Allerneueste deutsche Welle

Pop HipHop ist die gegenwärtig erfolgreichste Jugendkultur des Landes. Niemand trifft das Lebensgefühl der Generation Selfie besser als die Rapper, die vor Kurzem noch die Schmuddelkinder der Nation waren.

Sänger Cro in Straubing

So viele Mädchen. Es ist Donnerstagabend im bayerischen Straubing, und auf dem Konzertgelände am Rand der Innenstadt sieht es aus, als bestünde dieser Ort nur aus Mädchen. Es sind mehrere Tausend, sie tragen T-Shirts, die einen stilisierten Panda zeigen, und eigenartige schwarz-weiße Masken, manche haben Stoffbären dabei.

Sie warten auf Cro, den gerade erfolgreichsten deutschen Rapper. Im Juni ist sein Album „Melodie“ erschienen, es war in Deutschland, der Schweiz und Österreich auf Platz eins der Charts. Sein Markenzeichen ist eine Pandabärenmaske, die er fast immer trägt – auf der Bühne und im echten Leben.

Cro sieht aus wie eine Zeichentrickfigur mit der Maske über dem Gesicht, den dünnen Beinen, die in engen Hipsterhosen stecken, dem schmalen Oberkörper im weiten T-Shirt und den langen Armen. Lustig und irgendwie süß. Der Rapper hat einen Bodyguard, der vor allem dazu da ist, ihn zu warnen, wenn ein Fotograf in einem Moment auftaucht, wo er die Maske nicht trägt. Und Fotograf ist heute fast jeder, ein Handy genügt. Dann hält Cro sich ein Handtuch vors Gesicht.

Das Konzert ist seit Wochen ausverkauft, es findet in einem großen Festzelt statt, auf das den ganzen Tag die Sonne geschienen hat. Kaum hat Cro die Bühne betreten, läuft ihm schon der Schweiß unter der Maske hervor. Ordner schütten Wasser über die Mädchen. Die singen jedes Lied mit.

Es ist etwas passiert in Deutschland. Wer pubertierende Kinder hat, weiß es: Kein Genre im deutschen Pop boomt gerade so wie HipHop. Falls es dafür eines Beweises bedürfte, dieser Abend wäre einer. Wenn diese Musik in Straubing funktioniert, südöstlich von Regensburg, 45 000 Einwohner, dann funktioniert sie überall in Deutschland.

Zehn Nummer-eins-Alben aus dem deutschsprachigen HipHop gab es 2013 in den hiesigen Charts, in diesem Jahr sind es bereits sechs. HipHop boomt, und ein Ende ist nicht abzusehen. Ausgerechnet diese Musik, um die es Mitte der Neunziger noch großen Streit gab, weil es unklar schien, ob sich auf Deutsch überhaupt rappen lässt, und die dann lange als Unterschichtsvergnügen verschrien war, ist zur größten deutschen Jugendkultur geworden.

Mit allem, was dazugehört. Einem Starsystem, das für die verschiedensten Männermodelle Platz hat. Von einem Spaßvogel wie Cro und einem Emo-Poeten wie Casper bis zum Ex-Porno-Rapper Prinz Pi. Von dem mittlerweile verfeindeten Gangsta-Rap-Freundespaar Bushido und Kay One über den Anarcho-Rapper Favorite bis zu den Frankfurter Quasselköpfen Celo & Abdi und dem Offenbacher Getto-Dichter Haftbefehl.

Und sie haben die Hits. Da gibt es „Kids (2 Finger an den Kopf)“ des Berliners Marteria, einen Song über die Langeweile, die das Leben junger Erwachsener ergreifen kann, wenn die Kumpels auf einmal keine Zeit zum Kiffen mehr haben. Es gibt Cros „Meine Gang (Bang Bang)“ und „Bad Chick“ – das erste ein sommerleichtes Lied auf die Freundschaft, das zweite eines auf ein Mädchen, das seinen eigenen Willen hat. Der Düsseldorfer Angeber-Rapper Farid Bang glänzt in „Lutsch“ mit Zeilen wie „Du siehst meinen Rücken und hältst mich für ’nen V-Mann“.

Dann ist da noch Kollegah, ebenfalls aus Düsseldorf. Vor Jahren galt er als bodybuildinggestählter Erfinder des sogenannten Zuhälter-Rap. Mittlerweile handeln seine Stücke nur noch von ihm selbst, tragen Titel wie „Alpha“, „King“ oder „Du bist Boss“ und drehen sich im Wesentlichen darum, dass Kollegah der Größte ist. Schönste Zeile: „Alte Homies bitten mich, ihnen anstandshalber Geld zu leihen / Doch alles, was ich pumpe, sind die Langhanteln aus Elfenbein.“ Sein bestes Lied hat er bloß als Internetvideo veröffentlicht. Die großartig-bekloppte 16-Jährigen-Hymne „Von Salat schrumpft der Bizeps“ dürfte ein Klassiker des Karnevalliedguts werden, ein Wiesn-Hit.

Video:
So klingt deutscher HipHop
spiegel.de/app312014HipHop
oder in der App DER SPIEGEL

HipHop ist die neue Volksmusik, man traut es sich kaum hinzuschreiben. Was ist da passiert?

„Die Künstler sind immer besser geworden“, sagt Elvir Omerbegović, 35, Musikmanager mit dem schönen Titel „President of Rap“ beim Branchenführer Universal. „Und wir haben gelernt, das Internet zu nutzen.“

Omerbegović ist Kind jugoslawischer Einwanderer und ein ehemaliger Basketballer aus Düsseldorf, wo er auch lebt. Er hat „Selfmade“ auf das rechte Handgelenk tätowiert, was der Name der Plattenfirma ist, die er groß gemacht hat, unter anderem mit Kollegah, und die nun einen profitablen Deal mit Universal hat. Zum Spaß rast Omerbegović am Wochenende mit seinem Renn-Porsche über Formel-1-Strecken.

Selfmade Records sitzen in einem unspektakulären Büro in der Düsseldorfer Innenstadt, nah am Rhein, hier könnte auch eine Versicherung residieren oder eine Importfirma für Toaster. Nur die Goldenen Schallplatten an der Wand erinnern daran, dass hier Hits gemacht werden.

„Im Internet fressen nicht die Großen die Kleinen, sondern die Schnellen die

FOTO: SLAVICA / DER SPIEGEL

Rapper Kollegah, Marteria: Platz für alle deutschen Männlichkeitsmodelle

Langsamen“, sagt Omerbegović und skizziert, wie seine Firma die Künstler zu Stars macht. Selfmade arbeitet mit dem Streamingdienst Spotify zusammen, viele der jungen Hörer nutzen ihn. Es gibt immer noch das Radio und die Liveauftritte der Künstler. Und, am wichtigsten, die sozialen Netzwerke. Selfmade hat einen eigenen YouTube-Kanal mit 750 000 Abonnenten und rund drei Millionen Likes bei Facebook, wenn man die Label- und die Künstlerseiten zusammenzählt.

„Wir erzählen Geschichten“, sagt Omerbegović.

Kollegah etwa hat fast ein Jahr vor der Veröffentlichung seines neuesten Albums angefangen, seine Fans darauf vorzubereiten. Er hat täglich Filme bei YouTube eingestellt, sein Leben über Monate dokumentiert, als Reality-Comedy-Show. Als „King“ dann erschien, reichten schon die Vorbestellungen für die Nummer eins. Was früher die „Promophase“ war, die Phase für die Werbung, ist heute Teil der Show.

„HipHop zu machen ist egolastig, rau und anstrengend“, sagt Omerbegović. „Und du kannst es nicht faken. Das merkt ein Fan sofort.“

Ein interessanter Gedanke. Tatsächlich ist die Grundgeste dieser Musik ja: Nimm mich wahr! Schau mich an! So war es vom ersten Augenblick an, als ein paar schwarze Kids im New York der Siebziger die Beats alter Schallplatten neu zusammenmixten und dazu rappten. Ich bin schwarz, ich habe keine Arbeit, und ich habe kein Geld. Aber ich bin da, es gibt mich! Ihr könnt nicht so tun, als würdet ihr mich nicht sehen!

So fing es an.

HipHop war damals die erste postindustrielle Musik. Die Rapper kamen nicht mehr aus einer rebellischen Arbeiterklasse, so wie die Rock-’n’-Roll-Bands. HipHop war der Sound der innerstädtischen Minderheiten, die vom neuen Dienstleistungskapitalismus nicht mehr gebraucht wurden, die sich abgekoppelt fühlten von der gesellschaftlichen Entwicklung.

Und jetzt, rund 40 Jahre später, in einer ganz anderen Ecke der Welt, taugt ausgerechnet diese Geste wie keine andere für die Bedürfnisse der Generation Selfie und die Mechanismen der neuen Aufmerksamkeitsökonomie. Für Jugendliche, die mit den sozialen Netzwerken aufwachsen und einen beträchtlichen Teil ihres Tages damit zubringen, ihr Leben in die virtuellen Welten von Twitter, Instagram und Facebook einzuspeisen, gibt es keine Parole, die so attraktiv wäre wie: Nimm mich wahr!

Wer damit zu spielen weiß, hat gewonnen.

Auch Cro oder Carlo Waibel, wie der 24-Jährige mit bürgerlichem Namen heißt, ist auf einem ungewöhnlichen Weg zum Rap-Star geworden. Zunächst verschenkte seine Plattenfirma seinen ersten Hit „Easy“. „Easy“, eine lustige Variante des Welthits „Sunny“, wurde einer der größten deutschen Pop-Erfolge der vergangenen Jahre – das Video auf YouTube hat mittlerweile über 40 Millionen Klicks, eine irre Zahl, in dieser Größenordnung bewegen sich sonst die US-Superstars, und die bespielen die Welt, nicht nur den deutschsprachigen Raum.

Waibel entwarf T-Shirts, bevor er zum Rap-Star wurde. Das macht er auch immer noch.

Die sozialen Netzwerke bespielt er mit Geschick: Auf dem Höhepunkt des Konzerts hält er die Musik an und lässt sich mit dem Publikum fotografieren. Das Bild stellt er nach dem Konzert auf seine Facebook-Seite. Kurze Zeit später hat es über 7000 Likes, fast doppelt so viele wie Besucher, die in Straubing da waren.

Es ist gar nicht so einfach, sich mit Cro zu unterhalten. Vor allem, wenn ein Klavier in der Nähe ist. In dem Theater beim Konzertgelände, wo er und seine Band untergebracht sind, steht ein Flügel. Er setzt sich an die Tasten und spielt vor sich hin. Im Gespräch daddelt er dann auf seinem Telefon herum. Einmal wird er munter: bei der Frage, wie er seine Hits schreibt.

Erst komme die Musik, dann der Beat, dann die Gesangsmelodie. Dann die Wörter. „Es gibt vier Themen, und die erzählt man jedes Mal: Mädchen, Geld, Alltag und Spaß.“

Mehr nicht? Keine Politik, kein Protest?

„Das interessiert die Menschen nicht. Ich schreibe über einfache Sachen. Alle Trottel, die versuchen, etwas Komplexes im Pop zu machen, fallen auf die Schnauze.“

„Raop“ hat Cro seinen Stil einmal genannt, eine Mischung aus Rap und Pop. Tatsächlich gibt es wenige, die mit ähnlich leichter Hand Bilder für die Alltagsdramen deutscher Teenager zeichnet.

Dafür hat Cro einigen Spott anderer Rapper einstecken müssen – doch dass nicht mehr nur über dicke Autos und willige Frauen gerappt wird, dürfte eher ein kultureller Fortschritt als ein Rückschritt sein.

HipHop in Deutschland hat eine eigentümliche Geschichte. In den Achtzigern war er vor allem die Musik der migrantischen Unterschichten und die letzte Besatzermusik – dort, wo die amerikanische Armee ihre Basen hatte, entstanden die ersten Szenen. Zum ersten Mal in die Charts kam HipHop allerdings als Mainstream-Popmusik, die Fantastischen Vier waren es, die deutschsprachigen Rap Anfang der Neunziger massenkompatibel machten.

Natürlich gab es auch in den Neunzigern Migrantenkids, die rappten: Die großen Plattenfirmen wollten aber nichts von ihnen wissen und nahmen lieber deutschstämmige Abiturienten unter Vertrag. Ganz ähnlich wie im Fußball spiegelt sich

auch im HipHop die schwierige Geschichte der Integration in Deutschland. Erst wurden die Migrantenkinder ignoriert. Als sie schließlich nicht mehr zu überhören waren, wurden sie zu Schmuddelkindern abgestempelt. Anfang der Nullerjahre war das, als der Bürgerkinder-HipHop vom lauten Berliner Gangsta-Rap an die Seite gedrückt wurde.

Interessanterweise sind es dann aber die Migrantenkinder, die dieser Musik ihre gefestigte deutsche Identität geben. Sie machen Schluss mit dem Gefühl ängstlicher Unterlegenheit, das viele Bürgerkinder gegenüber den amerikanischen Vorbildern haben – auch, weil sie oft nicht gut genug Englisch können, um die US-Rapper zu verstehen. Die Straßen-Rapper wollen über das Leben und die Träume in den deutschen Städten erzählen. Dass heute ein Exdrogendealer wie Haftbefehl ein Stück mit Cro macht, wäre vor einigen Jahren noch undenkbar gewesen. Aber HipHop ist am Ende eine Kultur, in der Erfolg die härteste Währung ist. So finden Söhne der Mittelschicht und der Unterschicht zusammen. In den Charts.

Die langsame, aber sichere Eindeutschung des HipHop hat dabei fast surreale Nebeneffekte. Die Songs von Prinz Pi etwa haben längst mehr mit deutscher Liedermacherei der Siebzigerjahre zu tun als mit Snoop Dogg, einem der amerikanischen HipHop-Gründerhelden. Der Berliner Sido kommt daher wie ein Wiedergänger von Harald Juhnke. Ein paar der neuen HipHop-Stars klingen also, als gäbe es im Unterhaltungsgeschäft nationale Archetypen – zusammengenommen bildet sich dann aber ein neues Deutschland ab, das mit dem Deutschrock-Elend vergangener Jahrzehnte nichts mehr zu tun hat.

Marten Laciny alias Marteria, 31, war einmal Fußballer. Ein ziemlich guter sogar, er war Kapitän der Jugendmannschaften von Hansa Rostock, spielte in der Jugendnationalmannschaft. Dann modelte er eine Weile, lebte in New York und fing an, Musik zu machen. Sein letztes Album, „Zum Glück in die Zukunft II“, kam im Februar auf Platz eins der deutschen Charts.

Die heutige Stärke von HipHop in Deutschland, sagt Laciny, sei Ergebnis seiner alten Schwäche. Wer sich immer in eine Ecke gestellt fühle, entwickle irgendwann ein trotziges Selbstbewusstsein. Und in einer Gesellschaft, die immer besser vernetzt sei, in der aber genau deshalb viele aus Angst vor einem Shitstorm die eigene Meinung zurückhielten – da seien Rapper die idealen Popstars. Die, die sich nichts gefallen lassen. Die, die sagen, was sie denken.

Die, die den Streit zum Sport gemacht haben. Superhelden. Tobias Rapp

FOTOS: JUSTIN BRAUN (L.); PAUL RIPKE / SONY MUSIC (R.)

SPIEGEL BESTSELLER

Im Auftrag des SPIEGEL wöchentlich ermittelt vom Fachmagazin *buchreport*; nähere Informationen und Auswahlkriterien finden Sie online unter: **www.spiegel.de/bestseller**

Belletristik

1 (1) **Kerstin Gier**
Silber – Das zweite Buch der Träume
Fischer JB; 19,99 Euro

2 (–) **Diana Gabaldon**
Ein Schatten von Verrat und Liebe
Blanvalet; 24,99 Euro
Im achten Teil der Highland-Saga steht die entscheidende Schlacht des amerikanischen Unabhängigkeitskrieges bevor

3 (2) **Jan Weiler**
Das Pubertier
Kindler; 12 Euro

4 (3) **Donna Tartt**
Der Distelfink
Goldmann; 24,99 Euro

5 (5) **Kerstin Gier**
Silber – Das erste Buch der Träume
Fischer JB; 18,99 Euro

6 (6) **Marc Elsberg**
ZERO – Sie wissen, was du tust
Blanvalet; 19,99 Euro

7 (9) **Jonas Jonasson**
Die Analphabetin, die rechnen konnte
Carl's Books; 19,99 Euro

8 (4) **Donna Leon**
Das goldene Ei
Diogenes; 22,90 Euro

9 (7) **John Williams**
Stoner
dtv; 19,90 Euro

10 (10) **Hanns-Josef Ortheil**
Die Berlinreise
Luchterhand; 16,99 Euro

11 (8) **Frank Schätzing**
Breaking News
Kiepenheuer & Witsch; 26,99 Euro

12 (11) **Graeme Simsion**
Das Rosie-Projekt
Fischer Krüger; 18,99 Euro

13 (13) **Veronica Roth**
Die Bestimmung – Letzte Entscheidung
cbt; 17,99 Euro

14 (12) **Simon Beckett**
Der Hof
Wunderlich; 19,95 Euro

15 (14) **Timur Vermes**
Er ist wieder da
Eichborn; 19,33 Euro

16 (15) **Ildikó von Kürthy**
Sternschanze
Wunderlich; 17,95 Euro

17 (16) **Horst Evers**
Vom Mentalen her quasi Weltmeister
Rowohlt Berlin; 18,95 Euro

18 (–) **David Safier**
28 Tage lang
Kindler; 16,95 Euro

19 (17) **Martin Walker**
Reiner Wein
Diogenes; 22,90 Euro

20 (18) **Romain Puértolas**
Die unglaubliche Reise des Fakirs, der in einem Ikea-Schrank feststeckte
S. Fischer; 16,99 Euro

Sachbuch

1 (1) **Wilhelm Schmid**
Gelassenheit – Was wir gewinnen, wenn wir älter werden
Insel; 8 Euro

2 (3) **Susanne Fröhlich / Constanze Kleis**
Diese schrecklich schönen Jahre
Gräfe und Unzer; 17,99 Euro

3 (2) **Roger Willemsen**
Das Hohe Haus
S. Fischer; 19,99 Euro

4 (5) **Volker Weidermann** **Ostende – 1936, Sommer der Freundschaft**
Kiepenheuer & Witsch; 17,99 Euro

5 (4) **Matthias Weik / Marc Friedrich**
Der Crash ist die Lösung
Eichborn; 19,99 Euro

6 (6) **Frank Schirrmacher**
Ego – Das Spiel des Lebens
Blessing; 19,99 Euro

7 (10) **Dieter Hildebrandt**
Letzte Zugabe
Blessing; 19,99 Euro

8 (9) **Guido Maria Kretschmer**
Anziehungskraft
Edel Books; 17,95 Euro

9 (7) **Christian Wulff**
Ganz oben Ganz unten
C.H. Beck; 19,95 Euro

10 (8) **Christopher Clark**
Die Schlafwandler
DVA; 39,99 Euro

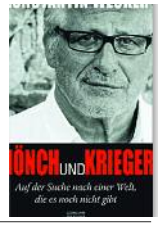
11 (12) **Peter Hahne**
Rettet das Zigeuner-Schnitzel!
Quadriga; 10 Euro

12 (14) **Florian Illies**
1913 – Der Sommer des Jahrhunderts
S. Fischer; 19,99 Euro

13 (16) **Glenn Greenwald**
Die globale Überwachung
Droemer; 19,99 Euro

14 (11) **Axel Hacke**
Fußballgefühle
Kunstmann; 16 Euro

15 (–) **Konstantin Wecker**
Mönch und Krieger
Gütersloher Verlagshaus; 19,99 Euro
Der Musiker schwört auf die Kraft der Utopie und wettert gegen eine uninspirierte Realpolitik



16 (13) **Hillary Rodham Clinton**
Entscheidungen
Droemer; 28 Euro

17 (15) **Peter Sloterdijk**
Die schrecklichen Kinder der Neuzeit
Suhrkamp; 26,95 Euro

18 (–) **Joachim Fuchsberger**
Zielgerade
Gütersloher Verlagshaus; 19,99 Euro

19 (19) **Christine Westermann**
Da geht noch was
Kiepenheuer & Witsch; 17,99 Euro

20 (–) **Lukas Podolski**
Dranbleiben!
Gabriel; 19,99 Euro