

VOM SLANG ZUM SLOGAN

Deutschrap dominiert nicht nur die Charts, Deutschrap verändert auch die Sprache. Er schafft seine eigenen Slogans, denen einer Marke nicht unähnlich. Was das mit der Erfolgsgeschichte des Deutschrap zu tun hat? Beobachtungen eines Rapfans und Werbetexters.

Yo, yo, yo!“ war vorgestern. Vorbei die Zeit, in der TV-Showmaster den Auftritt von Rappern zwanghaft mit dieser Grußformel und vermeintlich gängigen Gang-Gesten quittieren. Überhört man die Smombies, Tinderellas, Swaggetarier und alles, was vom Langenscheidt-Verlag sonst noch als möglichst schief sitzendes Flexfit-Cap in den Ring geworfen wird, um etwas zur Jugendsprache beizutragen, nährt sich der tatsächliche Alltagssprech von HipHop-Texten. „Jeder sagt Digga heutzutage“, rappt der Hamburger Gzuz von der 187 Strassenbande treffend – wengleich andernorts Dicker bevorzugt wird. Oder Bruder. Oder Brudi. Oder Mois. Oder Cho. Oder Achi, Habibi, Lo, Bratan, Migges oder immer noch – und wieder – Atze oder Homie. Die Verwendung dieser Kumpel-Synonyme lässt Rückschlüsse auf das Umfeld eines Rappers zu. Oft weisen bestimmte Wörter oder Wortgruppen die Interpreten sogar konkret aus. Ein paar Beispiele:



„IZ DA“ (KATAR)

„Xatar iz da.“ Er ist zurück. Er ist da. Er lebt noch – der alte Goldmichel.

Nach viereinhalb Jahren Knast wegen des Überfalls auf einen Goldtransporter beerdigt der Bonner Gangsterrapper 2015 den rucksackartigen Ausdruck „am Start sein“ mit seiner inoffiziellen Comeback-Single „Iz da“. Durch die stete Wiederholung in diesem wie auch in späteren Songs, wird „iz da“ zum festen Bestandteil der Marke Xatars und zum Notnagel für die Headlines der HipHop-Medien. Kaum ein heiß erwartetes Release, das nicht irgendwann da iz. Weit weniger freuen dürfte Xatar aber die Verballhornung des Ganzen, der es bei der Slogan-Entwicklung unbedingt vorzubeugen gilt. Erst im August adressierte der Essener KC Rebell einen Diss-Track an ihn. Titel: „Dizz da“.



„IS DE GUDE“ (MÄDNESS)

Marco Döll ist Maggo ist Mädness ist de Gude. Schon beim Mic-Check ist die hessische Schnute des Darmstädter MCs

unüberhörbar. Stiftung Namentest sagt: „Is de Gude, Baby!“ Dabei handelt es sich jedoch nicht um ein Alter Ego wie bei Bushidos Sonny Black oder Marterias Marsimoto. De Gude fungiert eher als Spitz- oder Beinamen mit Slogan-Qualitäten. Gerne nutzt Mädness sprachliche Abwandlungen davon, wenn er andere oder anderes goutiert. So zum Beispiel als Testimonial für die hessische Getränke- und Modemarke „Gude“. Gude is, wer Gudes lobt.



„NORMAL“ (AUDIO88 & YASSIN)

Der „normale Move“ stagedivert durch das Werk des Rap-Duos Audio88 & Yassin und wird irgendwo zwischen vorschriftsmäßiger Handlungsweise und korrektem Tun wieder bodenständig. Das Bodenständige, das Normale hat hier Methode: man releast über das Label Normale Musik, geht mit dem Team Normal und der Platte NORMALER SAMT auf normale Tour und verkauft dort am Merch-Stand normale Shirts, normale Beanies und normale Tassen. Höchst konsistent, aber kaum verwunderlich: die beiden Berliner haben schließlich eine Agenturvergangeheit. Auch normal.



„DU WEISST“ (CELO)

Du weißt nicht, was „Çaktırma, halt dein Göt gebunkert vor Iba'ash, Bullen, Amcas oder Murija“ bedeuten soll? Falls doch: du weißt! Mit seinem konlingualen Partner Abdi erklärt der Frankfurter Straßenrapper Celso den „Hinterhofjargon“, der zugleich ihr Debütalbum betitelt. Das oft mit E's gestreckte „du weeißt“ ist seit jeher die Catchphrase des Bosniaken und kommt in Lyrics, Interviews und Social-Media-Aktivitäten gekonnt zum Einsatz. Dabei bringt es Fannähe und Street-Credibility gleichermaßen zum Ausdruck. Ein „du weißt Bescheid“ klänge auch viel zu bürokratisch für die Straße. Eingängigkeit und Zielgruppe: „check, check!“.



„STEP ANS MIC“ (KOOL SAVAS)

„Der Sinn des Lebens ist, deinem Leben einen Sinn zu geben“, wird

im Internet zwar gern Hermann Hesse ange-dichtet, stammt aber aus dem 2003er-Hit „Der beste Tag meines Lebens“ des Berliners Kool Savas. Weniger grußkartentauglich, aber umso prägender für Deutschrap sind jedoch diese Lines des jungen Savas': „Step ans Mic und ich weise dir den Weg zu meinem Pint“, „Step ans Mic, doch ich zerficke deine Crew im Break“, „Step ans Mic und du kriegst Puller in den Kuhmund!“ Bis heute ist der vom US-Rap inspirierte Ausdruck „Step ans Mic“ („Step up to the microphone“) ein geflügeltes Wort in der Szene und das wohl beliebteste Stilmittel, um dem selbst ernannten King of Rap zu huldigen – vom Slang zum Slogan zum Machtwort.

Die Reihe von identitätsstiftenden Losungen, die es im Deutschrap zum Marketing-Tool gebracht haben, ließe sich problemlos fortsetzen: Lakmanns „Aaaaaahhhh“, Saids „Jib ihm“, SSIOs „Nuttööö“. Der progressive Umgang mit Sprache, also das Vermischen von Akzent, Dialekt, nichtdeutscher Sprache und eigenen Wortkreationen, hat in den vergangenen Jahren zugenommen und macht Rapfans wieder verstärkt zu Insidern. Um dazuzugehören, muss man verstehen und um zu verstehen, muss man sich damit auseinandersetzen. Die Etablierung der Catchphrases über die HipHop-Szene hinaus ist dabei sowohl Anteil als auch Verdienst der Erfolgsgeschichte von HipHop in Deutschland.

Deutschrap weiß sich zu verkaufen, auch ohne sich zu verkaufen. Wobei Eko Fresh die entgeltliche Vertonung eines Imagespots für die Deutsche Bahn Regio Bayern durchaus gegönnt sei. Die Blamage derart krampfhafter Koketterie geht meist zu Lasten des Unternehmens. Oder im Fall von Fabian Giersdorf zu Lasten einer Partei. CSU-Jungpolitiker, die sich zum Babo erklären, ringen Rapfans höchstens ein vor sich hin gemurmelt „Nee, nee, nee!“ ab. Um es den TV-Showmastern heimzuzahlen, mit vermeintlich gängiger Rentnerfaust als Drohgebärde. **Iven Sohmann**