

DRAMATURGIEN DER UNSTERBLICHKEIT: WIE MEDIEN UND UNTERHALTUNGSINDUSTRIE ELVIS PRESLEY INSZENIER(T)EN

Wolfgang Rumpf

In einer Wunschsendung bei Radio Bremen (*Grüße und Musik*, täglich von 18-20 Uhr im Oldieformat RB1) bat kürzlich der Bewohner eines Seniorenheims um »Whole Lotta Love« von Led Zeppelin. Einige Wochen später wählte ein Herr mit greiser, brüchiger Stimme »La Paloma Blanca« von der George Baker Selection, um »die besten Wünsche für das aufmerksame Personal im Stift« zu übermitteln. Ist die Popkultur schon im Seniorenheim präsent? Andererseits auch wieder nicht: Auf Wohnmobilen der Luxusklasse, in denen sich rüstige Alt-Hippies ihren On the Road-Traum von Freiheit, Unabhängigkeit und Abenteuer zu bewahren suchen, findet sich gerne der Schriftzug »Forever Young«.

Von Plakatwänden lächeln unablässig ausgesprochen betagte Stars der Soul- und Popszene, die einem Jungbrunnen entstiegen scheinen. Da versucht uns eine ca. 30-jährige sexy Tina Turner (kurz vor ihrem 70. Geburtstag) zu verführen und trägt klischeegetreu wie eh und je ihren viel versprechenden Minirock, mit dem sie schon anno 1972 beim dampfigen »Nutbush City Limits« die Phantasien anregte. Oder das völlig faltenfreie 25-jährige Gesicht von Mireille Mathieu (heute 62) wirbt für das bevorstehende Konzert in der Stadthalle. Keine Furchen um die Augen, kein Fältchen am Mund – De-Aging in der Popkultur.

De-aged und durchaus rüstig auf der einen, seniorentauglich auf der anderen Seite, so ergeht es im Besonderen dem 1977 verstorbenen King of Rock'n'Roll Elvis Presley, der durch seine Medienpräsenz immer noch so wirkt, als sei er nicht schon über 30 Jahre tot. Regelmäßig begegnen wir der Presley-Figur (vorzugsweise der jung gebliebenen) in der Werbung, in Spielfilmen und auf dokumentierenden DVDs. Hit-Compilations und posthume

Remix-Singles erreichen sogar Spitzenpositionen in den Charts. Der in den 1950ern von den Medien noch heftig bekämpfte und als durch »Hüftge-zitter« auffällig gewordene »Verführer« junger Mädchen Beschimpfte wird heute in den bürgerlichen Feuilletons gewürdigt, seine Musik im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf eingesetzt. Schon einige Jahre vor dem gegenwärtig zu beobachtenden Presley-Vermarktungs-Revival stilisierte der Kunsttheoretiker Klaus Theweleit (1994: 220) Presley zum »Hydrakopf einer Kunstbewegung«. Die gesellschafts- und sozialkritischen Utopien vieler US-amerikanischer Studenten, die in Berkeley freie Liebe predigten oder in Haight-Ashbury Kommunen gründeten, waren, so Theweleit, dem »rotierenden Becken von Elvis« entsprungen (ebd.). Presley, so die Lesart posthumer Stilisierungen in Presse und Kulturtheorie, wurde in eine bedeutende Figur der Kulturgeschichte überführt. Diese »Unsterblichkeitsdramaturgie« vollzog sich in drei Stufen, die im Folgenden nachgezeichnet und mit Beispielen illustrierten werden sollen. Zu drei Zeitpunkten – 1958, 1977 und 2007 – werden vollkommen disparate Rezeptionsweisen sichtbar, sind konträre kulturell-gesellschaftliche Signale zu empfangen.

I. Die 1950er Jahre – Verteufelung, Abwehr vs. Vermarktung

In die konservative Welt der späten 1950er bricht Presley zunächst in den USA, danach in Europa mit aller Wucht ein wie eine Figur vom anderen Stern. Er ist Anfang 20, sexy, charmant, ein verführerischer Typ, der angeblich nicht singen kann und dennoch die etablierten, spießig wirkenden Crooner, die das Musikbusiness beherrschen (Frank Sinatra, Bing Crosby, Liberace, Johnny Ray), mit seinem exzessiven Tanzstil plus der Explosivität eines »Jailhouse Rock« mit Augenaufschlag und Hüftschwung lässig und kompromisslos an die Wand spielt. Eine Generation von Teenagern verbindet sich mit ihm, die Erwachsenen lehnen diesen Störenfried der öffentlichen Ordnung und Moral genauso vehement ab. Nach ersten (in den Medien oft dramatisierten) Ausschreitungen und angeblichen Hysterien bei und nach Presley-Auftritten stehen Öffentlichkeit und Medien unter Schock. Elvis wird als Verführer der Jugend verteufelt, die Plattenbranche, der es weniger um Moral als um Profit geht, wittert genau da die Marktlücke: Endlich ein Weißer, der singt wie ein Schwarzer – und der vermarktbar sein könnte.

1956-58 wird Presley von RCA zum Star aufgebaut, während er parallel dazu von der Presse als ungebildet-einfältiger, sexualisierender, Hysterie erzeugender und Gewalt provozierender Verführer der Jugend abqualifiziert

und denunziert wird (vgl. Rumpf 2004). Kein Zweifel besteht indes darüber, dass Presley als erotisierender Vortänzer eines gesellschaftlichen Wandels in Stil, Geschmack und Musik fungiert. Der Slogan der Werbebranche »Sex sells« zieht einerseits, während besorgte Journalisten, Moralisten und Pädagogen radikale Gegenpositionen beziehen und Sitten- und Kulturverfall beklagen. In dieser heißen Gemengelage wird Presley zum Idol. Es wird viel geschrieben, kolportiert und gelästert, in der Boulevardpresse ebenso wie erstaunlicherweise in seriösen Blättern. Das amerikanische Fernsehen, das auf Stars der populären Unterhaltung setzt, zeigt ihn bald nur noch als Brustbild, seine wirkungsvoll und eindeutig sexuell in Szene gesetzten Beckenbewegungen und Hüftschwünge der Live-Shows werden den Fans vorenthalten. Gerade dieses Tabu und die erotische Versprechung, die dahinter steckt, regt die (weiblichen) Schwärmer besonders an, die männlichen Fans begeistern sich auf ihre Weise: Sie kaufen sich Lederjacken, T-Shirts und Pomade, ein Motorrad, um gefährlich, männlich und potent zu wirken wie ihre rebellischen Vorbilder, die bei den sogenannten Halbstarke der westlichen Welt zu dieser Zeit Presley, Marlon Brando oder (in der sensiblen, intellektuellen Variante) James Dean heißen. Rainer Eisfeld bringt die Verknüpfung von Jugend, Pop und Erotik mit dem Lebensgefühl der späten 1950er auf den Punkt, indem er eine typische Zeitungsmeldung zitiert: »Presley singt wie Marilyn Monroe geht« (Eisfeld 1999: 61).

Die öffentliche Verteufelung Presleys ist also Konsens im konservativ ausgerichteten Weltbild der 1950er, auch seriöse, bildungsbürgerliche Medien in Deutschland wie *Spiegel*, *Stern* und *FAZ* schließen sich der aus den USA importierten Meinungsmache an. Dennoch wagt es der *Spiegel* (Anon. 1956) unter der Überschrift »Von Dixieland nach Kinseyland, Rock'n'Roll-Singer Elvis Presley (siehe »Schlager«)« eine erste Titelstory über Presley zu veröffentlichen. Presleys Konterfei auf dem Titelblatt zeigt einen jungen Mann mit schwarzer Haartolle, laszivem Blick und wie zum Kuss geöffneten Lippen. Umrahmt wird der Artikel im Heft von vorweihnachtlichen Werbeanzeigen, die von der deutschen Konsum- und Wohlstandsgesellschaft der 1950er Jahre erzählen: Werbung für Handelsgold-Zigarren, Dujardin-Weinbrand, Whisky, Champagner und Pott 54-Feuerzangenbowle. Im Blatt sind zehn Fotos zu sehen, das aufregendste gleich, zwei Drittel der Seite füllend, zu Beginn: Ein Ganzkörperfoto von Presley singend auf der Bühne, das silberne Shure-Mikrofon mit der rechten Hand samt Stativ zu sich hingezogen, mit gespreizten Beinen auf den Fußspitzen stehend. Ein äußerst dynamisches Foto, das genau das ausstrahlt, wovor sich die Sittenwächter fürchten: Jugend, Kraft, Dynamik, Energie, Erotik, Sex. Im Text wird Presley durchweg mit Negativem belegt:

»Der unfafßbare Erfolg des 21jährigen Elektrikerlehrlings, der weder fehlerfrei Gitarre spielen noch Noten lesen kann und nach eigenem Eingeständnis ein halber Analphabet ist, läßt sich auch an dem für Amerika wichtigstem Standard messen, am Einkommen. Seit Beginn des Jahres verdiente er über eine halbe Million Dollar. Er besitzt 6 Cadillacs [...], einen Mercedes 300, einen Jaguar und das schnellste Motorrad, das für Geld zu kaufen ist. [...] Tatsächlich verstößt Presleys Vortrag, den als Gesang zu bezeichnen viele Musikkritiker sich versagen, gegen die guten Sitten, die sich im Schlagergesang eingebürgert haben. [...] Was die kreischenden und heulenden Teenager [beim Konzert, W.R.] letztlich nur noch wahrnehmen, sind Presleys Zuckungen, die den Eindruck erwecken, er habe einen Presslufthammer verschluckt. [...] Presley, die sextraordinäre Persönlichkeit. [...] Wenn die Einschätzung der amerikanischen Fernsehmanager zutrifft, dann hat die ›männliche Atombombe‹ ihre ›Halbwertszeit‹ erreicht. Elvis Presley [...] ist smart genug, um zu wissen, dass die Massenhysterie, der er seine Karriere verdankt, ebenso schnell abebben kann, wie sie aufgeflackert ist. [...] Presley-Krankheit [...] Presley-Psychose [...] Presley-Fieber« (Anon. 1956, o. Seitenangabe).

Dass sich Presley weniger als Sänger denn als Verführer junger Frauen und Männer (»schier orgiastische Hysterie«) geriere, versucht das Magazin auf polemische Weise zu belegen. In New York habe der Korrespondent einen »Backfischaufstand« am Times Square beobachtet, der von der Randalie von »Tausenden von Halbwüchsigen« begleitet worden sei. Die Fans bezeichnet er als »Fanatiker« und rechnet sie einer »neuen Vereinigung« zu, die sich »der bedingungslosen [! W.R.] Verehrung eines neuen Gottes der Halbwüchsigen« befleißige. Tauche Presley irgendwo auf, so der *Spiegel*, sei nicht nur Hysterie zu diagnostizieren, sondern auch Gewalt im Spiel. Ein »Mob von 10000 Jugendlichen« habe angeblich ein Flugzeug gestürmt, in dem Presley gesessen habe, bei Konzerten seien »Absperrketten« nötig, »zertrümmerte Säle« seien zu beklagen.

Das Fazit des *Spiegel* lautet: Presley verfügt weder über Bildung noch über musikalische Fähigkeiten. Er verführt mittels moralisch verwerflicher Methoden und stiftet zur Gewalt an. Seine Musik setzt Energien frei, die sich in Tumult, Liebeswahn und Hysterie äußern. Sympathien jedweder Art hegt der Artikel keine, stattdessen bestimmen Skepsis, Irritation und generelle Ablehnung den Text. Rock'n'Roll ist kein Schlager, sondern etwas, für das man keine Maßstäbe hat, Rock'n'Roll bleibt eine »fremde, unerlebte Welt« (Rumpf 2004: 52). Eine Erklärung könnte sein: Aufgrund der Denkmatrix damaliger Journalisten, die noch mit Nazi-Propaganda und Krieg aufgewachsen waren, wird eine deutliche Ablehnung des Massenphänomens Rockmusik formuliert, die Vokabel »Massenhysterie« war 1956 durchaus

noch mit der Verführbarkeit und Emotionalisierung der Massen während der Nazi-Diktatur konnotiert, auch die »bedingungslose« Kapitulation (vgl. »bedingungslos« im obigen Zitat) war jüngste Geschichte. In aufklärerischer Manier wurde vor Suggestion, Fanatismus, Hysterie und Gewalt und der Unkontrollierbarkeit von Massen gewarnt. Dass Presley zwei Jahre später als GI auch noch nach Deutschland kommen würde, ahnte niemand.

Als Presley im Oktober 1958 in Bremerhaven eintrifft, beginnt eine zweite, speziell deutsche Presley-Wahrnehmung, die in der mittelhessischen Provinz für Unordnung und vermeintliches Chaos sorgt. GI Presley, der privilegiert in einer Villa in Bad Nauheim lebt und Sportwagen fährt, tritt bald klischeegegetreu als gewissenloser »Verführer« einer 16-jährigen Frankfurterin auf. Dieses Mal ist es der *Stern*, der sich an die Fersen des Stars heftet und eine harmlose Lovestory zwischen Presley und seinem jugendlichen weiblichen Fan so hindreht, dass der Star den Teenager anhimmt – und nicht etwa umgekehrt: Die *Stern*-Interpretation dient dazu, das Bild vom gefährlichen und gewissenlosen Mädchenverführer zu bestätigen. Amerikas »hüftenschwenkender Schlagerwimmerer« (Anon. 1958: 70f.) kann einfach nicht aus seiner Haut.

Der *Stern* berichtet 1959 unter der Überschrift »Schütze Presley hat gekniffen«:

»Monatelang himmelte Elvis Presley die 16jährige Frankfurterin Margrit Bürgin an: Jetzt sagt er: ›War alles nur Reklame.« [...] Als aber Elvis die blonde Margrit sah, lächelte er ihr zu – und ließ sie durch einen Freund um ihre Adresse bitten. Drei Tage später klingelte bei Margrit das Telefon. Das, wovon Millionen Mädchen nur träumen, wurde für sie Wirklichkeit: Elvis bat um ein Rendezvous [sic]. Pünktlich stand einen Tag darauf ein Taxi samt Elvis in maßgeschneiderter Ausgehuniform vor Margits Tür in Frankfurt. Die Fahrt ging nach Bad Nauheim. Elvis stellte Margit seinem Vater vor und ging dann mit ihr ins Kino« (Anon. 1959; ausführlich Rumpf 2004: 54ff.).

Mit süffisantem Unterton beschreibt der *Stern*, dass nicht ein Star und Millionär namens Presley nach Deutschland kommt, sondern ein gemeiner Soldat, von Beruf Kraftfahrer. Dadurch wird seine Person auf einen einfachen, primitiven Lebens- und Bildungshorizont reduziert. Wenn Rebell Presley als gezähmter Soldat und Nicht-Musiker schon nicht für Krawall sorgen kann (weil er nicht auftritt), dann bleiben nur die anderen Attribute, die ihm die Medien zuschreiben: Verführung, Unzucht und Erotik. Folgerichtig »verführt« Presley angeblich einen (minderjährigen) weiblichen Fan, ein vor dem Hintergrund der Moralvorstellungen der 1950er Jahre in Deutschland kein unerhebliches Fehlverhalten. Schnell wird durch eine solche Darstellung eines möglicherweise nur romantischen Flirts eine halbseidene Soap

mit den Elementen Unzucht, Betrug und Gemeinheit. Abschließend diagnostiziert der *Stern* zum Ende der Militärzeit in Deutschland und kurz vor der Rückkehr nach Amerika Presleys Karriereende und überhaupt das Ende des Rock'n'Roll: »Die Modestars sind kaum noch gefragt. Es triumphiert die schöne Stimme. Es triumphieren die zuverlässigen [! W.R.] und großen Sänger – an ihrer Spitze Frank Sinatra« (Anon. 1959: 71).

Intermezzo: Die 1960er Jahre – Talfahrt in der Beat-Ära und Comeback

Nachdem Presley seine Rolle als GI und Deutschland verlassen hat, ist die Presse heilfroh, denn sie hatte ja prognostiziert, Presleys Zeit sei längst vorüber, der Rock'n'Roll Mode von gestern. Und in der Tat »versteckt« sich Presley einige Zeit. Statt auf die Bühne zu gehen, spielt er ab 1960 in einem Dutzend Filmkomödien mit, während Beatmusik aus England den Star der 1950er für fast zehn Jahre vergessen macht: Die neuen Helden, die die Teenagerherzen der nächsten Generation brechen, heißen Mick Jagger oder Paul McCartney. 1968 wird von der Plattenfirma via Fernsehen und neuer Single Presleys Comeback inszeniert, es funktioniert. Presley, ganz in schwarzem Leder und mit Anfang 30 immer noch ein juveniler Typ, hat Erfolg. Die Balladen »In The Ghetto« und »Suspicious Minds« stürmen weltweit die Charts. Presley ist der alte und kultiviert weniger den heißen Rock'n'Roller als den modernen Crooner. Mit diesem Stilwandel modernisiert er sich, lässt die 1950er und die Teenagerkultur hinter sich und entwickelt sich in Richtung Entertainment für Erwachsene, während sich in Woodstock die Jugend der 1960er bei Hendrix und The Who betäubt. 1973 kulminiert die zweite Wiederkehr Presleys im weltweit ausgestrahlten und von Millionen gesehenen TV-Konzert *Aloah from Hawaii*. Danach folgen die Las Vegas-Glamourjahre, die Mutation zum Showstar, zum kitschigen Entertainer im Stil Crosbys und Sinatras – und der Anfang vom Ende.

II. Die 1970er Jahre – Ikonisierung, Dramatisierung, Glorifizierung

1977 schockt das wirkliche Ende des Las Vegas-Entertainers. Die Medien huldigen ihm unisono, die Unterhaltungsbranche legt fleißig Platten nach. Als Presley schwerreich, einsam und drogenabhängig im August 1977 überraschend stirbt, ist er Thema in der Tagesschau. Die Popkultur mit ihren Accessoires und Utopien ist inzwischen Mainstream. Im Radio sorgt anglo-

amerikanische Popmusik für den guten Ton, an den Gymnasien werden längst Beatles-Texte übersetzt, im Musikunterricht *Pictures At An Exhibition* von Emerson, Lake & Palmer analysiert – und ein erstes musikwissenschaftliches Seminar über The Nice soll auch schon stattgefunden haben.

Durch Las Vegas und den Weg ins große Entertainment war Presley seit 1974/75 nicht mehr en vogue. Stattdessen hörte die Mehrzahl der Popfans Fleetwood Mac, Genesis, Queen, schwamm auf der Funk- und Discowelle mit oder schloss sich den Punks an. Das Angebot war unübersehbar, bunt und heterogen, Jugendszenen mit eigenen Musikpräferenzen existierten Dutzende. Der korpulente Herr im Paillettenanzug in den Hallen der Las Vegas-Unterhaltung soll mal ein Rebell gewesen sein, der Kultur und Gesellschaft global durcheinander brachte? Punks und Anverwandte, Reggae- sowie Discofans konnten das 1977 nicht mehr nachvollziehen.

Während der Tod Brian Jones, Jim Morrison oder Jimi Hendrix – klicheegetreu propagierten Slogans wie »Live fast die young« (Faron Young) oder »I hope I die before I get old« (The Who) – in jungen Jahren traf, war Presley 42 Jahre alt und Frank Sinatra und Liberace von Ausstrahlung und Habitus weit näher als Chuck Berry oder Jim Morrison. Die Medien überschlugen sich nach dem 16.8.1977 an Kondolenzbekundungen, sogar US-Präsident Jimmy Carter sagte, man habe mit Elvis ein Stück Amerika verloren. Die Nachrufe in der deutschen und internationalen Presse waren wohlwollend, heroisierend, völlig frei von Despektierlichkeit.

Auch der *Spiegel* lobte den verstorbenen Rock 'n' Roller auf drei Seiten in den Himmel. Als »Archetyp der alten New-Frontier-Mentalität«, der die »tiefgreifendste musikalische Revolution dieses Jahrhunderts« ausgelöst und die »Barrieren zwischen schwarzer und weißer Unterhaltungsmusik« eingerissen habe: »Weder die Beatles noch die Stones wären ohne ihn denkbar« (Anon. 1977: 150f.).

Im *Stern* (36/1977) schreibt Gastautor Udo Lindenberg in gewohnt schnoddrigem Stil über sein Idol: »Elvis Presley hat mich angezündet, und ich dachte: Jetzt ist Erdbeben.«

Presley, so Lindenberg, war viel mehr als Musik: Tanz, Sinnlichkeit, Performance, Show, Verführung: »Mit eingebauten Kugellagern in den Gelenken und dem verträumt-trotzig-verletzbaeren Erosblick hat er sogar den aufrechten Westfälinnen in meiner kleinen Heimatstadt Gronau in die Unterkleider gekuckt.« Lindenberg schließt seine Hommage mit der Bemerkung: »Elvis, du warst Spitze für deine Zeit. Du warst der King. Von mir aus hättest du gerne noch dicker werden und weiterleben können. Schade, daß du tot bist« (Lindenberg 1977: 88).

III. Die 1990er Jahre bis heute – Postmortale Imagekampagnen

Seither läuft die Presley-Vermarktungsmaschine auf Hochtouren. Presley ist heute, ähnlich wie die Beatles, präsenter als je zuvor, eine weltbekannte Persönlichkeit aus dem Showbiz, er gehört zum Grundwissen Popmusik, 90% der Weltbürger kennen ihn.

Regelmäßig werden weiterhin Hit-Kompilationen veröffentlicht, egal ob mit verworfenen Studiotracks oder missratenen Live-Mitschnitten. Zu seinem 25. Todestag (2002) erschien gar die »neue« Single »A Little Less Conversation« und natürlich eine Kompilation seiner größten Hits, die großflächig in Print, Radio und TV promotet wurde. Der holländische DJ JXL hatte »A Little Less Conversation« (eine verschollene Aufnahme von 1968) neu abgemischt und dem aktuellen R&B-Soundverständnis angepasst; die Single platzierte sich prompt auf Platz eins der britischen Charts. Mit diesem achtzehnten Nummer eins-Hit war Presley den Nachrichtenagenturen eine Meldung wert, denn es wurde ein Rekord gebrochen: Mit seiner Platzierung übertrumpfte der US-Amerikaner die einheimischen Beatles, die es in Großbritannien auf nur siebzehn Nummer eins-Hits gebracht hatten – ein später Triumph des Rock'n'Roll über den Beat und zudem ein cleverer Werbeschachzug der Unterhaltungsbranche!

BMG, die damals noch zum Bertelsmann-Konzern gehörende zuständige Firma, nahm den Todestag zum Anlass, 30 Presley-Hits auf den Markt zu bringen und ausgiebig zu bewerben, sodass Elvis im Sommer 2002 von den Plakatwänden hautnah, jung und überlebensgroß herab lächelte: The King of Rock'n'Roll, aber nicht der tragisch, krank und fett verstorbene 120 Kilogramm, sondern sein juveniles Alter Ego: 25 Jahre alt, unbeschädigt, schlank und schön jung.

Alle Zeitungen (FAZ und SZ bis zu hessischen Lokalblättern, die sich auf Spurensuche nach Geschichten um den Ex-GI begaben) würdigten den Star von einst, veröffentlichten Reportagen und Porträts. 3sat brachte einen Programmakzent und wiederholte neun alte Presley-Filme von *Harte Fäuste*, *heiße Liebe* (1961) bis zur Teenager-Komödie *Kurven-Lilly* (1964). Als Dreingabe wurde Horst Königsteins Dokumentarfilm *Elvis – ein amerikanischer Tod* ausgestrahlt.

Fünf Jahre später, 2007, gab es wieder Artikel, Produkte und Dutzende von Sendungen: Jetzt war der 30. Todestag zu begehen, dazu gab es eine in grellem Rot dargebotene DVD (Elvis Presley Productions 2007) mit *#1-Hit-Performances*, TV-Auftritten aus den 1950ern (Ed Sullivan Show 1956, 1957;

Filmausschnitte von 1961 und 1962, Interviews, Pressekonferenzen usw.) – weitere solche Dokumentationen sind, so kündigte Sony/BMG an, in Vorbereitung.

Dass Presley nicht vergessen werden kann und will, dafür sorgen darüber hinaus permanent Spielfilme aus Hollywood, in denen Elvis-Darsteller, Elvis-Zitate oder Elvis-Wettbewerbe vorkommen. Durch die TV-Programme rotieren Filme wie *Elvis* (James Steven Sadwith, 2005), *Ein Elvis kommt selten allein* (orig. *Elvis has left the Building*, Joel Zwick, 2004) mit Kim Basinger oder die Komödie *Honeymoon in Vegas* (Andrew Bergaman, 1992) mit Nicolas Cage und Sarah Jessica Parker, in dem Elvis-Imitatoren mit Fallschirmen über der Stadt abspringen usw. Allerdings: Nur jeweils der junge, agile Elvis überlebt im Chor der Unsterblichen: Als erotischer Rock'n'Roller und als Entertainer des Comeback-Jahres 1968 ganz in schwarzem Leder – auch diese Kluft war eine Reminiszenz an Rock'n'Roll, an Marlon Brando, den Film *The Wild One* und die Motorradgangs der 1950er, welche US-amerikanische Kleinstadtidyllen mit Musik resp. Krach störten.

Auch der frühere US-Präsident Bill Clinton nutzte den Elvis-Unsterblichkeits-Effekt: So profitierte er im Wahlkampf 1992 von Elvis und der Wucht des Rock'n'Roll, als er, abgeschlagen hinter den Konkurrenten George Bush und Ross Perot liegend, in der Fernsehshow von Arsenio Hall sein Saxophon auspackte, die Sonnenbrille aufsetzte und ein vom Publikum umjubeltes »Heartbreak Hotel« anstimmte. Diese Erinnerung an den »King« und das mit ihm verknüpfte Aufbruchs- und Rock'n'Roll-Lebensgefühl brachte ihm Sympathien – und Tausende von Wählerstimmen der (alten) Presley-Generation und heutiger junger Erwachsener, die sich über die rebellische Attitüde Presleys und entsprechende rebellische Musikpräferenzen (Grunge, Hip Hop, Punk usw.) mit Presley (bzw. dem Presley in Clinton) identifizieren konnten. Clintons gesamter Wahlkampf fußte ohnehin auf der dubiosen Versprechung, Jugend und Popkultur seien die Zukunft Amerikas und folgte Neil Youngs Motto »Rock'n'Roll will never die«. Clintons leidenschaftlich vorgetragenes Solo wies ihn sowohl als Kind der Popkultur als auch als patriotischen Amerikaner aus, der Kandidat nutzte geschickt eine Mischung aus ureigener nationaler Popkultur und Nostalgie. Denn niemand in den USA kommt heutzutage an MTV, Woodstock, der Rock'n'Roll Hall of Fame, Bruce Springsteen, Michael Jackson oder The Doors vorbei. Folgerichtig wurde der Song »Don't Stop Thinking About Tomorrow« von Fleetwood Mac (aus dem Millionenseller-Album *Rumours* von 1977) zu Clintons Wahlkampfhymne. Popmusik als Trailer für den Wahlkampf der Demokraten 1992 – so etwas war 1958, als Presley noch ein Rebell mit systemsprengender Kompetenz zu sein schien,

völlig undenkbar. Und: Bill Clinton gewann die Wahl – mit Hilfe des King aus dem Jenseits.

Solange Elvis Presley im Radio »In The Ghetto« singt, solange diese Ballade dutzendfach gecovered wird (Fugees, Paul Young, Busta Rhymes, Ghetto People, Münchner Philharmoniker, Angie Stone, Howard Cependale, Ronan Keating, Nick Cave, Helmut Lotti u.v.a.), solange die Plattenindustrie (ähnlich wie bei den Beatles) in enormer Stückzahl Elvis-Alben absetzt, dreht sich die Spirale in Richtung Unsterblichkeit weiter. Alter(n) in der populären Musik? Dank des Ineinandergreifens von Unterhaltungsindustrie, Medien und dem Bedürfnis der Hörer nach Erinnerung an vergangene Lebensgefühle und Lebensstile, nach opernhafter Tragödie und populärer Legende längst kein Problem mehr.

Eine solche Dramaturgie der Unsterblichkeit lässt sich auch auf andere Künstler übertragen: Auf John Lennon, Kurt Cobain (s. den Film *Last Days* von Gus Van Sant, 2004), Falco, Jim Morrison (s. den Film *The Doors*, 1991, von Oliver Stone mit Val Kilmer und das nachfolgende – gescheiterte – Bandprojekt), Janis Joplin (gespielt von Bette Midler in *The Rose* von Mark Rydell, 1979), Sid Vicious, Michael Hutchence usw.

Verteufelung – Vermarktung – Tragödie – posthume Glorifizierung sind dabei brauchbare Stichworte.

Literatur

- Anon. (1956). »Von Dixieland nach Kinseyland – Rock'n'Roll-Singer Elvis Presley (siehe ›Schlager‹).« In: *Spiegel* 50, ohne Seitenzahl.
- Anon. (1958). »Sechzehn Küsse von Elvis – und Liebeslieder im Taxi.« In: *Stern* 46, S. 70/71.
- Anon. (1959). »Schütze Presley hat gekniffen.« In: *Stern* 9, S.14-16.
- Anon. (1977). »Elvis Presley: Im Tode nah.« In: *Spiegel* 35, S. 150-155.
- Eisfeld, Rainer (1999). *Als Teenager träumten. Die magischen Fünfziger Jahre*. Baden-Baden: Nomos.
- Lindenberg, Udo (1977). »Der Junge, den sie King nannten« In: *Stern* 36, S. 85-88.
- Rumpf, Wolfgang (2004). *Pop-Kritik. Medien und Popkultur. Rock'n'Roll, Beat, Rock, Punk*. Münster: Lit.
- Theweleit, Klaus (1994). *Buch der Könige. Band 2y: Recording Angel's Mysteries*. Basel, Frankfurt/M.: Roter Stern.