

# DIE BLOG-BAND ARCTIC MONKEYS ALS PROTOYP DER NEUEN ART, MUSIK ZU MACHEN

von Christian Spließ („Prospero“)

Momentan ist der Begriff des Web 2.0 in aller Munde. Damit wird ein Internet beschrieben, das den Fokus nicht mehr so sehr auf die Anwendung selbst legt, sondern sich auf den Benutzer zubewegt. Freundlicher, netter, problemloser und vor allem kommunikativer soll das Internet werden. Und während die statischen Homepages allmählich mehr und mehr von Blogs, Wikis und Content Management-Systemen abgelöst werden, ist auch der Umgang mit Musik im Umbruch begriffen. Bekanntestes Beispiel dafür:



A  
R  
C  
T  
I  
C  
  
M  
O  
N  
K  
E  
Y  
S

Sie bekamen den Brit Award als „beste neue britische Band 2006“:  
Gesang / Gitarre: *Alex Turner* / Gitarre: *Jamie Cook* / Schlagzeug: *Matt Helders* / Bass: *Nick O'Malley* – gegründet 2002 (bis Juni 2006 mit *Andy Nicholson* am Bass)

*Cos, after all what is it if not an adventure? Like getting on a bus to the other end of town and your not really sure where it goes but you get on anyway.* Reverend Jon Rarsclart  
(<http://www.arcticmonkeys.com/who.htm>)

Im Allgemeinen hört sich die Erfolgsgeschichte einer Band ungefähr wie folgt an:  
Die Band spielt eine Demokassette oder eine Demo-CD ein, geht damit bei den Plattenfirmen hausieren, und früher oder später – wenn sie gut ist – bekommt sie einen Plattenvertrag, steht in den Charts und ist fortan zumindest einem breiteren Kreis bekannt als sagen wir mal einer Handvoll von Freunden.  
Zumindest die Demo-CD haben die ARCTIC MONKEYS mit dem üblichen Weg gemein, doch von da ab ist die Geschichte eine ganz andere.

Auch eine, die letztendlich zum Erfolg geführt hat, aber an diesem Erfolg haben Blogs und damit vor allem die Fans einen Menge Anteil.

Wie jede Band, die heutzutage etwas auf sich hält, stellten die ARCTIC MONKEYS auf ihrer Homepage ([www.arcticmonkeys.com](http://www.arcticmonkeys.com)) die ersten Songs vor. Dies waren, wenn man dem Internet Archive Glauben schenken mag<sup>13</sup> „*A certain romance*“ und „*I bet that you look good on the dancefloor*“<sup>14</sup>.

Zudem nahm die Band alle drei, vier Monate eine Demo-CD auf, die bei den Konzerten verteilt wurde, und die Band gab im Mai 2005 eine eigenproduzierte, streng limitierte Single heraus: „*Five Minutes with the Arctic Monkeys*“. Die Demo-CDs allerdings gab die Band kostenlos an die Fans ab.

Mark „The Sheriff“ Bull brachte dann den Stein ins Rollen: Er stellte die Songs in sein Blog. Wären die ARCTIC MONKEYS nicht die ARCTIC MONKEYS, hätte Bull mit ernststen Konsequenzen rechnen müssen. Jede andere Band hätte ein Heer von Anwälten in Bewegung gesetzt, die dafür gesorgt hätten, dass die Tracks schnell wieder vom Blog verschwinden. Und das wäre dann das Ende der Geschichte gewesen – doch die Arctic Monkeys sind im Umgang mit ihren Fans ähnlich wie GRATEFUL DEAD, DIE ÄRZTE und andere Bands, die Konzertmitschnitte erlaubten oder erlauben, solange diese nicht verkauft wurden oder kommerzielle Ziele damit verfolgt wurden. (<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/17/17371/1.html>)

Die Band tolerierte die Verbreitung der Songs im Internet.

Zwar sind auf der offiziellen Webseite inzwischen die Demosongs verschwunden, doch auf der Fanseite Mardy Bum (<http://www.mardy-bum.com/>) finden sich alle offiziellen Demosongs und können von dort heruntergeladen werden.

Blogs sind heute das, was früher der gute Bekanntenkreis war: Wenn jemand einem in einem Blog, welches man gut findet, etwas empfiehlt, dann klickt man auf den Link, hört oder liest das Verlinkte und gibt es, wenn man es ebenfalls mag, an andere weiter. Gepaart mit der Musik der MONKEYS, welche genau den Geschmack der aktiven Blogger trifft (diese weisen eine „hohe formale Bildung; um die 30 Jahre alt; oft noch in einer schulischen oder studentischen Ausbildung“ laut der Umfrage „Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005“ (<http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/356>) auf), ist das Phänomen durchaus nachvollziehbar.

Hier hat sich eine Band gefunden, die die Mechanismen des Internet verstanden hat und für sich nutzt und eine webaffine Zuhörerschaft gewonnen, die dazu beitrug, dass die Konzerte der MONKEYS schon vor dem Erscheinen des Debut-Albums stets gut gefüllt waren. Hier hat sich sozusagen der User, der Blogleser, seine Band ausgesucht und diese an die Spitze der Charts gebracht:

Die MONKEYS halten zur Zeit den Titel des am schnellsten verkauften Debut-Albums aller Zeiten in den UK.

Des am schnellsten verkauften Albums?

Wo man doch alle Demosongs kostenlos herunterladen kann?

Ist das Argument gegen die Bereitstellung von kostenlosen Musiktracks nicht immer das, dass diese den Verkauf der Alben schmälern würden?

Dieses Argument darf man damit getrost auf die hinteren Plätze verweisen, denn solche Download-Angebote funktionieren dann, wenn das kommerziell angebotene Gegenstück ei-

---

<sup>13</sup> <http://web.archive.org/web/20050305225324/www.jamesheriff.pwp.blueyonder.co.uk/arcticmonkeys/music.htm>

<sup>14</sup> Laut Wikipedia ist letztere die erste Single der A.M gewesen. Die zweite war dann „*When the sun goes down*“ im Januar 2006.

nen Mehrwert fürs Publikum bietet. Beim Debut-Album der MONKEYS wäre dieser Zusatznutzen die verbesserte Qualität der Songs.

*„It's about word of mouth. My readers have large social circles of friends whom they never see face to face. Books like Sisters of Ya Ya Sisterhood became a success because one friend went to another friend and handed her a copy of the book, saying, 'You must read this, it changed my life.' „ Cory Doctorow*

([http://www.boingboing.net/2005/03/03/wordofmouth\\_is\\_why\\_a.html](http://www.boingboing.net/2005/03/03/wordofmouth_is_why_a.html))

Was Cory Doctorow in Bezug auf Bücher sagt, kann man beliebig auf andere Medien übertragen. Diese Social Circles Of Friends haben den Erfolg der ARCTIC MONKEYS ermöglicht, und die Band hat kein Problem damit, dass ihre Werke im Internet kursieren. Communities wie Myspace (<http://www.myspace.com>) leben ja auch gerade von diesem neuen Verständnis des Publikums. Und es dürfte einen nicht verwundern, dass die Band auch dort eine Homepage besitzt. (<http://www.myspace.com/arcticmonkeys>)



Die interessante Frage ist natürlich, nach der obligatorischen, ob das zweite Album der MONKEYS dem ersten ebenbürtig sein wird:

Kann dieser Erfolg wiederholt werden?

Treten Blogs, die MySpace-Nutzer oder die Lifejournalschreiber jetzt an die Stelle der Plattenfirmen?

Noch kann auf diese Frage keine definitive Antwort gegeben werden.

Ein Patentrezept für einen Erfolg kann es und wird es wohl nie geben.

Allerdings werden die MONKEYS als Vorzeigemodell für etliche weitere Band dienen.

© Christian Spließ (*Prospero*)