6 Rockumentary – Movens und Dokument der Musikgeschichte

Music is, to me, the most amazing Trojan horse to tell any other kind of story.
The best music films are not about music …
Music is just the language we're speaking
to tell a story about culture.
– *Morgan Neville*[1]

Das in den vorausgehenden Kapiteln diskutierte Material zu den eingangs gestellten Leitfragen nach der Genese, der Spezifik und der industriell-ökonomischen Bedingtheit belegt eindrücklich: Die Rockumentary bildet aktuell einen der dynamischsten Bereiche der Unterhaltungskultur, der mit einer weitreichenden populärkulturellen Resonanz von Hollywood über die diversen Segmente der Musikindustrie bis hin zu den unterschiedlichsten Subkulturen und Underground-Szenen reicht. Die Macht der ‹rockumentarischen› Bilder liegt nicht allein in der spezifischen dokumentarischen Qualität ihrer historischen Zeugenschaft bestimmter musikalischer Entwicklungen des 20. und 21. Jahrhunderts. Die Bilder der Rockumentary sind mehr als nur ein audiovisuelles Erbes der Populärkultur. Sie werden selbst zum Movens der Pop-Geschichte, wenn sich um einzelne kultisch verehrte Filme eigene Fanszenen bilden oder die Macher hinter den Rockumentaries entscheiden, welche Künstler und Ereignisse eine filmischen Kanonisierung wert sind. Rockumentaries steuern in ihrer industriellen Rahmung den Blick des Konsumenten auf spezifische Teilaspekte der Musik und geben so selbst den unterschiedlichen Musikkulturen neue Entwicklungsimpulse.

1 (Neville zitiert in Tsioulcas 2016).

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

Es wurde so auch deutlich, dass die Rockumentary keineswegs ein neues, isoliertes oder randständiges Phänomen ist. Sie steht in enger Abhängigkeit zu verschiedenen technischen Innovationen der Unterhaltungsindustrie des 20. Jahrhunderts und prägte diese in berühmten Produktionen selbst mit. Auch narrativ, ästhetisch und in ihrer charakteristischen ökonomischen Abhängigkeit von der Musikindustrie arbeitet sie in dokumentarischen Traditionslinien, die bis in die unmittelbare Zeit nach 1900 zurückreichen. Mit dem Blick auf diese Leitfragen nach der Geschichte, der Spezifik und der Ökonomie der Rockumentary bündelt das folgende Kapitel abschließend die zentralen Erkenntnisse der Untersuchung.

6.1 Repräsentation statt Dokumentation – Die Modalität der Rockumentary

Mit Blick auf die erste der übergeordneten Fragen «Welche Eigenschaften charakterisieren das mediale Massenphänomen Rockumentary?» lassen sich folgende Erkenntnisse zusammenfassen: Die Rockumentary ist ein Modus der dokumentarischen Präsentation von Musik. Sie datiert mindestens bis in die 1960er-Jahre zurück, ihre Wurzeln liegen sogar in den frühesten Formen der audiovisuellen Unterhaltung von Vaudeville-Filmen im Kino bis zur Musikshow im Fernsehen. Der Begriff Rockumentary fi l erstmals 1969 im Kontext des Radios, wo er als flapsige Wortklammer eine neuartige, erläuternde Rockmusiksendung bezeichnete. Bereits in seinem Ursprung stand er somit in direkter Verbindung zu Unterhaltungskonzepten, die in enger Abstimmung mit der Musikindustrie entwickelt werden.

In dieser über 100 Jahre währenden, Medienplattformen übergreifenden Tradition der Darstellung von Musik bildet die Rockumentary heute einen umfangreichen Teilbereich. Dieser Teilbereich lässt sich zunächst unter dem **Gattungsbegriff** Musikfilm sinnvoll eingrenzen, der sich in die drei filmischen Gattungen Musikdokumentation, Musikspielfilm und Experimentelle Musikkunst unterteilen lässt. Eine weitere Unterteilung dieses Gattungsbegriffes ließ vier verschiedene **Produktionsmodi** sichtbar werden, die besonders mit Blick auf eine Unterscheidung der dokumentarischen Zugänge organisiert sind: Musikdokumentarfilm, Musikspielfilm, Experimentelle Musikkunst und Rockumentary. Die Grundlage für die Unterscheidung bildeten zunächst die ökonomischen Produktionsumstände. Es stellte sich allerdings heraus, dass sich diese auch in den narratorischen, ästhetischen wie technischen Parametern manifestieren. Inhaltlich und kontextuell schlüssig charakterisieren dabei die abweichenden fi anziellen Zugänge, die personellen Zugehörigkeiten, die ästhetischen Ausprägungen, die technischen Prämissen, die formalen Eigenarten und die sozialen Parameter die unterschiedlichen Modi.

Die Rockumentary bewegt sich dabei als Modus zwischen der kritischen Perspektivierung des Musikdokumentarfilms und der unterhaltenden Darstellung

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

des fiktionalen Musikspielfilms. Hier ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen der Authentizität – gemeint im Sinne einer Authentifizie ung der Bilder – und der Darstellung einer Realität einerseits sowie der Werbewirksamkeit und der Instrumentalisierung andererseits. Dabei liegt ein spezifisches Paradigma dokumentarischer Arbeit zugrunde. Denn formal stellt die Rockumentary eine dokumentarische Form der Betrachtung dar, welche die Musik mit dem Ziel der Unterhaltung und der Beförderung eines spezifischen Images im Sinne der Musikindustrie präsentiert. Damit steht die Rockumentary anderen Formen der Musikbeschreibung nahe, wie sie sich unter anderem im Print-Journalismus der Fachmagazine oder im Radio fi den. Sie bildet dabei den einen Pol des traditionsreichen epistemologischen Dualismus der Kunstkritik, dessen entgegengesetzter Pol der betrachtend-kommentierende Modus des Musikdokumentarfilms ist. Als Akteur in diesem Spannungsfeld dient der Musikdokumentarfilm als neutral-kritisches, deskriptives oder gar dekonstruktivistisches Instrument, das beispielsweise Wissenschaftler oder Journalisten einsetzen, um die Rahmenbedingungen der Musikkultur zu illustrieren. So spiegelt sich in ihm und besonders in der Fernsehdokumentation häufig der öffentliche Diskurs über die Musikkultur. Demgegenüber steht als Antagonist die Rockumentary mit Filmemachern und Moderatoren, die mit ihren Themen sympathisieren und sie bisweilen selbst repräsentieren. Sie illustriert in der Folge nicht das Bild, das in der breiten Öffentlichkeit zu einem bestimmten Musikphänomen besteht, sondern das zweifelsohne kommerzialisierte Selbstverständnis der jeweils porträtierten Musik. Ihr Äquivalent ist deshalb im vierten Modus, der experimentellen Musikkunst, vor allem das Musikvideo, mit dessen ästhetischer Entwicklung die Rockumentary eng verknüpft ist. Beide haben einen kommerziellen Anspruch an das Produkt, der zuerst in der Bewerbung der abgebildeten Kulturgüter, Bands und Musiker und nachrangig – je nach Auftraggeber – in einer Refi anzierung seiner eigenen Kosten besteht.

Der Modus Rockumentary umfasst dabei als weitere Unterscheidungsebene eine Reihe von **Genres**, die sich modellhaft auf der Grundlage formelhafter, stets wiederkehrender Szenarien und Präsentationspraktiken schlüssig voneinander abgrenzen lassen. Zu den beliebtesten Genres zählen so etwa der Konzertfilm, der Festivalfilm, verschiedene Arten von Bandbiographien, aber auch Talentshows oder das serielle Reality TV mit Musikbezug. So stichhaltig und hilfreich diese klare Modellierung für die Orientierung im Modus Rockumentary ist, so brüchig wird sie bisweilen in der filmischen Praxis. Einerseits sind die Übergänge zwischen einzelnen Genres mitunter fließe d, andererseits bestehen enge Wechselwirkungen mit den Genres anderer Modi, wie beispielsweise dem Musical oder der Rock-Mockumentary im Musikspielfilm, dem Porträt im Musikdokumentarfilm und dem Musikvideo in der Experimentellen Musikkunst. Besonders die Entwicklung von Musical und Musikvideo verlief dabei in enger Auseinandersetzung mit dem Konzertfilm-Genre im rockumentarischen Modus.

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

Mit Blick auf Narrationen fällt zudem sowohl in der historischen Herleitung als auch in Bezug auf die Arbeit der Akteure die derzeitige Fokussierung auf historisch-kontextualisierende sowie Performances abbildende Filme auf, die sich sowohl im Fernsehen als auch im Kino fi den. Besonders das Porträt und der Konzertfilm werden derzeit in aufwändigen Produktionen inszeniert, während Genres wie der Tonstudiofilm häufig eher als Beilage im Angebot der Independent-Label zu fi den sind. Diese Ausprägung der Rockumentary-Zyklen hängt unter anderem damit zusammen, dass derzeit Porträts für die Major-Labels und Konzertaufnahmen für alle Labelformen und Festivals (wieder einmal als eigenständige Auftraggeber) ein bevorzugtes Mittel der Bewerbung ihrer Programme sind.

Ein zentrales Charakteristikum in der Entwicklungsgeschichte der Rockumentary bleibt dabei quer durch alle Genres unangetastet. Egal ob Reality-Soaps oder Tonstudiofilme: im Vordergrund steht weniger der Auftrag, ‹authentisch› zu dokumentieren, sondern das porträtierte Phänomen zu repräsentieren. Dies ist ein Auftrag, den die Verträge der Industrie widerspiegeln und den alle Akteure im Produktionsprozess verinnerlicht haben.

An die Rockumentary wird dabei von der Musikindustrie der Anspruch an eine Werbewirksamkeit gestellt, die sie kategorisch als Werbefilm lesbar macht. Durch ihre Darstellung der kreativen Prozesse und vor dem Hintergrund ihrer Auftragssituation hat sich allerdings auch eine konkrete Lesart als Industriefilm als fruchtbar erwiesen. Der Musikindustriefilm ist dabei die populäre Dokumentation von Arbeitsprozessen in der Kreativindustrie und folgt den spezifischen vertraglichen Verhältnissen in der Entwicklung von Kulturprodukten. Seine Aufgabe ist es dabei eine Authentifizie ung und Wertschöpfung der kreativen Prozesse zu gewährleisten. Die Industriefilmnatur der Rockumentary verschleiert dabei im Offensichtlichen den stets präsenten Widerspruch zwischen Kunst und Kommerzialisierung in der Popkultur. Indem die administrativen Strukturen der Musikindustrie in den Hintergrund rücken, wird die Wertigkeit des Künstlers betont. Jeder Prozess, wie ein neues Album, eine neue Tour oder ein weiterer Konzertfilm im Gesamtwerk eines Künstlers, wird zu einem neuen, genuinen Ausdruck von Kreativität.

6.2 Direct Cinema, MTV, digitale Renaissance – Die Geschichte der Rockumentary

Eine Geschichte der Rockumentary zu schreiben, erwies sich im Rahmen der Untersuchung als außerordentlich komplex. Während sie formal und in ihren ökonomischen Kontexten zwar stets charakteristische modale Eigenarten aufweist und durch eine Kontinuität von kreativen und wirtschaftlichen Akteuren bestimmt ist, führten die terminologischen Unschärfen in der historischen Analyse zu einem äußerst unübersichtlichen Materialkorpus. Dass sie allgemein auch

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

als Musikdokumentarfilm bezeichnet wird oder umgangssprachlich mit einem bestimmten Genre, zum Beispiel dem Rockfilm oder dem Konzertfilm, gleichgesetzt wird, resultierte zunächst in einer intuitiven Vermessung. Es galt zunächst, auf einer ganz grundlegenden Ebene das relevante Korpus zu überblicken.

Neben der Defin tion und der Verortung in einer medialen und modalen Darstellung von Musik zielte die zweite Leitfrage deshalb darauf, die Rockumentary aus ihrer historischen Entwicklung heraus zu fassen und so zu einem klareren – auch terminologischen – Verständnis des Phänomens beizutragen. Im Zuge der historiographischen Materialanalyse traten dabei im Wesentlichen drei bedeutende Epochen hervor. Die jeweiligen technischen und ökonomischen Innovationen prägten dabei die Genese der Rockumentary in einer Reihe von Zäsuren und Entwicklungssprüngen maßgeblich.

Auf breiter Ebene etablierte sich die Rockumentary erstmals an der Wende von den 1960er- zu den 1970er-Jahren in Anlehnung an die Dokumentarfilmschule des Direct Cinema. Diese erste Ära wurde bestimmt von der Entwicklung der mobilen Filmtechnik sowie der ursprünglichen Idee einer zurückgenommenen Berichterstattung über populäre Phänomene mit eigenen Narrationen. Der kommerzielle Einfluss der Musikindustrie auf die Macher von Rockumentaries erwies sich in dieser Zeit als zunehmend prägend. Das populärstes Medium in dieser Ära war das Kino.

Die MTV-Ära der 1980er- und 1990er-Jahre markiert als zweite große Entwicklungszeit der Rockumentary die fi anzielle Hochzeit der Musikindustrie. Sie charakterisierte sich durch das Vordringen von Musik zu einem grundlegenden Unterhaltungselement in den Fernsehprogrammen. Das junge Privatfernsehen mit MTV als Hauptprotagonisten sowie neuen Heimvideo-Sendekonzepten erwies sich dabei als ökonomischer und technischer Katalysator für diesen dynamischen Sprung der Rockumentary von den Kinosälen in die privaten Wohnzimmer der Konsumenten. Für die Rockumentary etablierte sich derweil ein Kanon spezifischer ästhetischer Darstellungsformen, deren Ursprünge sich bei MTV und in seiner Musikvideo-Ästhetik nachweisen lassen. In den neu entstehenden Vermarktungsketten entfaltete besonders der Heimvideomarkt eine kreative Wirkung. Er wurde zum Hauptmarkt für viele Nischenthemen im Musikbereich, die sich aus der zunehmenden Fragmentierung der populären Musik in einzelne Musik-Szenen in dieser Zeit ergaben. Die Fragmentierung bedingte dabei auch eine weitere Ausdifferenzierung der unterschiedlichen Formen von Rockumentaries.

Die Moderne Rockumentary-Ära setzte als dritte prägende Epoche um die Jahrtausendwende mit der zunehmenden Digitalisierung der Unterhaltungskultur ein. Die Rockumentary kehrte nach einem zeitweiligen Niedergang des Musikfernsehens zunehmend ins Kino zurück, avancierte aber auch auf einer immer größer werdenden Anzahl anderer Medienplattformen zu einem wichtigen eigenen Produkt. Ihre Produktion vergünstigte sich durch neue technische Entwicklungen

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

erneut und bietet heute einen immer demokratischeren Zugang zu der inzwischen stark fragmentierten und globalisierten Musikkultur. Dieser wird auch von einer zunehmenden Zahl von Independent- und Amateurfilmemachern genutzt, die vor allem mit musikalischen Nischenthemen den Einfluss der Musikindustrie gelegentlich umgehen können. Die Ära zeichnet sich dabei auch durch zunehmend flachere Hierarchien aus, die durch bezahlbare, qualitativ hochwertige Produktionsinstrumente und Crowd Sourcing sowie Crowd Funding entstehen.

Als Gegenentwurf etablierte sich auf Seiten der konglomeratisierten Entertainment-Industrie das Konzept von Hochglanz-Rockumentaries mit wachsendem Anspruch an die Dramaturgie, die ästhetische Qualität und sich immer weiter dem Spielfilm annähernden Erzählungen. Dies reicht bis hin zu den modernen, hochbudgetierten Konzertspielfilm-Hybriden. Insgesamt entwickelte sich eine neue Filmfestival- und Kinoeventkultur sowie wieder eine vermehrte Verwertung auf Musikfestivals, im Fernsehen und in digitalen Netzen. Im Jahr 2017 präsentiert sich die Rockumentary schließlich in Folge dieser digitalen Demokratisierung in ihrer kommerziellen Renaissance als abendfüllendes Kinoprodukt, aber auch als äußerst heterogen. Ein Blick auf die Akteure der Rockumentary-Industrie zeigt somit einen Markt, der sich zwischen verschiedenen Polen bewegt. Rockumentaries sind individuell betrachtet oftmals Nischenprodukte. Als Ganzes positionieren sie sich aber zweifelsohne als relevantes, wirkmächtiges Segment einer globalisierten Medienindustrie.

In der Modernen Rockumentary-Ära zeichnen sich dabei bereits neue Horizonte ab, die die zukünftige Entwicklung des Modus prägen könnten. Mit Blick auf die technischen Möglichkeiten wird die Rockumentary immer greifb rer und individueller. Dabei bleibt abzusehen, wohin sich der Markt in Zukunft verschieben wird, wenn der Trend zu Kino-Rockumentaries wieder einmal vorüber ist. Wird die Rockumentary wieder ein Instrument der kleinen Plattenfi men? Oder wird sie eine normale Praxis der Dokumentationskultur, der wir uns ohnehin über Apps und Gadgets zunehmend annähern? Wer aber wird sie dann kontrollieren und worin wird ihr wirtschaftliches Potenzial liegen?

6.3 Produktion, Distribution, Marketing – Die Industrie der Rockumentary

Dass das Korpus der Rockumentary seit den 1960er-Jahren beständig wachsen und in seinen kategorischen Parametern und Genres weiterentwickelt werden konnte, lässt sich aus modalen Trends und Innovationen erklären. Die Entwicklung offenbart dabei, dass die Rockumentary nach über 50 Jahren tief in der angloamerikanisch-europäisch dominierten Musikindustrie verwurzelt ist. Dies hängt maßgeblich mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Marktes in der Modernen

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

Rockumentary-Ära zusammen. Die Entwicklung der Rockumentary als Produkt in einer konglomeratisierten Unterhaltungskulturlandschaft ist nicht mehr nur ein Phänomen, das wie in der Direct Cinema-Ära hauptsächlich mit dem Kino oder wie in der MTV-Ära mit dem Fernsehen in Verbindung gebracht wird. Vielmehr fi det sich inzwischen eine breite Angebotspalette auf der Rockumentaries vertrieben werden können. Mit einem ‹Blick hinter die Kulissen› der Industrie widmete sich diese Untersuchung den in der Forschung bislang noch kaum dokumentierten neuen ökonomischen Kontexten, die die transmedialen Produktionskontexte des Phänomens Rockumentary maßgeblich bestimmen.

6.3.1 Verträge oder Vertrauen? Die Rockumentary in der Kreativindustrie

Im Hinblick auf die dritte Leitfrage nach den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Rockumentaries «Wie funktioniert eine Rockumentary ökonomisch?», lassen sich in der Praxis zwei Perspektiven isolieren, die unter anderem von der Position der Akteure in der Verwertungskette abhängen: die der Rockumentary als Produkt einerseits und als Werbeinstrument andererseits. Der Musikfilm, darin vor allem die Gattung Musikdokumentation, zeichnet sich in diesem Spannungsfeld durch eine Verbindung von Musik und Bewegtbild aus. Dabei besteht ein spezifisches illustratives Verhältnis des Bildes zur Musik und damit ein Gegenentwurf zum Einsatz von Musik in der normalen Verwendung als Filmmusik. Diese enge Interdependenz impliziert eine besondere Arbeitsverteilung. Die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure zeigt sich in der Praxis tatsächlich häufig geprägt von Vertragsverhältnissen, die auf der Basis von Vertrauen und persönlichen Beziehungen eingegangen werden.

Die Rockumentary stellt dabei nicht zwangsläufig – in Bezug auf Filme im Kino und Fernsehen sogar eher selten – ein Produkt dar, das aus der Eigeninitiative eines Filmemachers entsteht. Ihre Natur als Auftragsprodukt hat fi anzielle wie organisatorische Gründe. Der Filmemacher als Akteur ist vertraglich meist mit der Musikindustrie verbunden. Er spielt entweder höchstens namentlich in der Bewerbung der Rockumentary eine Rolle, oder wird Teil einer kreativen Gemeinschaft, deren Ziel eine bestmögliche Inszenierung der Künstler ist, wie beispielsweise Martin Scorsese mit den Rolling Stones oder Sacha Gervasi mit der Band Anvil. Dabei ist signifikant – und dies hat sich im Verlauf der Akteursstudien wiederholt gezeigt –, dass die Kreativindustrie von der Musik- bis zur Filmproduktion ein enges, freundschaftliches Verhältnis pflegt. Es geht dabei nicht mehr um entlarvende dokumentarische Bilder, wie sie in der Ära des Direct Cinema teilweise noch das Ziel der Filmemacher waren. Vielmehr existiert der Konfl kt zwischen Musikern und Filmemachern heute nur noch in Bezug auf die Frage in welchem Maß Eingriffe in die Arbeitsabläufe auf und abseits der Bühne und in private Momente aus Sicht der Band heute noch gewünscht sind.

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

Aus der Dynamik ihrer Produktion, ihrer Lizenzierung, ihrer Vermarktung und ihres Vertriebs heraus sind Rockumentaries keine Filme, die fi anzkräftige Geheimnisse decodieren oder gar investigativ aufzeigen wie das Leben im Hunter S. Thompson angedichteten «Plastic Hallway» der Musikindustrie in seiner häufig komplexen und betriebswirtschaftlich begründeten Struktur tatsächlich ist. Vielmehr wird die Musikindustrie in der Rockumentary im Regelfall entweder gänzlich aus der Darstellung ausgeklammert oder auf Einzelprotagonisten (in Form von Interviewpartnern) konzentriert, die als Katalysator oder Antagonist einer Musik-Geschichtsschreibung fungiert. Dabei sind die Protagonisten der Industrie meist als selbst ikonische Figuren in der (humoristischen) Retrospektive einer erfolgreichen Karriere inszeniert. Die Gründe dafür liegen einerseits in der beruflichen Nähe der Akteure zur Musikindustrie sowie andererseits den fi anziellen Einschränkungen für die Filme. Doch wie welche Rolle spielt Musikindustrie allgemein im Prozess der Produktion von Rockumentaries?

6.3.2 Die Rockumentary als Investition und Kapital – Die ökonomischen Strategien

In der Untersuchung der Verhältnisse der Akteure von der Produktion bis zur Distribution zeigt sich, dass die Rockumentary ohne die Musikindustrie kaum vorstellbar ist. Dies ist ein Aspekt, der in bisherigen Untersuchungen der Rockumentary nur eine äußerst untergeordnete Rolle gespielt hat. Die zunehmende Konglomeratisierung der Major-Label-Musikindustrie hat ein System hervorgebracht, in dem eine Integration der Rockumentary-Produktion und -Distribution in die Abläufe der Multimediakonzerne rentabel ist, auch wenn Rockumentaries durchaus auch in Langzeitverträgen an Produktions- und Distributionsfi men vergeben werden. So ergeben sich derzeit zwei Formen des Produktionsprozesses: Einerseits werden etablierte Produktions- und Distributionsorgane sukzessive in die Medienkonzerne überführt und bieten nun, im Sinne des ursprünglichen 360°-Modells, Möglichkeiten zur Rundum-Vermarktung. Die Verortung von ehemals unabhängigen Unternehmen wie beispielsweise Rhino Entertainment im Marketingbereich von Warner Music zwischen 1998 und 2001 unterscheiden sich dabei nicht deutlich von den Videoproduktionsabteilungen, die viele Labels in der MTV-Ära eingerichtet hatten. Es handelt sich um eine Strategie, die gezielt den Marktwert von Bildern für den Verkauf von Musik einkalkuliert und davon ausgehend Produkte herstellt und vertreibt. Plattenfi men in ihrer Rolle als Service-Unternehmen haben darin besonders die Etablierung fi anzkräftiger Marken im Blick. Die Rockumentary steht in dieser Konzeption entweder repräsentativ für ein Label oder einen einzelnen Künstler und soll ein authentisches Image bedienen.

Die einzelnen Unternehmen innerhalb der Mischkonzernstruktur werden dabei eingekauft, um ihre Expertise auch gezielt für betriebseigene Produkte einzusetzen

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

oder um im Kontext des Medienkonglomerats Geld durch externe Aufträge zu generieren. Daneben bestehen lang etablierte Vertragsmodelle mit externen Firmen. Hier spielt erneut die Vertragsstruktur in der Kreativindustrie eine Rolle, die maßgeblich von persönlichen Verbindungen und dem Erhalt eines gewissen, positiven Rufs in der Industrie bestimmt ist. Bis dato unabhängige Produktionsfi men wie Banger Films bilden dabei keinen Gegenentwurf zu den internen Produktionsansprüchen. Sie sind vielmehr in ihrer Organisation eine Ergänzung der Strukturen jenseits der fi anzkräftigen Major-Labels. Produktions- und Distributionsfi men für Rockumentaries kooperieren für einzelne Filme und entwickeln sich häufig über Jahre hinweg zu gut funktionierenden, externen Organen der Musikindustrie, weil sie sich an den Berichterstattungsmodus der Rockumentary anpassen.

Diese Firmen verfügen meist ebenfalls über eine Expertise in bestimmten Bereichen, beispielsweise nationalen Märkten, bestimmten Musikdokumentationsformen oder spezifischen Industriedienstleistungen. Sie sind zuständig für Zusatzprodukte, die Aufarbeitung von Künstlerkatalogen und die Bewerbung eines Künstlers. Da allerdings viele Akteure in diversen Konstellationen zusammenarbeiten, oft für jede Rockumentary-Produktion in neuer Zusammensetzung, sind die Wege in das und aus dem System vielzählig und im Detail kompliziert zu kartografie en. So agieren die Firmen in den Medienkonglomeraten durchaus als eigene Entitäten, sodass die Finanzen teilweise innerhalb der Mischkonzerne nur verlagert werden. Der Erhalt der einzelnen Firmenstrukturen hat zudem den Vorteil, dass Unternehmen in Eigeninitiative die Besitzverhältnisse an der Firma neu organisieren können, sodass der Markt der Rockumentary, der maßgeblich von einem stabilen Musikmarkt abhängt, historisch starken Transformationen unterworfen ist.

Der Vergleich der Labels zeigt, dass innovative Investitionen in Technologien oder ganze interne Filmabteilungen derzeit eher selten auftreten, auch wenn sich in jüngeren Jahren unabhängige und abhängige Produktionsfi men etablieren konnten. Die Major-Labels verwalten stattdessen analog zu dem Trend, dass sich alte Musik aus Bandkatalogen inzwischen besser verkauft als aktuelle Veröffentlichungen (vgl. Ingham 2016b), häufig Archivmaterial und Musikrechte, die einen zunehmend relevanteren und exklusiveren Zugang zur Präsentation von Musik darstellen. Die Kataloge der Musikindustrie sind aber nicht die einzigen Quellen, die die Darstellung von Musik kontrollieren und einschränken. Familienunternehmen, wie der Frank Zappa Family Trust, Musikverlage, kommerzielle Archive ebenso wie Lobbygruppen wie das IMZ verwalten Archivaufnahmen und Musikrechte und können den Zugriff darauf verweigern, wenn sie nicht bezahlt werden können oder einzelne Akteure mit der Darstellung der Musiker in den Filmen nicht einverstanden sind. Jenseits der Musikrechte kann die Finanzierung der Produktion und Distribution die eine Entwicklung von Musikdokumentationen außerhalb der regulären Rockumentary-Strukturen einschränken.

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

6.3.3 Produktion und Distribution zwischen Box-Office ekord und CD-Beigabe

Trotz sich verändernder Aufnahmebedingungen können Rockumentaries häufig Budgets im Bereich aufwändiger Dokumentationen, also im niedrigen Millionenbereich, aufrufen. Ihr Durchschnittsbudget liegt zwischen einem niedrigen fünfstelligen Betrag und diesen Produktionsspitzen und ist dabei abhängig von den Akteuren im Hintergrund, dem Verkaufswert der Bands und den involvierten Produktionsfi men. Rockumentaries bleiben bis heute ein relevanter Posten zwischen Marketing und fi anziellem Aufwand, weil ihr Ziel nicht per se die eigene Refinanzierung ist. Dies ist eine Gemeinsamkeit, die Musikfilme im Allgemeinen und Rockumentaries im Besonderen mit heutigen Albumproduktionen haben. Während Alben lange Zeit durch Touren beworben wurden, dienen sie inzwischen als Anlass, um fi anziell rentablere Tourneen zu veranstalten. Rockumentaries dienen seit jeher als Werbeinstrument und Produkt gleichermaßen, gewinnen aber besonders in ihrer Werbefunktion für einen Albenkatalog, ein Event oder eine Tour aktuell wieder an Bedeutung.

Damit existiert die Rockumentary als Produkt auch in einem Feld, das zwischen den Polen individuellen digitalen Inhalts und einer Rückkehr zur Eventkultur liegt. Diese Events werden in umfangreichem Stil medial aufgearbeitet und generieren dadurch wieder eigene, zusätzlich dokumentierende Akteure wie Musikfestivals. Es zeigt sich in der Analyse der Positionen, dass selbst auf der Seite der Filmproduktionen ein Verständnis für die zwei Ebenen der Präsentation von Musik existiert. Die Rockumentary kann ein Substitut oder eine Ergänzung zu Alben sein, wird allerdings nicht mehr in Musikindustrieverträgen (zumindest in der Independent-Label-Landschaft) als relevanter Anteil eines Plattenvertrages fixie t. In der Musikindustrie aber auch darüber hinaus fi den sich deshalb immer mehr alternative Modelle der Finanzierung, die auch von einzelnen Anbietern, beispielsweise MVD, empfohlen werden. So kann auch für Rockumentaries beispielsweise Crowdfunding attraktiv sein. Unabhängige Produktionen, die außerhalb der Musikindustrie entstehen wie Sascha Gervasis Anvil – The St o r y of Anvil , haben es dagegen bis heute schwer, sich im Distributionssystem zu behaupten. Hier braucht es etablierte Distributionsfi men, die das Risiko eines Vertriebs wagen. Diese Firmen, wie beispielsweise Abramorama, SpectiCast oder The Orchard fi den häufig in der Rockumentary eine derzeit gut funktionierende Nische, die auch zunehmend direkt von Streaming-Anbietern im VOD-Bereich bedient wird.

Mit Blick auf die Arbeit der administrativen Akteure in der Produktion und Distribution von Rockumentaries spielt unabhängig von der Verbindung der Produktionsfi men, Distributoren, Exhibitoren sowie Händler zur Musikindustrie die Rockumentary auch als Produkt eine Rolle. Als Filmprodukt schöpft sie die Distributionskette von einmaligen oder längeren Aufführungen im Kino über den

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

Verkauf, im Fernsehen und im Streaming häufig vollständig und in rascher Abfolge aus. Dabei spielen zunehmend Filmfestivals eine Rolle, auf denen in jüngeren Jahren die größere Konkurrenz auf dem Markt, zu dem auch Musikdokumentarfilme gehören, evident wird. Wie einleitend illustriert, verfügt jedes gewachsene musikalische Genre, ob Heavy Metal, Hip-Hop oder Techno, über einen eigenen Kanon relevanter Musikfilm-Produktionen (Rockumentaries, Musikdokumentarfilme, Spielfilme, Experimentalfilme/Musikvideos) sowie über eine distinkte Situation in der konglomeratisierten Musikwirtschaft heute. Strukturell funktionieren die Musikrichtungen im Diskurs jedoch gleich. Grundsätzlich sind vorrangig die Musikfans und erst nachgeordnet die Filmfans die angesprochene Zuschauergruppe von Rockumentaries. Ausgehend von vergleichbaren Produktionen und dem Verkaufswert der Bands, können Kalkulationen für die Dauer und die Natur der Veröffentlichungen auf Plattformen und den Umfang der physischen Produkte erstellt werden. Dabei bestehen Strategien für die Veröffentlichung, die denen von Alben gleichen. So erweisen sich besondere Events, beispielsweise ‹Limited Releases›, aber auch aufwändige Deluxe-Versionen als Kaufanreiz.

Die Diversifikation hat dabei auch die Rockumentary deutlich beeinflusst, sodass ihr Markt über die Dekaden starke Schwankungen in der Präferenz der Plattformen erlebt hat. Vom Kino in der Direct Cinema-Ära über das lineare Fernsehen in der MTV-Ära und die VHS respektive DVD zum Ende der MTV-Ära bis hin zu einer zunehmenden Gleichberechtigung der Plattformen in der Modernen Rockumentary-Ära haben die Plattformen für Künstlern und die Möglichkeiten für die involvierten Akteuren in der Musik- und Filmindustrie immer weiter zugenommen. Die Rockumentary ist dabei heute quasi omnipräsent – aber wie lange noch?

6.4 Ausblick – Horizonte der Rockumentary-Forschung

Die vorliegende Arbeit leistet einen der ersten Versuche das weite Feld der Musikfilme mit gezieltem Blick auf Rockumentaries methodisch zu erschließen, zu historisieren und in seiner heutigen Dynamik zu verstehen. Während sich die Umrisse und einzelne Elemente des Marktes auf diese Weise skizzieren lassen, bilden die kulturelle Perspektivierung, die ästhetische Beeinflussung, die rezeptive Wahrnehmung aber auch die systemische Diskrepanz zwischen journalistischer und akademischer Erarbeitung weiterhin offene Flanken des Forschungsgegenstandes. Wie Jennifer Holt und Alisa Perren bereits in der Diskussion der Media Industry Studies feststellen, ist die Eröffnung immer neuer spezialisierter Forschungsfelder als Entitäten mit eigenen Begriffl hkeiten nicht produktiv (vgl. Holt und Perren 2009). Es braucht in diesem Sinne für die Zukunft keine eigenen *Rockumentary Studies*, vielleicht stattdessen aber eine Wahrnehmung des Musikfilms als übergeordnete Kategorie im Sinne einer Gattung oder eines thematischen Oberbegriffs. Potenzial liegt

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

dann in der Vertiefung der Einzelaspekte, die aus dieser Arbeit erwachsen und die nicht zwangsläufig auf Einzelfallanalysen von Filmen reduziert sein müssen.

Bisher fehlt es beispielsweise medienhistorisch an einer kursorischen Erarbeitung der MTV- wie auch der Modernen Rockumentary-Ära mit besonders relevanten Produktionen und einer kulturellen Verortung der Produkte in der Medienlandschaft. Eine mögliche medienarchäologische Erarbeitung im Sinne Kittlers – eine Kulturentwicklung verbunden mit Kulturtechniken – fehlt ebenfalls. Die Verortung des Terminus «Rockumentary» jenseits von filmischen Dokumentationskonzepten, wie beispielsweise in der Unterhaltungsindustrie von Los Angeles der 1960er-Jahre, müsste mit Blick auf Zeitzeugenaussagen dringend zeitnah erfolgen. Dies beinhaltet auch die Aufarbeitung von Quellen, die bisher in der Diskussion der Rockumentary nicht behandelt wurden, wie beispielsweise die *Federal Communications Commission Reports* in den Vereinigten Staaten. Sie diskutierten die Rockumentary in ihrer Entwicklung als Radio-Informationsangebot im Sinne der «public affairs» (Federal Communications Commission 1975: 488) bereits 1975.

Des Weiteren ergeben sich Fragen zur Verortung der Rockumentary in der allgemeinen Dokumentationspraxis von Kunst – ob Tanz, Theater oder Bildende Kunst. Gefühlt scheint die generelle Nutzung des Suffix ‹-umentary› in Filmtiteln ebenso zuzunehmen wie die Anzahl der Rockumentaries, sei es als humoristischer Verweis auf die dokumentarische Natur des Porträtierten in Mock-Dokumentation oder als explizite Abgrenzung zu zeitgleich erschienenen Spielfilmen wie beispielsweise im Fall von A Lego Brickumentary (USA 2014, Regie: Kief Davidson und Daniel Junge) (vgl. Lussier 2015). Die Idee der Popumentary, die die Popkultur in ihren Facetten abbildet, geht dabei einher mit der Artumentary, also der ‹Art Documentary›, die ebenfalls ein umfangreiches Korpus hat (vgl. Wood 2014) und in Form eines kurzen Mockumentary-Pendants in den 1990er-Jahren sogar Eingang in das Programm von MTV fand.[2]

Diese Teilbereiche kultureller Darstellung erreichen in der Kinogeschichte nicht den Umfang der Rockumentary, es wäre aber denkbar sie in Anlehnung an die modalen Überlegungen zur Rockumentary sowie die Gattungsdefinition des Musikfilms auf ähnliche Art zu kategorisieren. Die Erforschung der Rockumentary könnte von einer solchen Gegenüberstellung ebenfalls profitieren, da sich daraus ein weiterer möglicher Referenzrahmen dokumentarischer Lesepraxis ergeben würde.

Auch die Rolle des internationalen Marktes konnte von der vorliegenden Publikation nicht umfassend diskutiert werden. Fragen, die sich dabei ergeben können,

2 Ein ‹Artumentary›-Sketch zeigt dabei den Komiker Louis C. K., der einen Künstler spielt, der Toiletten mit Tinte füllt und fotografiert. Die Pointe des Sketches ist dabei ein selbstironischer Verweis auf den Wert der Popkultur auf MTV, der im Kontrast steht zur als hochwertiger empfundenen Kultur, die vorwiegend Thema der Artumentary ist: «Basically, see, MTV will show you a lot of crap, and they'll tell you it's art. But I show you crap, and it's, like, art».

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

lauten: Wie entstehen und funktionieren nationale Märkte, die Musikfilme produzieren und gegebenenfalls über spezialisierte Distributionsfi men oder als Einzelproduktionen in andere Länder exportieren? Welche Akteure treten dort in Erscheinung und woher beziehen sie ihre filmische Prägung sowie ihre Themen? Wie ist in den Ländern die Verbindung von Musik- und Filmindustrie? Wozu werden Musikfilme dort hauptsächlich produziert (vor allem: in welcher modalen Kategorie)? Und welchen Anteil haben sie in den spezifischen Ländern am Gesamtmarkt von Film und Fernsehen und den digitalen Anbietern – gegebenenfalls auch im Vergleich mit ihrer internationalen Relevanz?

Hierfür aber auch allgemein wäre schlussendlich die Frage nach der Rezeption von Rockumentaries von Interesse. Für die empirisch arbeitenden Fächer, beispielsweise in Deutschland die Sozial- und Kommunikationswissenschaft, aber auch die Medienpsychologie, könnte eine Bewertung der Rezeptionsmuster von Bedeutung sein. Dies wäre mit Blick auf die Werbewirksamkeit von Rockumentaries für die Unterhaltungsindustrie von Interesse, denn es könnte Aufschluss über den tatsächlichen Mehrwert geben, den Rockumentaries im Verhältnis zu ihrem Kostenaufwand bedeuten. Ein schwieriges Element in der Betrachtung von Rockumentaries ist die Rolle der Zuschauer, die sie als Fans der Musik rezipieren. Sie formulieren spezifische ästhetische, thematische und kulturelle Ansprüche, haben aber auch Präferenzen, die von allem abweichen, was ein durchschnittlicher Zuschauer interessant fi den könnte. Auf den Punkt gebracht wird diese Diskrepanz in einer Anekdote, mit der der Journalist Tom Roston einen Artikel über seine bevorzugten Rockumentaries einleitet:

> I swear, one of my life's most ecstatic movie-going moments was going to St op Making Sens e [Hervorhebung der Verfasserin] not to see Jonathan Demme's Talking Heads film, but to instead be mesmerized by the 10-minute opening video of New Order playing the song, «The Perfect Kiss,» in their rehearsal studio. The band members keep their heads down and inertly play their instruments. To non-fans it must have been like watching paint dry. To me, it was 10 minutes in heaven.
>
> *(Roston 2011)*

An diese individuellen Formen der Erinnerung schließen sich zudem Fragen nach der kulturellen Genese an, für die die Rockumentary bereits jetzt als Dokument verwendet wird. Denn in ihrer Wahrnehmung zwischen Dokument und Mythos sind Musikdokumentationen immer auch ein Teil von *Erinnerungskultur*. In Anlehnung an Jan und Aleida Assmanns Konzept des *kulturellen Gedächtnisses* könnten dabei einige von ihnen sogenannte *Gedächtnisorte* nach Pierre Nora (1996) kreieren:

> Die Gedächtniskunst arbeitet mit imaginierten Räumen, die Erinnerungskultur mit Zeichensetzungen im natürlichen Raum. Sogar und gerade ganze Landschaften können als Medium des kulturellen Gedächtnisses dienen. Sie werden dann

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

> weniger durch Zeichen («Denkmäler») akzentuiert, als vielmehr als Ganze in den Rang eines Zeichens erhoben, d. h. *semiotisiert* [Hervorhebung im Original].
>
> *(Assmann 2007: 60)*

Jan Assmanns ursprüngliche Theorie sowie die Ergänzungen von Aleida Assmann sind im Zusammenhang von Holocaust-Filmen kontrovers diskutiert worden, aufgrund der strikten Trennung zwischen dem ‹kommunikativem Gedächtnis› (menschlich) und dem ‹kulturellen Gedächtnis› (beispielsweise Medien) und ihrer Entwicklung eines kollektiven Gedächtnisses. Ein Kompromiss ist dabei das sogenannte Funktionsgedächtnis, das beides umschließt (vgl. für eine Diskussion der Begriffe Vatter 2009: 32 f.). Die Rockumentary könnte in diesem Sinne als Instrument des Funktionsgedächtnisses solche Mnemotope mitprägen – und wird soziologisch auch in dieser Funktion rezipiert, wie der historische Überblick, beispielsweise für Festivalfilme wie Woodstock oder Gimme Shelter, gezeigt hat. Denn grundsätzlich funktioniert die Idee, Geschichte über Medien zu generieren, für Musik und Musik präsentierende Medien im besonderen Maße, erklärt Robert Niemi: «Because of the cultural centrality of music, music history films constitute something of an informal chronical of American popular culture» (Niemi 2006: 237). Bei Festivals, Konzerten oder an anderen Orten der musikkulturellen Genese wie dem Sunset Strip in Los Angeles oder den Tonstudios in Nashville kanonisiert die Rockumentary die Erinnerung an Musik. In diesem Zusammenhang ergeben sich Forschungsfragen zur konkreten Entwicklung dieser Erinnerungsorte, die sich anhand von Einzelbeispielen tiefer gehend analysieren ließen. So ließe sich eine Erinnerungsgeschichte der Musikkultur auf der Grundlage jener Bilder schreiben, die sich aus der Rockumentary entwickeln. Es ist anzunehmen, dass diese deckungsgleich wären mit der gemeinhin tradierten Wahrnehmung jener Orte, welche möglicherweise im Kontrast zu Ergebnissen stehen würden, die eine konkrete historische Quellenlese befördern könnte. Dies ist eine Perspektivierung, die die Volkskunde ebenso aufgreifen könnte wie die Geschichtswissenschaft

Was kann noch kommen?
Die Rockumentary und die digitalisierte Performancekultur

Wie im Verlauf der Publikation mehrfach illustriert, ist die Rockumentary kein isoliertes Phänomen der Inszenierung von Musik. Das zeigt insbesondere auch ihre Erforschung im Kontext von Performance auf der Bühne wie in Thomas Cohens *Playing To The Camera* (2012). Die Diskussion der Erneuerung und Umdeutung herkömmlicher Genres und Formen, beispielsweise in der Form von Virtual-Reality-Konzerten oder -Festivals als alternative Plattform für Konzert- und Festivalfilme, zeigt, dass die unter anderem durch die Major-Labels vorangetriebenen Entwicklungen in diesem Bereich derzeit zwar Teil eines Trends, aber auch einer nicht gänzlich kohärenten Strategie für den weiterreichenden Einsatz im Modus Rockumentary sind. Dies hängt auch damit zusammen, dass zwar Technikunternehmen

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

zunehmend im Eventbereich tätig sind, der Einfluss der Unterhaltungsindustrie auf die Entwicklungen und Firmenpositionierungen des Unterhaltungselektronikmarktes, der in Teilen ohnehin bereits Bereich der konglomeratisierten Entertainmentindustrie ist, im großen Zusammenhang aber noch nicht absehbar sind.

Seit Jahrzehnten lässt sich jedoch die bereits erwähnte Technologisierung und Digitalisierung von Musikperformance als Live-Event feststellen, die wiederum durch sich entwickelnde und an die Performance anpassende dokumentarische Verfahren festgehalten wird. Hierbei fi det besonders in jüngster Zeit und wahrscheinlich auch in der Zukunft eine zunehmende Amalgamierung der virtuellen und der realen Welt statt, die sich beispielsweise im Einsatz von Hologrammen verstorbener Künstler in Bildform manifestiert. Der Einsatz von Hologrammen in Kunst und Wissenschaft entwickelt durch einige engagierte Akteure in den USA bereits Ende der 1970er-Jahre als neuer Markt eine Eigendynamik. Dies führte dazu, dass das Museum of Holography bereits 1979 notierte: «Holography is now a worldwide practice» (zitiert in Johnston 2006: 339). Für Werbung und Preiszeremonien wie die *Billboard* Music Awards etablierten sich vor allem nach den 2000er-Jahren erneut Hologramm-Projektionen. Mit der Technik kam es unter anderem mehrfach zu Auftritten des 2009 verstorbenen Michael Jackson. Aber auch der Livesektor verändert sich mit Hinblick auf das Portfolio verstorbener Künstler. Bereits 2012 erfolgte ein Auftritt von Snoop Dogg, Dr. Dre und einem Hologramm des verstorbenen Tupac auf dem Coachella Festival. Medientechnisch ist dabei zu beachten, dass diese Abbildungen, wie beispielsweise Ken McLeod notiert, nicht im klassischen Sinne Hologramme sind: «A traditional hologram is a three-dimensional view of an object recreated by shining laser light on a recorded interference pattern. Such holograms are actually flat but the term has also come to mean a kind of volume-filling projection for the same purpose» (McLeod 2016: 122).[3] Für ihre Wahrnehmung und Bezeichnung spielt diese Differenzierung in der Rezeption derzeit allerdings keine Rolle. Der ‹Hologramm›-Markt mit immer weiter verbesserten Technologien entwickelt sich und wächst und beeindruckt derzeit in seiner journalistischen Rezeption noch durch einen mit ihm verbundenen, für Laien eher abstrakten Datenaufwand. Im Jahr 2016 setzte eine Firma auf dem Wacken Open Air eine Version des Sängers Ronnie James Dio ein: «shot […] in 4K, which is about 17,000 frames» (Grow 2016). Vor dem Hintergrund des boomenden Live-Marktes ist das Ziel der Firma dabei, etwas zu schaffen, «that would focus more on the concert experience, rather than the spectacle» (ebd.) Gemeint ist damit ein visuelles Erlebnis, das mit der Gedächtnisband für Ronnie James Dios Musik, Dio Disclipes, auf Tour gehen kann (vgl.Abb 26).

Die verbesserte Hologramm-Technik wird dabei medial derzeit in einem ähnlichen Konzept rezipiert wie die Rockumentary. Ihr Erfolg beruht ebenfalls auf

3 Im Falle der derzeitigen Hologramme handelt es sich dagegen um einen optischen Bühnentrick namens ‹Pepper's Ghost›. Dieser meint einen Illusionstrick mit Spiegeln.

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

26 Ronnie James Dio als Hologramm in einem YouTube-Mitschnitt einer Show der Dio Disciples in Warschau.

Emotionen. So zitiert der Artikel auch die Witwe des Sängers Dio in Bezug auf das Hologramm: «‹I cried the first time I saw it,› says the singer's widow, Wendy Dio, who oversees his legacy. ‹It was quite, quite scary. Our crew, when they first saw it at rehearsal, they were in tears. It's absolutely amazing›» (ebd.). Auch ist die Existenz und der Einsatz des Hologramms ein Grund für die Plattenfirma ein Boxset des Sängers vorzuverlegen (vgl. ebd.), sicherlich auch im Hinblick darauf, dass der Einsatz des Tupac-Hologramms am Coachella nachweislich dessen Verkaufszahlen beeinflusst hatte (vgl. Harris 2013: 238). Der Medien übergreifende Effekt einer solchen werbeträchtigen visuellen Maßnahme ist dabei dem erfolgreichen Einsatz einer Rockumentary vergleichbar. Sie stellt darüber hinaus selbst durch ihre Möglichkeit zur Dokumentation lebender Künstler in umfangreichem Maße eine Grundlage zur verbesserten Auswertung als Hologramm postum dar. Die Darstellung von Ronnie James Dio basierte auf seiner guten Dokumentation über die Jahrzehnte, die un zu einem zeitlosen Bild zusammengesetzt werden kann: «They used a live recording, isolating Ronnie's vocal track, and collected thousands of photos and videos of the singer to capture a look that wasn't tied to any specific era, though Pezzuti was generally aiming for Dio's late-Eighties look» (ebd.).

Jenseits dieser Parallelen und der direkten Nutzung der Rockumentary in der Technik ist aber relevant, dass ein breiterer Einsatz von Hologrammen als Teil von Performance auch auf die Produktion von Rockumentaries zurückwirken könnte. Die Rockumentary mit Hologrammen stellt damit eine theoretisch endlose Zeitspanne von Live-Performances ohne Qualitätsverlust zur Verfügung. In der erneuten Dokumentation eines Vorgangs, der bereits auf dokumentarischen Bildern

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA

beruht, verschiebt sich damit langfristig die ohnehin artifizi lle, auf Bild- und Tonebene optimierte Präsentation von Livemusik weiter in den Bereich des Fiktionalen und damit in den Bereich der Konzertspielfilme. Dies hängt auch damit zusammen, dass die Performance theoretisch weniger organisch ist und stärker choreografie t werden muss, da sie das Duplikat einer vergangenen Performance darstellt. So erklärt der Gitarrist von Dio, Craig Goldy:

> We've worked hard on the performance. […] There are certain things that we have to get right, like playing to the click track for the beat. The hologram is synced with the audio of his voice from a particular performance, and that performance needs to be duplicated.
> I feel bad for [Schlagzeuger] Simon [Wright] because he needs to listen to the click in his headphones the whole time. And we can't all stand in one place; it needs to look like a performance so we're going to choreograph some of the interaction.
>
> *(Goldy zitiert in Grow 2016)*

Bei der Etablierung von Rockumentaries mit Hologrammen ergeben sich dabei veränderte Parameter der Betrachtung und Abbildung, die heute medienphilosophisch, dokumentartheoretisch aber auch in den Performance Studies noch kaum im Diskurs mitgedacht werden, da der Einsatz von Hologrammen im Dokumentarischen häufi er zur Veranschaulichung naturwissenschaftlicher Verhältnismäßigkeiten dient. Sean Johnston notiert in *Holographic Visions: A History Of New Science* beispielsweise: «There are particular difficulties in seeking answers about holography, relating to human recollections, documentary sources, and the scale of explanation» (Johnston 2006: 3).

Dergestalt dürften die Schwierigkeiten, die aus der Technologisierung und Archivierung von Performance erwachsen, eine Reflexi n im Kontext des Modus Rockumentary nur noch verschärfen. Sie haben aber auch das Potenzial die nächste und möglicherweise letzte Ära der Rockumentary als Dokumentationsmodus von Musik zu evozieren. Wächst das Korpus an Dokumentationsmaterial weiterhin im derzeitigen Umfang an, während gleichzeitig der aktuelle Fokus auf alter Musik und der Digitaltechnik die Performance-Kultur verändert, so ist eine Ära absehbar, die sich jetzt bereits manifestiert. Diese Ära, man könnte sie Recycling Rockumentary-Ära nennen, wird geprägt sein von der Eventkultur, einer totalen Diversifikation und Individualisierung von Musik und von dokumentarischen Arbeitsbedingungen, unter denen jede Form von Inhalt mit jedem Musiker geschaffen werden kann, unabhängig davon, ob dieser lebendig oder tot, oder ob er gar existent oder fiktiv ist. Fragen nach der dokumentarischen wie der kulturellen Authentizität sind in dieser Ära obsolet. Eine Situation, wie sie das lyrische Ich in Bon Jovis *Bed of Roses* im Jahr 1992 noch besingt, würde in dieser Zukunft der Rockumentary, die keine Musiker mehr braucht, endgültig Artefaktcharakter besitzen: «As I dream about movies / They won't make of me when I'm dead».

https://doi.org/10.5771/9783741000850-341 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-SA