhänge zu erforschen, werden auch in der Theaterwissenschaft mitunter die Perspektiven vertauscht und es kommt zu medienwissenschaftlichen Positionen. [...] Denn das Maß der Medien ist die Technik in ihrem Expansionszwang, das Maß von Theater ist der Mensch in seiner körperlichen Beschränktheit.“⁴⁰²

Wie diesem Zusammenhang zu entnehmen ist, versteht sich von selbst, dass auf dem intermedialen Gebiet der Pop- und Rockshows wissenschaftlich noch viel zu untersuchen ist, da es zeithistorisch gesehen, ein noch sehr junger Gegenstand ist. Ferner bietet das Gebiet der Pop- und Rockshows aufgrund der Tatsache, dass es aktuell ist, eine gute Möglichkeit einem geistigen Untersuchungsobjekt, wie ein Themengebiet es nun mal ist, hier Pop- und Rockshows, bei der Weiterentwicklung aktiv zusehen zu können und die Forschungen danach zu richten. Um mit den Worten Jim Morrisons zu schließen, bleibt bezüglich dieser wissenschaftlichen Untersuchung noch zu sagen „this is the end“⁴⁰³, jedoch in Bezug auf den Forschungsgegenstand kann man gespannt sein, wie sich das intermediale Pop- und Rockgefüge weiterentwickeln wird und womit es in Zukunft die Rezipienten begeistert.

⁴⁰² Theaterwissenschaft-Eine Einführung, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005 S. 268-270

⁴⁰³ The End, The Doors, The Doors, Elektra Records, 1967 Autor: Jim Morrison, Ray Manzarek, Robby Krieger, John Densmore

6 Quellenverzeichnis

6.1 Literatur

- *A Theory of Massculture*, Dwight MacDonald, In: Bernard Rosenberg/David M. White (Hg.), *Massculture. The Popular Arts in America*, Glencoe, Ill. Free Press, 1960
- *AC/DC: Maximum Rock 'n' Roll*, Murray Engleheart und Arnaud Durieux, Heyne Verlag, München, 2009
- *Basisdiskothek Rock und Pop*, Uwe Schütte, Reclam, Stuttgart, 2008
- *Bei Hof und in der Stadt: Pariser Theater im 17. Jahrhundert*, Prof. Dr. Hilde Haider-Pregler, Lernbehelf zur theaterhistorischen Vorlesung, Wintersemester 2010/ 2011
- *Bowie: Loving the Alien*, Christopher Sandford, Da Capo Press, New York, 1998
- *Cassell's-German-English/English-German Dictionary*, Harold T. Betteridge, Cassell Ltd., London, 1978
- *Compact Disc: A Handbook of Theory and Use*, Kenneth C. Pohlmann, A-R Editions Incorporated, Middleton, 1989
- *Concert Lighting. Techniques, Art, and Business*, James L. Moody, Elsevier Ltd., Oxford, 1997
- *Cultural Studies, Volume 5, Number 2*, Lawrence Grossberg (Hrsg.) und Janice Radway (Hrsg.), Routledge, Milton Park, 1991
- *Damage Incorporated-Metallica and the Production of Musical Identity*, Glenn Pillsbury, Routledge, New York, 2006
- *Der eingebildete Kranke*, Molière, Reclam, Stuttgart, 2008
- *Die Philosophie bei U2*, Mark Wathall (Hrsg.) und Stefan Pannor (Übersetzung), Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim, 2009
- *Duden, Das Fremdwörterbuch*, Prof. Dr. Dr. h.c. Günther Drosdowski, Dr. Werner Scholze-Stubenrecht, Dr. Matthias Wermke (Hrsg.), Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, Mannheim, 1997
- *Everything You Ever Wanted to Know About DVD: The Official DVD FAQ*, Jim Taylor, McGraw-Hill, New York, 2003
- *Guitar World*, Ausgabe Oktober 2010, Future US Inc., San Francisco

- *Heavy Metal-The Music and Its Culture*, Deena Weinstein, Da Capo Press, New York, 2006
- *Henry V*, William Shakespeare, The complete Works of William Shakespeare-The Cambridge Text established by John Dover for the Cambridge University Bridge, Octopus Books, London, 1982
- *Höllens-Lärm-Die komplett, schonungslose, einzigartige Geschichte des Heavy Metal*, Ian Christie, Verlagsgruppe Koch GmbH/Hannibal, Höfen, 2004
- *Intermedia*, Dick Higgins, in: Something Else Newsletter, Something Else Press (Hrsg.), New York, 1966
- *Intermediality in Theatre and Performance*, Freda Chapple und Chiel Kattenbelt (Hrsg.), Rodopi, New York, 2006
- *Intermedialität*, Irina O. Rajewsky, Francke Verlag Tübingen und Basel, Basel, 2002
- *Intermediales Erzählen in der italienischen Literatur der Postmoderne*, Irina O. Rajewsky, Günter Narr-Verlag, Tübingen, 2003
- *Intermedialität-Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs*, Jens Schröter, in: montage a/v, Ausgabe 7/2/1998, Schüren Verlag GmbH, Marburg, 1998
- *Intermedialität und Kulturaustausch - Beobachtungen im Spannungsfeld von Künsten und Medien*, Annette Simonis (Hrsg.), Transcript (Verlag), Auflage: 1., Aufl., Saarbrücken 2009
- *Justice for All: Die Wahrheit über Metallica*, Joel McIver, Bosworth Music GmbH, Berlin, 2005
- *Kisstory*, Jeff Kitts, Kisstory Ltd., Pine Brook, 1995
- *Kultur-Medien-Macht*, Andreas Hepp, Rainer Winter (Hrsg.), VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2006
- *Lady Gaga-Die Biografie*, Maureen Callahan, Heyne Verlag, München, 2010
- *Metallica. Inside- Hinter den Kulissen des Kultfilms „Some Kind of Monster“*, Joel Berlinger mit Greg Milner, Blanvalet, München, 2006
- *Museum, Archiv, Netz. Popgeschichte(n) als Mediengeschichte (n)*, Christoph Jacke, in Media is The Mess, Testcard. Beiträge zur Popgeschichte, Heft 15, Ventil Verlag, Mainz, 2006

- *Pop: Geschichte eines Konzepts 1955-2009*, Thomas Hecken, Transcript (Verlag), Saarbrücken, 2009
- *Poptheorie, Popkulturforschung und Literaturwissenschaft*, Charis Goer, Stefan Greif und Christoph Jacke, in *Literaturwissenschaft Interdisziplinär*, Lothar van Laak und Katja Malsch (Hrsg.), Synchron Verlag, Heidelberg, 2011
- *Running with the Devil: Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music*, Robert Walser, Wesleyan University Press, Middletown, 1993
- *Sebastian di Scio detto Arlecchino-Zur Personalunion von Arzt und komischer Maske im 17. Und 18. Jahrhundert*, Martin Froloowitz in: *Theaterkunst und Heilkunst*, Gerda Baumbach (Hrsg.), Böhlau Verlag, Köln, 2002
- *Sex Money KISS*, Gene Simmons, Heyne Verlag, München, 2009
- *"Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship."*, Danah Boyd and Nicole Ellison, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11, Oktober, 2007
- *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*, John Thornton Caldwell, Rutgers University Press, Chapel Hill, 1997
- *The Cultural Studies Reader*, Simon During (Hrsg.), Routledge, Milton Park, 2007
- *The Long Hard Road Out of Hell*, Marilyn Manson, Plexus, London, 1998
- *The Networked Individual: A Profile of Barry Wellman*, Bernie Hogan, in: *Semiotix*, Ausgabe 14, 2009
- *Theaterwissenschaft-Eine Einführung*, Andreas Kotte, Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, 2005
- *Torque*, Ausgabe Juni 2007, SPH Magazines, Singapur, 2007

6.2 Online-Quellen (chronologisch)

- http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_yr2011_chunk_g978140513199514_ss60-1 am 14. September 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=6JILsCPSyI0> am 9. Mai 2011
- <http://www.abbaworld.com/page/exhibition> am 10. Mai 2011
- <http://www.imdb.com/company/co0056904/> am 10. Mai 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=17ifOKRXml4&feature=related> am 12. Mai 2011

- <http://www.youtube.com/watch?v=W8r-tXRLazs> am 13. Mai 2011
- <http://today.msnbc.msn.com/id/24314870> am 13. Mai 2011
- http://www.metacafe.com/watch/sy-14208675/michael_jackson_thriller_official_music_video/ am 13. Mai 2011
- <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Noch-n-Geburtstag-fuer-die-Audio-CD-65545.html> am 13. Mai 2011
- <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Noch-n-Geburtstag-fuer-die-Audio-CD-65545.html> am 13. Mai 2011
- <http://www.nytimes.com/2008/10/12/arts/music/12levi.html?pagewanted=all> am 15. Mai 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=ltphQzsGKHw&feature=related> am 15. Mai 2011
- <http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/gender/weiblichkeit.php> am 15. Mai 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=pCaxr0lc9TE> am 15. Mai 2011
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Metallica#Discography> am 18. Mai 2011
- <http://news.sky.com/skynews/Home/Showbiz-News/Guns-N-Roses-To-Release-New-Album---Axl-Rose-Is-The-Only-Original-Remaining-Member/Article/200810415127112> am 19. Mai 2011
- http://www.musicvinyl.com/releases/Jackson,_Michael/Dangerous_%28remastered%29 am 30. Mai 2011
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/Boygroup> am 30. Mai 2011
- <http://www.roxikon.de/begriffe/boygroup/> am 30. Mai 2011
- <http://www.billboard.com/charts/billboard-200?chartDate=1999-03-13#/charts/billboard-200?chartDate=1999-01-30> am 2. Juni 2011
- <http://didyouknow.org/dvdhistory/> am 2. Juni 2011
- <http://mediatedcultures.net/ksudigg/?p=108> am 2. Juni 2011
- <http://www.justinbiebermusic.com/bio.aspx> am 2. Juni 2011
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/Weblog> am 2. Juni 2011
- <http://www.kililive.com/festivals/> am 2. Juni 2011
- http://www.theatrehistory.com/italian/commedia_dell_arte_001.html#anchor442530 am 7. Juni 2011

- http://www.theatrehistory.com/italian/commedia_dell_arte_001.html#anchor44253
0 am 7. Juni 2011
- http://www.mexiko-lexikon.de/mexiko/index.php?title=G%C3%B6tter_der_Maya_%28Tabelle%29 am 7. Juni 2011
- <http://www.selket.de/goetter.htm> am 7. Juni 2011
- <http://www.imdb.com/name/nm0004840/bio> am 7. Juni 2011
- <http://www.imdb.com/name/nm0004840/bio> am 7. Juni 2011
- <http://www.grandguignol.com/> am 7. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=EtJKwnku5GM> am 9. Juni 2011
- <http://genesimmons.kisscreatures.ch/index.php> ganz unten am 9. Juni 2011
- <http://www.kissonline.com/kissarmy/> am 9. Juni 2011
- <http://www.nachtkabarett.com/MarilynMansonArchives/EssaysAndWritings> am 10. Juni 2011
- <http://www.nachtkabarett.com/MarilynMansonArchives/EssaysAndWritings> am 11. Juni 2011
- <http://www.kabarettarchiv.at/> und <http://de.thefreedictionary.com/Kabarett> am 11. Juni 2011
- <http://marilynmanson.com/discography/> am 11. Juni
- <http://www.youtube.com/watch?v=D5cXAf5AXZU> am 12. Juni 2011
- http://www.mansonwiki.com/wiki/Interview:2010_Playboy_MX am 12. Juni 2011
- <http://www.ladygaga.com/bio/default.aspx> am 13. Juni 2011
- <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> 15. September 2011
- <http://sit.sit.fraunhofer.de/studies/de/studie-socnet-de.pdf> 15. September 2011
- <http://www.ladygaga.com/gagavision/> am 12. Juni 2011
- <http://www.facebook.com/ladygaga> 15. September 2011
- <http://www.news-experten.de/unterhaltung/zehn-millionen-follower-lady-gaga-ist-twitter-queen-16362/> am 12. Juni 2011
- <http://www.famecount.com/youtube/ladygagavevo> am 15. September 2011
- <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/News/Lady-Gaga-knackt-internationale-iTunes-Charts-Samstag-12.-Februar-2011> am 12. Juni 2011

- <http://www.semioticon.com/semiotix/semiotix14/sem-14-05.html> 15. September 2011
- <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1302545/Lady-Gaga-sets-crowd-alight-receives-plaque-51-million-singles-sold.html?ito=feeds-newsxml> am 12. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=xdjeiaHZoag> am 14. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=Ow7rXoWDeMQ> am 14. Juni 2011
- Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=cQOpx9sFd7k&feature=related> am 15. Juni 2011
- http://www.youtube.com/watch?v=ZJD94O0Hw_I am 15. Juni 2011
- <http://www.ernieball.com/artist/642-Glenn-Tipton-Judas-Priest> am 17. Juni 2011
- <http://allmusic.com/artist/rob-halford-p83446/biography> am 17. Juni 2011
- <http://www.pbpulse.com/music/concert-reviews/live-shows/2009/08/18/judas-priests-british-steel-cuts-up-hard-rock-live/> am 17. Juni 2011
- <http://www.canada.com/edmontonjournal/news/story.html?id=d3f9448e-a6f9-43ee-818a-f02e186b9602> am 17. Juni 2011
- <http://www.sueddeutsche.de/t5w387/81753/Mit-der-Harley-auf-und-davo.html> am 17. Juni 2011
- http://en.wikipedia.org/wiki/Zoo_TV_Tour#cite_note-13 am 21. Juni 2011
- http://www.u2tour.de/tour/U2_Zoo_TV_Tour.html am 21. Juni 2011
- http://www.u2tour.de/tour/U2_Zoo_TV_Tour.html am 21. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=7nluH51ay-A&feature=related> am 21. Juni 2011
- http://www.u2tour.de/whois/profil/The_Fly.html am 21. Juni 2011
- http://www.u2tour.de/whois/profil/Mirrorball_Man.html am 21. Juni 2011
- <http://www.u2tour.de/whois/profil/Macphisto.html> am 21. Juni 2011
- <http://www.u2tour.de/whois/profil/Macphisto.html> am 21. Juni 2011
- <http://u2.interference.com/f262/interview-christina-petro-zootv-belly-dancer-performance-artist-93372.html> am 21. Juni 2011
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/Scharlatan> am 23. Juni 2011
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/Quacksalber> am 23. Juni 2011
- <http://www.megadeth.com/home.php> am 23. Juni 2011
- http://www.deanguitars.com/dean_winter_07/usa_dave_mustaine_vmnt.htm am 23. Juni 2011

- <http://thebig4festival.com/> am 23. Juni 2011
- <http://sonispherefestivals.com/> am 23. Juni 2011
- http://marvel.wikia.com/Marvel_Comics_Super_Special_Vol_1_1 am 24. Juni 2011
- <http://0800jukebox.blogspot.com/2011/03/fun-fact-75-kiss-comic-in-blood.html> am 24. Juni 2011
- <http://www.feelnumb.com/?p=3771> am 4. Juni 2011
- <http://www.kissasylum.com/psychocircus/comics/> am 24. Juni 2011
- <http://www.smh.com.au/articles/2002/06/03/1022982667194.html> am 24. Juni 2011
- <http://www.smh.com.au/articles/2002/06/03/1022982667194.html> am 24. Juni 2011
- <http://www.bellstexas.com/pinball/kissessay.html> am 24. Juni 2011
- <http://www.bellstexas.com/pinball/kissessay.html> am 24. Juni 2011
- <http://www.actionfiguremuseum.com/site/> am 24. Juni 2011
- http://www.gamestar.de/spiele/kiss-psycho-circus/test/kiss_psycho_circus,36764,1330034.html am 24. Juni 2011
- <http://www.kissonline.com/> am 24. Juni 2011
- <http://www.kissopolis.com/> am 24. Juni 2011
- http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_music_artists#100_million_to_119_million_records am 25. Juni 2011
- http://www.riaa.com/goldandplatinum.php?content_selector=top-selling-artists am 25. Juni 2011
- <http://www.metallica.com/metclub/metclub-more-info.asp> am 24. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=3hkAwf1--nw> am 24. Juni 2011
- http://riaa.com/goldandplatinumdata.php?resultpage=2&table=SEARCH_RESULTS&action=&title=S%25M&artist=Metallica&format=album&debutLP=&category=&sex=&releaseDate=&requestNo=&type=&level=&label=Elektra&company=&certificationDate=&awardDescription=&catalogNo=&aSex=&rec_id=&charField=&gold=&platinum=&multiPlat=&level2=&certDate=&album=&id=&after=&before=&startMonth=1&endMonth=1&startYear=1958&endYear=2008&sort=Artist&perPage=25 am 24. Juni 2011
- http://riaa.com/goldandplatinumdata.php?resultpage=2&table=SEARCH_RESULTS&action=&title=S%25M&artist=Metallica&format=album&debutLP=&category=&sex=&

- [releaseDate=&requestNo=&type=&level=&label=Elektra&company=&certificationDate=&awardDescription=&catalogNo=&aSex=&rec_id=&charField=&gold=&platinum=&multiPlat=&level2=&certDate=&album=&id=&after=&before=&startMonth=1&endMonth=1&startYear=1958&endYear=2008&sort=Artist&perPage=25](#) am 24. Juni 2011
- <http://www.imdb.com/title/tt0387412/awards> am 24. Juni 2011
 - http://www.bbc.co.uk/films/2004/09/03/metallica_some_kind_of_monster_2004_review.shtml am 24. Juni 2011
 - <http://hub.guitarhero.com/games/ghm> am 24. Juni 2011
 - <http://www.thewrap.com/deal-central/article/music-videogames-trouble-15797?page=0,1> am 24. Juni 2011
 - <http://www.metallica.com/products/monopoly-metallica-edition.asp> am 24. Juni 2011
 - <http://www.espguitars.com/guitars/signature/kirk.html> am 24. Juni 2011
 - <http://www.emgpickups.com/artists/featuredArtist/1> am 24. Juni 2011
 - <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/5/ARWNULKsIPE> am 24. Juni 2011
 - <http://www.facebook.com/emgpickup?sid=b8a180adbcfd893baf8889ddb9115215&ref=search> am 24. Juni 2011
 - <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/5/ARWNULKsIPE> am 24. Juni 2011
 - <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/3/lc1FMJvNXcG> am 24. Juni 2011
 - <http://www.youtube.com/user/EMGpickupsTV#p/u/2/E8HVHX5bmZA> am 24. Juni 2011
 - http://en.wikipedia.org/wiki/Psycho_Circus_Tour am 28. Juni 2011
 - <http://www.blacklabelsociety.com/tour-dates/tour-archive-2> am 8. Juni 2011
 - <http://www.ozzfest.com/welcome.html> am 28. Juni 2011
 - <http://sonispherefestivals.com/> am 28. Juni 2011
 - <http://www.live-aid-dvd.com/> am 28. Juni 2011
 - <http://www.rockinrio.com.br/en/rock-in-rio/sobre-o-festival/> am 28. Juni 2011
 - <http://liveaid.free.fr/> am 28. Juni 2011
 - <http://www.warnermusic.de/liveaid/bio/> am 28. Juni 2011
 - <http://www.rockinrio.com.br/en/rock-in-rio/sobre-o-festival/> am 28. Juni 2011

- <http://www.gig-guide.de/festivals/news/23052909/sonisphere-ein-festival-auf-tour>
am 28. Juni 2011
- <http://sonispherefestivals.com/> am 28. Juni 2011
- <http://www.max.de/pop-kultur/musik/live-aid-dvd/> am 28. Juni 2011
- <http://www.rockinrio.com.br/en/tv-rock-in-rio/> am 28. Juni 2011
- <http://www.rockinrio.com.br/en/cidade-do-rock/tour-virtual/> am 28. Juni 2011
- <http://uk.sonispherefestivals.com/> am 28. Juni 2011
- <http://www.facebook.com/sonisphereuk> am 28. Juni 2011
- <http://www.facebook.com/sonisphere2010> am 28. Juni 2011
- <http://uk.sonispherefestivals.com/buy-tickets/> am 28. Juni 2011
- <http://www.swedenrock-online.se/sonisphere&origin=10SFG11> am 28. Juni 2011
- <http://uk.sonispherefestivals.com/wp-content/uploads/2011/06/Sonisphere-11-800.jpg> am 28. Juni 2011
- <http://www.metallica.com/tour/jul-9-2011-amneville.asp> am 28. Juni 2011
- <http://www.youtube.com/watch?v=g4OchNFd6HI&feature=fvst> am 28. Juni 2011
- <http://www.sueddeutsche.de/kultur/pro-und-contra-take-that-reunion-let-me-entertain-you-1.976023> am 29. Juni 2008
- <http://www.takethat.com/> am 29. Juni 2011
- <http://store.universal-music.co.uk/restofworld/progress/take-that-progress-boxset-2010/invt/0602527574257/> am 29. Juni 2011
- <http://www.mtv.com/news/articles/1662574/big-4-concert-metallica-anthrax-slayer-megadeth.jhtml> am 29. Juni 2011
- <http://uk.sonispherefestivals.com/news/the-big-four-together-for-the-first-time-in-history/> am 29. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/release.php> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/release.php> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/gallery.php> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/setlists.php> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/areyouevil.php> am 28. Juni 2011
- <http://www.megadeth.com/home.php> am 28. Juni 2011
- http://www.metallica.com/news/20110429_news.asp am 28. Juni 2011

- <http://www.slayer.net/at/event/2011/09/14/slayer> am 28. Juni 2011
- <http://anthrax.com/NFWS/> am 28 Juni 2011
- <http://www.facebook.com/TheBig4> am 28. Juni 2011
- <http://www.thebig4sofia.com/release.php> am 28. Juni 2011
- <http://alicecooper.com/content/master> am 5. Juli 2011

6.3 Filmografie

- 2001: A Space Odyssey, R: Stanley Kubrick, USA, 1968
- Bowling for Columbine, R: Michael Moore, USA, 2002
- Grease, R: Randall Kleiser, USA, 1978
- Help!, R: Richard Lester, GB, 1965
- Metallica-Français pour une nuit, Live aux arènes de Nîmes, 2009, R: Stéphane Saunier, F/USA, 2009
- MTV World Stage, Slipknot, Hammersmith Apollo, London, GB, 3. Dezember 2008, ausgestrahlt auf MTV Germany am 13.März 2009
- Seven Ages of Rock, R: Sebastian Barfield, Anna Gravelle, Alastair Laurecne, Robert Murphy, Francis Whately, BBC Worldwide,GB 2007
- Seven Ages of Rock: Never Say Die, R: Anna Gravelle, GB, 2007
- Seven Ages of Rock: Stadium Rock, R: Sebastian Barfield, GB, 2007
- Some Kind of Monster, R: Joe Berlinger, Bruce Sinofsky, USA, 2004
- The Beatles First U.S. Visit, R: Kathy Dougherty, Susan Froemke, Albert Maysles, David Maysles, USA, 1994
- The Stones in the Park, R: Leslie Woodhead, GB, 1969
- Tommy, R: Ken Russell, GB, 1975
- U2 Zoo TV Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994
- Woodstock, R: Michael Wadleigh, USA, 1970

6.4 Diskografie

- ...And Justice for All, Metallica, Elektra Records, 1988
- ...Baby One More Time, Britney Spears, Jive Records, 1999
- Achtung Baby!, U2, Island Records, 1991
- Am I Evil?, Borrowed Time, Diamond Head, MCA Records, 1982 Autor: Brian Tatler, Sean Harris
- Antichrist Superstar, Antichrist Superstar, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1996 Autor: Marilyn Manson
- Antichrist Superstar, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1996
- Appetite for Destruction, Guns N' Roses, Geffen, 1987
- Back in Black, AC/DC, Albert-Atlantic Records, 1980
- Born This Way, Born This Way, Lady Gaga, Interscope Records, 2011, Autor: Stefani Germanotta, Jeppe Laursen, Fernando Garibay, Paul Blair
- Crazy Train, Ozzy Osbourne, Blizzard of Ozz, Jet, 1980 Utor: Ozzy Osbourne
- Dangerous, Michael Jackson, Epic Records, 1991
- Don't Talk to Strangers, Holy Diver, Dio, Vertigo 1983 Autor: Ronnie James Dio
- Electric Eye, Screaming for Vengeance, Judas Priest, Columbia, 1982 Autor: Rob Halford, K.K. Downing, Glenn Tipton
- Hell Bent For Leather, Killing Machine, Judas Priest, Columbia, 1978 Autor: Glenn Tipton
- Hells Bells, AC/DC, Back in Black, Albert Atlantic Records, 1980
- High Voltage, AC/DC, High Voltage, Atlantic Records, 1976
- Holy Wood (In The Shadow of The Valley of Death), Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 2000
- Kill 'Em All, Metallica, Megaforce Records, 1983
- Love Gun, Love Gun, KISS, Casablanca Records, 1977 Autor: Paul Stanley
- Master of Puppets, Metallica, Elektra Records, 1986
- Mechanical Animals, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1998
- Metallica, Metallica, Elektra, Vertigo, Universal, 1991
- Nevermind, Nirvana, DGC, 1991

- One, ...And Justice for All, Metallica, Elektra Records, 1988 Autor: James Hetfield, Lars Ulrich
- Psycho Circus, KISS, Mercury Records, 1998
- Rattle and Hum, U2, Island Records, 1988
- S&M, Metallica und Michael Kamen, Elektra Records, 1999
- Siehe I Don't Like The Drugs (But The Drugs Like Me), The Last Tour on Earth, Marilyn Manson, Nothing Interscope Records, 1999 Autor: Marilyn Manson
- Smells Like Children, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1995
- Smells like Teen Spirit, Kurt Cobain, Nirvana, Nevermind, DGC, 1991
- Space Oddity, David Bowie, David Bowie, Philips, 1969
- St. Anger, Metallica, Elektra Records, 2003
- Sweet Dreams (Are Made of This), Smells Like Children, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1995 Autor: Annie Lennox
- Telephone, The Fame Monster, Lady Gaga, Streamline, Kon Live, Cherrytree, Interscope, 2009 Autor: Lashawn Ameen Daniels, Franklin Lazonate, Stefani Germanotta, Rodney Roy Jerkins, Beyonce Gisselle Knowles
- The Doors, The Doors, Elektra, 1967
- The Dope Show, Marilyn Manson, Mechanical Animals, BMI, 1998
- The Dopeshow, Mechanical Animals, Marilyn Manson, Nothing/Interscope, 1998 Autor: Marilyn Manson
- The End, The Doors, The Doors, Elektra Records, 1967 Autor: Jim Morrison, Ray Manzarek, Robby Krieger, John Densmore
- The Fame, Lady Gaga, Interscope, Cherrytree, Kon Live, Streamline, 2008
- The Joshua Tree, U2, Island Records, 1987
- Thriller, Michael Jackson, Epic Records, 1982
- Tommy, The Who, Polydor, Track, Decca, MCA, 1969
- Turn The Page, Back in '72, Bob Seger, Capitol Records, 1976, Autor: Bob Seger
- Use Your Illusion I, Guns N' Roses, Geffen, 1991
- Video Killed The Radio Star, The Age of Plastic ,The Buggles, Island Records, 1979

6.5 Bildquellennachweis

Abbildung 1: Ross Halfin ©

Abbildung 2: Privat

Abbildung 3: Privat

Abbildung 4: Screenshot aus: U2 Zoo TV Live from Sydney, R: David Mallet, AUS/CAN, 1994
[1:21:36]

6.6 Videospiele

- Ed Hunter, Iron Maiden, EMI, 1999
- Guitar Hero, Harmonix Music Systems/RedOctane, USA, 2005
- Guitar Hero Metallica, Neversoft/Activision, USA, 2009

7 Anhang

7.1 Abstract

Vorliegende wissenschaftliche Untersuchung befasst sich mit der Intermedialität bei Rock- und Popshows. Die Arbeit stützt sich auf die These, dass kein anderes Gebiet innerhalb der Kunst mehr intermediale Konzepte einsetzt und deren Entwicklung voran treibt, wie das Gebiet der Pop- und Rockmusik. Als Pop- und Rockshow werden hier Ereignisse auf und abseits der Bühne verstanden, die im Zusammenhang mit Rock- oder Popbands stehen und entstehen. Innerhalb dieser Rock- und Popshows kommen verschiedene einzelne Medien zur Anwendung, die in weiterem Sinne in intermediale Gefüge eingebunden werden, welche die Shows auf und abseits der Bühne, also ihre Inszenierung, verstärken. Als Beispiele denke man sich Musikvideos, bandbezogene Computerspiele, oder Live-Chats mit der Band im Internet.

Um mit der Untersuchung anzufangen wird in vorliegender Arbeit zunächst das wissenschaftliche Feld, aus dem heraus geforscht werden soll, eingegrenzt. Hier werden beispielsweise Theorien und Methoden verschiedener Wissenschaftsrichtungen, wie etwa der Theaterwissenschaft, der Medienwissenschaft oder der Musikwissenschaft angewandt, um Parallelen und Vergleiche innerhalb des Kernthemas – Intermedialität bei Rock- und Popshows - ziehen zu können. Im Folgenden werden für diese Untersuchung zu gebrauchende Begriffe definiert, sowie dem Thema dienliche verschiedene Theorien eingegrenzt bzw. veranschaulicht, um ein klares Verständnis der benutzten Begriffe für den weiteren Verlauf der Untersuchung zu haben.

Eine chronologische Aufarbeitung des Themas, beginnend mit den 1960er Jahren bis heute (2011), soll die Entwicklung intermedialer Konzepte bei und durch Rock- und Popshows vor Augen halten und verständlich machen. Hier wird der Beginn der Nutzung intermedialer Konzepte, wie etwa bei den Beatles, aufgezeigt und in einen Kontext mit späteren medialen und schließlich intermedialen Entwicklungen gebracht werden.

Die Inszenierung auf und abseits der Bühne stellt innerhalb vorliegender wissenschaftlicher Untersuchung einen Kernbereich dar. Hier geht es darum, wie zunächst von Pop- und Rock-Künstlern theatrale Figuren, wie etwa bei der Band KISS, oder ein gewisses Image, wie beispielsweise bei Boy-Groups der 1990er Jahre, geschaffen werden und mit Hilfe

intermedialer Konzepte verstärkt und gefördert werden. Anhand der Beispiele KISS, Marilyn Manson und Lady Gaga wird dies veranschaulicht. Im zweiten Teil jenes Kerngebiets der Untersuchung wird auf intermediale Konzepte, welche Live-Shows begleiten und spektakulärer machen, eingegangen, wobei die Bands Judas Priest und U2 als Beispiele zur Veranschaulichung dienen.

Als zweites Kerngebiet in dieser Arbeit wird auf die Möglichkeiten der intermedialen Vermarktung von Pop- und Rockbands eingegangen. Hier findest du einerseits die intermediale Vermarktung, sowie gegenseitige Kooperation verschiedener Künstler, als auch mit Veranstaltern von Festivals oder wirtschaftlichen Betrieben. Das Merchandising wird hier als zentraler Aspekt gesehen, der bis heute von intermedialen Konzepten, etwa Live-Aufzeichnungen von Konzerten für den DVD-Verkauf, dominiert wird. Hier dienen einerseits KISS als Vorreiter des intermedialen Merchandising, und Metallica als moderne Band-Merchandising Giganten, als Beispiele. Ferner wird in diesem Kapitel noch eine kooperative Vermarktung von Bands und Veranstaltern etc... untersucht, und inwieweit intermediale Konzepte hier zum Einsatz kommen.

7.2 Abstract English

The present thesis discusses the intermediality in rock- and pop shows. It is to prove that no other form of art takes more advantage of the use of intermedia-concepts, and further helps to develop them as Pop and Rock music. In this study Rock- and Pop-Shows are defined as actions on and off stage related to Rock- or Pop-Bands. Within Rock and Pop Shows a variety of individual media come in handy, which in a broader sense become bound together within intermedia-concepts increasing the bands staging on and off stage. As an example we may think of music videos, band related videogames, or arranged live-chats on the internet with the bands.

The beginning of this will limit the scientific fields from which theories are taken. Different theories from different research fields, such as theatre-, media- and music-sciences, are extracted and used to show parallels and to compare within the main topic – the intermediality in rock and pop shows. Further, specific terms will be explained and different the main topic serving theories will be contained and explained to provide a clear understanding of the main topic discussed in this thesis.

Further on a chronological overview concerning the development of intermediality in rock and pop shows will be given, beginning with the 1960ies up to today (2011). Examples such as the Beatles will be discussed and brought into context with intermedia concepts developed later in history. In general this chapter is primarily to understand the connection between technology, media and Rock and Pop-Shows, and how earlier developments lead to the status of intermedia concepts we have at rock and pop shows nowadays.

The staging on and off stage is one of the main research fields of the present thesis. This chapter will focus on the creating of theatrical figures by Rock and Pop artists like e.g. KISS, and certain images of the artists, like for example boy groups in the 1990ies, and how staging is supported by intermedia-concepts. This will be discussed and shown by examples such as KISS, Marilyn Manson and Lady Gaga. The second part of this chapter is about intermedia-concepts on stage, and how they enhance the spectacular at a Rock or Pop show. The examples on which this research is based are the bands Judas Priest and U2.

The second main research field in this thesis is about intermedia-merchandising of Rock and Pop Bands. The merchandise of bands and cooperations between bands or festival/concert-

hosts and how they use intermediality for merchandising, like e.g. live-concert DVDs will be discussed. As examples, KISS as godfathers of modern band-merchandising and Metallica as modern post-KISS merchandising-giants will be focused on. Further cooperative merchandising between bands and concert-hosts will be discussed.

7.3 Curriculum Vitae

Anthony Philip Jacobson

Geburtstag: 29. März 1985

Geburtsort: Wien

Staatsbürgerschaft: Österreich

Geschlecht: m

Wissenschaftlicher Werdegang

1991- 1995 Volksschule Windhabergasse, 1190 Wien

1995- 1999 AHS Gymnasiumstraße, 1190 Wien

1999- 2001 AHS Albertus Magnus Schule, 1180 Wien

2001- 2003 AHS Neulandschule Grinzing

2003/ 2004 Matura an der AHS Neulandschule Grinzing

2004/ 2005 Präsenzdienst an der Pioniertruppenschule Klosterneuburg

Herbst 2004 bis Frühjahr 2006 Studium der Rechtswissenschaften Uni Wien

Seit 2006 Studium der Theater-, Film-, und Medienwissenschaften, als Nebenfach
Religionswissenschaften

Sprachen: Deutsch und Englisch fließend in Schrift und Sprache,

Spanisch in Schrift und Sprache (Nível B2) und Grundkenntnisse in Französisch

Praxisorientierte Erfahrung im Bereich der Theater-, Film- und Medienwissenschaften

- Ferdinand Raimund Sommerfestspiele Gutenstein, Bühnenarbeit, Darsteller
- Schloss Schönbrunn Kultur und Betriebs GesmbH., Museums-Aufsicht
- SOCIETY Magazin, Redaktion

- Studioarbeiten mit der Band STANTH
- Mitwirkend bei dem Kabarett: Der Mann mit dem Hut & The Masters of W.O.R.S.T, Darsteller
- Kabarett für und zu Gunsten der Whiteribbon Organisation bei der Kabarettnight „Wer haut is‘ out!- Kabarettnight gegen Gewalt“, Darsteller
- Mitwirkend in den Kurzfilmen „Insomnium“, „Like a Rolling Stone“, „Szenchen einer Ehe“, Darsteller
- Dokumentarfilm „Religiöse Körperwelten im Wiccatum und Katholizismus“, Regie, Produktion, Drehbuch
- Musikvideodreh zu „Nicht Dabei“ von N.I.K.O., Darsteller
- Gründer und Präsident des Vereins Independent Project Group – Verein zur Künstlerförderung und Künstlerunterstützung (www.independentpg.org)
- Intensive Summer Course, Lee Strasberg Film and Theatre Institute, Los Angeles

Sonstiges: B- Führerschein, fortgeschrittene EDV- Kenntnisse, Grundkenntnisse in php und mysql Verwaltung, Joomla.