

# Unsterbliche Jungträume

Was gibt es Schöneres, als wenn es auf der Bühne brennt und knallt. Keiner beherrscht diesen Firlefanz so gut wie Kiss. Solche Entertainment-Urgewalten ist man gar nicht mehr gewohnt

VON JOACHIM HENTSCHEL

Die Geschichte von der angeblichen Marsmännchen-Invasion in New York City ist der älteste Halloween-Gag überhaupt. Orson Welles' berühmte Radioversion von „Krieg der Welten“, das literarisch gefälschte Katastrophenspiel, 1938 gesendet, lange bevor die Mitglieder der Band Kiss auf der Welt waren. Und die Frage, ob 74 Jahre später irgendein Zuhörer darauf reinfiele, panisch zur Polizei oder zum Beichtstuhl rennte, die traut man sich kaum ernsthaft zu stellen. Kotzt heute denn noch jemand im Kino, wenn auf der Leinwand ein weißer Hai aus Kunststoff oder ein vom Teufel besessenes Kind auftauchen? Pinkeln die Kleinen sich vor Aufregung in die Hose, wenn bei einem Rockkonzert die Flammen bis zur Bühnendecke schlagen, die Musiker wie Zirkusknölche Feuer spucken und an Drähten durch den Saal fliegen?

Verblüffende Antwort: ja. Weil die primitivsten, vorhersehbarsten Überrumpelungsversuche etwas so Körperliches an sich haben, eine krude Unmittelbarkeit und Nicht-Virtualität, die heute völlig verloren erscheinen. Die von der digital verfeinerten Simulation oder vom Plot-Twist im Zweifel nie erreicht werden. Mit Kultursessimismus hat das nichts zu tun, man kann es ausprobieren: Kein Mensch duckt sich vor den federleicht wirkenden Pixeltrümmern, die in neuen CGI-Actionfilmen durch die Gegend fliegen. Wer aber beispielsweise im Frühjahr 2010 in der Erfurter Messehalle miterlebt hat, wie die besagte Gruppe Kiss in Thomas Gottschalks „Wetten, dass ...?“ auftrat, wird sich erinnern. Wie es die Zuschauer in den ersten Reihen völlig aus dem Konzept und fast aus den Sitzen haute, als ihre Augenbrauen – nach den ersten Kugelblitzen und Rauchbomben – plötzlich wirklich zu kokanein anfingen. Man ist so etwas nicht mehr gewohnt.

Auf der Kiss-Homepage kann man einen echten Sarg bestellen

Viele wundern sich, dass es Kiss im Jahr 2012 überhaupt noch gibt, aber wann sie zuletzt von ihnen gehört haben, können sie auch nicht sagen: War es in den Siebzigern? Den Neunzigern? Eine Rockband, die jeder sofort erkennt, obwohl ihre Musik schon lange am breiten Publikum vorbeigeht, das klingt zeitgemäß, bestens gewappnet für den irre Aufmerksamkeitskampf im Internet. Trotzdem sieht und hört man eben sofort, dass Kiss in ein völlig anderes Entertainment-Jahrhundert gehören. Dass sie zu den letzten Überlebenden einer zwar noch nahen, aberrettungslos versunkenen Rock'n'Roll-Epoche zählen, einer goldenen Steinzeit. Pailletten-Lords mit geschminkten Gesichtern, Fledermausflügeln und anderem Gehänge, das nach Disco und Kerkermuseum aussieht. Jungträume von altem Spielzeug.

Angeführt werden sie weiterhin von den zwei Urmitgliedern Gene Simmons, 63, und Paul Stanley, 60, die die Gruppe 1973 in New York gründeten und auf Fotos immer noch die Posen einnehmen, die aussiehen, als wären sie von den Plakaten noch älterer japanischer Godzillafilme geklaut. Ihr zwanzigstes Album, das jetzt erschienen ist, heißt „Monster“, begleitend startet Anfang November im River-Plate-Stadion in Buenos Aires die nächste Welttour mit über hundert Konzerten. Vorher macht die Gruppe eine Zwischenlandung auf dem Kreuzfahrtschiff Norwegian Pearl, wird dort für die Teilnehmer der offiziellen „Kiss Kruise“ spielen und sich mit jedem fotografieren lassen (weil das im Kajütenpreis inbegriffen ist). Zusätzlich hat die Kiss-Zentrale noch einen Bildband herausgebracht, 20 Kilo schwer, knapp einen Meter hoch, höher als Helmut Newtons „Summer“-Buch also. Über 4000 Dollar teuer.



Gene Simmons am 29. September in Mexiko-Stadt.

FOTO: MARCO UGARTE/AP

Dass Kiss so vollkommen besessen zu sein scheinen vom Monströsen, von messbarer Größe und – man darf das durchaus schmierig verstehen – von Länge, auch das wirkt im ersten Moment wie eine potenzromantische Schrulle aus der alten Zeit des Brusthaar-Rock, vor Punk, vor Aids. Man kann es auch als simple, effektive, leicht sexualisierte Anwendung turbokapitalistischer Prinzipien verstehen. Wachstum und Markenpflege, Diversifizierung.

Der Geschäftssinn der Gruppe ist schon seit frühen Tagen notorisch, in den Superstarzeiten symbolisiert durch den spürsigen Manager Bill Aucoin, seit den Achtzigerjahren durch Bassist Gene Simmons – echter Name Chaim Weitz, in Israel geborener Sohn einer ungarischen Holocaustüberlebenden, der sich als Kind nach der Ankunft in New York selbst Englisch beibringen musste. Heute hat er unter ande-

rem eine eigene TV-Realityshow, wirbt für Finanzprodukte und unterstützt Präsidentschaftskandidat Mitt Romney. Das Prinzip, den Fans maximale Nähe zu suggerieren und sie dann mit entsprechendem Luxus-Merchandise durchs Leben zu begleiten, entdeckten Kiss schneller als die meisten anderen Musiker: Sie tourten durch die US-Provinz, unterstützten College-Footballteams, verkauften dann teure Deluxe-Konzerttickets mit Sonderleistungen und ihr eigenes Comic-Heft, in dessen rote Druckfarbe angeblich Blut der Bandmitglieder gemischt worden war. Dass so streng für die Zielgruppe gearbeitet wurde, half am Ende auch durch die Zeit, in der die richtig große Öffentlichkeit mit Schock und Knall nicht mehr zu kriegen war. Auf der Kiss-Homepage kann man sogar einen echten Sarg bestellen, er ist billiger als das Buch.

Größter strategischer Trumpf bleiben freilich die Masken, die die Gruppe zwar in den Achtzigern mit großer Geste fallenließ, aber bald wieder anlegte, gut beraten. Einer Rockband ohne Menschengesichter sieht man das Altern nicht an, auch nicht die personelle Fluktuation. Welche Musiker heute unter dem Alien-Make-up des Gitarristen und dem Katzenkopf des Schlagzeugers stecken, wissen nur Insider, die gut mitgeschrieben haben. Eben hat sogar Co-Chef Paul Stanley angekündigt, demnächst seine Maske gesundheitsbedingt an einen Nachfolger abzugeben. Kiss könnten auf Dauer zu einem Franchise-Modell werden, einer Art Traditionsverein. Was der Maxime der Publikumsbindung zwar widerspricht, die Band aber genau so unsterblich und unbesiegbar machen würde, wie ihre Erfinder es sicher gerne hätten.

Die haben sich all die Jahre – dem Schauspieler Till Schweiger nicht unähnlich – nur darüber geärgert, dass sie trotz 100 Millionen verkaufter Platten und voller japanischer Stadien von den Kritikern ignoriert wurden, denen meistens sogar die Mühe zu schade war, Kiss für ihre sexbesessenen Songtexte oder ihre gesamte, allzu große Offensichtlichkeit zu schelten. Wirklich empfehlen kann man das neue Album aber auch nicht: Wenn man die Hitze an den Augenbrauen nicht spürt, ist „Monster“ unendlich formelhafter Bumsrock, ein ideales Produkt, um Fans und Abonnenten nicht zu sehr ins Grübeln zu bringen.

Wer dennoch verstehen will, was nun eigentlich den schwelenden Reiz dieser Band ausmacht, warum der Wanderzirkus mit seinem Feuerfirlefanz noch funktioniert, warum ausgerechnet die verschmähten Kiss von so verblüffend vielen großen Musikern (von Kurt Cobain über Daft Punk bis Rammstein) als Inspiration genannt und in den Siebzigern ein paar Jahre lang für die wahren, herabgestiegenen Aliens aus dem Orson-Welles-Hörspiel gehalten wurden – der muss zum letzten Objekt aus der momentanen Veröffentlichungsschwemme greifen: zu „Destroyer (Resurrected)“, einer klangtechnisch leicht aktualisierten Neuauflage des 1976 veröffentlichten, damals vierten Albums, und das hört sich in der Tat wie ein vertontes Comic-Heft an.

Die Erlösungshoffnung, die der Rock'n'Roll in Provinzjugendlichen pflanzt

Also wie genau das, was man sich von einer wie Kiss konzipierten Spielzeug- und Schamanen-Band im besten Fall erhoffen würde. Genug Zosch und Peng, aber auch die Spannung und das Melodram, ohne die keine Superheldengeschichte komplett wäre. Zur „Destroyer“-Zeit waren Simmons, Stanley und die damaligen Freunde noch hungrig genug, natürlich nicht kunstbeflissen, aber hörbar angetrieben von der Suche nach der kleinen, bündigen Erzählung. Nach Storys für Kids, die zwar oft genug in grobe sexuelle Metaphern mündeten, manchmal aber auch in sagenhafte Songs wie „Detroit Rock City“, die so viel über die Ungeduld und Erlösungshoffnung sagen, die der Rock'n'Roll in Provinzjugendlichen pflanzt.

„Kiss sind so amerikanisch wie Apfelküchen, Robin Hood oder jede andere tausend Jahre alte Sage“, hat der Musiker und Rock-Impresario Kim Fowley in den Siebzigern reichlich rätselhaft gesagt. „Sie produzieren Mythologie für Teenager.“ Ein bisschen was davon spürt man eben heute noch, sobald die Rauchbombe zündet: Seit fast 40 Jahren lehren Kiss ihre Fans, nachts das Fenster aufzulassen – und jedes Wesen herzlich anzunehmen, das hereingeflogen kommt. Seien es Superman, der kleine Vampir, der schwarze Mann, die Marasmenschen. Oder Peter Pan, der einen zum ewigen Kind macht.