

DAN CHARNAS (2010). *THE BIG PAYBACK. THE HISTORY OF THE BUSINESS OF HIP-HOP.*

Rezension von Daniel Mark Eberhard

»Hip Hop ist kein Musikstil, sondern Sprechgesang nur ein Teil der Kultur, B-Boy's nur ein Teil der Kultur, Graffiti nur ein Teil der Kultur« – mit diesen Worten deutete die deutsche Rap-Pionierin Cora E. in ihrem Song »Nur ein Teil der Kultur« 1994 die Mehrdimensionalität des HipHop an. Vorwiegend in soziologischen Kontexten wird überdies auf spezifische Ausprägungen hinsichtlich Sprache, Verhalten, Kleidung, Äußerem, Symbolen, Codes etc. als charakteristische, aufs Engste miteinander verknüpfte Erscheinungsformen der (Jugend-)Kultur verweisen. Unbeachtet bleibt dabei jedoch ein wesentlicher Aspekt des Umgangs mit HipHop, der meist vom Versuch der Aufrechterhaltung des originären Ghetto-Images durch entsprechende mediale Präsentationsformen überblendet wird: HipHop als hochlukrativer Marketing- und Wirtschaftszweig mit Ausstrahlung u.a. in die Bereiche Musik, Film, Fernsehen, Sprache, Mode, Sport und Politik. Diesem Themenbereich widmet sich Dan Charnas ausführlich in seinem 2010 erschienenen Buch *The Big Payback. The History of the Business of Hip-Hop*, einer 40 Jahre umfassenden, sich auf umfangreiches und vielfältiges Quellenmaterial stützenden, journalistischen Retrospektive.

Damit steht er in der Tradition US-amerikanischer Musikjournalisten wie Fred Goodman oder Frederic Dannen.¹ *The Big Payback* ist die umfassendste und aktuellste Auseinandersetzung mit den wirtschaftlichen Hintergründen des HipHop-Business und stellt damit gleichzeitig Fortführung und Erweiterung vorausgegangener, nur bedingt einschlägiger Veröffentlichungen wie *Egotrip's Book of Rap Lists* von Sacha Jenkins et al., *Rap Attack 3:*

1 Vgl. Fred Goodman (1997). *The Mansion On The Hill. Dylan, Young, Geffen, Springsteen, And The Head-On Collision Of Rock And Commerce*. New York: Times Books; Frederic Dannen (1990). *Hit Men: Powerbrokers And Fast Money Inside The Music Business*. New York u.a.: Times Books.

From African Jive to Global Hip-Hop von David Toop oder *Can't Stop, Won't Stop* von Jeff Chang dar.²

Die acht Kapitel des 660 Seiten umfassenden Werkes tragen stilistisch passend die Bezeichnungen »Album one« bis »Album eight«. In ihnen erläutert der Autor anschaulich die stetig zunehmende wirtschaftliche Relevanz einer zunächst noch unbekannteren urbanen Subkultur der beginnenden 1970er Jahre bis zur Herausbildung und Etablierung eines milliardenschweren Geschäftszweiges gegen Ende der ersten Dekade des 21. Jahrhunderts.³

Grundlage der Abhandlung bilden Verträge, Gerichtsakten, Notizen, Medienberichte, Archivmaterialien, veröffentlichte und unveröffentlichte Quellen sowie über 300 Interviews mit Produzenten, Agenten, Managern, A&R-Managern, Promotern und weiteren Insidern und Wirtschaftsexperten. Die dazu notwendigen Kontakte knüpfte Don Charnas in seinen langjährigen Tätigkeiten als Musikjournalist (*Washington Post*, *The Source*) sowie als Geschäftsführer einschlägiger Unterabteilungen von Major-Labels der Warner Music Group. Zum weiten Spektrum der zitierten Musiker und Wegbereiter der globalen Kultur zählen Sylvia und Joe Robinson, die Gründer der Sugar Hill Records (z.B. Grandmaster Flash & the Furious Five, Sugerhill Gang), Rick Rubin und Russell Simmons (Def Jam Label u.a., Beastie Boys, LL Cool J oder Public Enemy), Musiker wie Jay-Z, Ice-T, Kool Herc, 50 Cent, Tupac Shakur, Run-DMC, Eminem etc. sowie zahlreiche weniger bekannte, an der Entwicklung jedoch maßgeblich beteiligte DJs, Club-Besitzer, Musikenthusiasten und Businessvertreter. Anhand dieses breitgefächerten Personals illustriert Charnas die Beziehung von Musikern und Händlern, die sich im Kontext des HipHop häufig in Personalunion auflöst.

Das Buch beinhaltet einen unendlich erscheinenden Fundus an Detailkenntnissen und Hintergrundwissen. Charnas erläutert verständlich, unterhaltsam und transparent die vielgestaltigen historischen Bedingungen für die Herausbildung marktwirtschaftlicher Bedeutung der Kultur. Beispielhaft sei der Unternehmer Simmons genannt, der den weltanschaulichen (Markt-)Wert des HipHop erkannte und HipHop über sein Kleidungslabel Phat Farm, über TV- und Filmproduktionen sowie durch intensives Marketing in zahlreichen weiteren Wirtschaftszweigen etablierte. Diesen Weg machte sich der Rapper Jay-Z zunutze, der – wie zahlreiche Rap-Kollegen – nun durch die

2 Sacha Jenkins et al. (1999). *Egotrip's Book of Rap Lists*. New York: St. Martin's Griffin; David Toop (1999). *Rap Attack 3: From African Jive to Global Hip-Hop*. London: Serpent's Tail; Jeff Chang (2007). *Can't Stop, Won't Stop*. London: Ebury Press.

3 Die Ausstrahlung dieses Marktsegmentes sei exemplarisch an genrespezifischer Ratgeberliteratur illustriert, s. etwa Mike Min (2009). *Rap Rich – How to Make Money in Hip Hop Business* (o.O.: Kindle EBook).

wirtschaftliche Prosperität seiner Restaurantketten, Mode- und Plattenlabel in den politisch höchsten Rängen Akzeptanz findet. Weiterhin erfährt der Leser, dass der wirtschaftliche Durchbruch in den 1990er Jahren letztlich indirekt durch die regressive politische Haltung der Bush-Regierung unterstützt wurde, die die Ausstrahlung von HipHop-Produktionen wie »Me So Horny« (2 Live Crew) und »Cop Killer« (Ice-T) im US-amerikanischen Radio und im Musikfernsehsender MTV untersagte.

Charnas vertritt die bipolare Auffassung, dass sich – wie in der Geschichte der populären Musik mehrfach der Fall – letztlich zwar vorwiegend weiße Geschäftsleute für das Marketing der schwarzen Musikkultur verantwortlich zeigen, HipHop jedoch zu einem besonderen Selbstbewusstsein schwarzer Kultur geführt hat. Beispielhaft nennt er die Chartplatzierungen afroamerikanischer HipHop-Künstler auf den ersten zehn Rängen der Billboard-Charts im Jahr 2003 oder die Wahl des ersten schwarzen US-Präsidenten als Ergebnis eines kulturell durch HipHop maßgeblich beeinflussten Prozesses schwarzer Behauptung in den USA.

Eine Vielzahl an Daten, Fakten und Zahlen belegt nicht nur Charnas' intensive und gewissenhafte Rechercharbeit, sondern gibt auch tiefe Einblicke in die verschiedenen Phasen der Herausbildung des HipHop als etablierten und ertragreichen Wirtschaftszweig (in Kurzzusammenfassung s. S. 631f.). Die lebendige Darstellung geht einher mit der Schilderung von Erfolgen, Ruhm, unterschiedlichen motivationalen Antrieben der Protagonisten und der dahinter stehenden, sich zunehmend konstituierenden Wirtschaftsmaschinerie, aber auch mit der Illustration von Ausbeutung, Misserfolg und den negativen bzw. gefährlichen Seiten des Business'.

The Big Payback von Dan Charnas erweist sich als äußerst informatives, gut verständliches und umfassendes Arsenal an Insiderwissen zu Hintergründen, Trends, Entwicklungen und Geschäftspraktiken der HipHop-Kultur. Das Werk bietet darüber hinaus eine umfangreiche Sammlung an lesenswerten, interessanten und teils überraschenden Geschichten sowohl aus der Musikerszene als auch aus den Ebenen wirtschaftlicher Vermarktungsstrategien. Aus der Perspektive eines Musikjournalisten und enthusiastischen Szene-Insiders geschrieben, lassen es die akribisch recherchierten Ausführungen naturgemäß an wissenschaftlicher Distanz und einem sachlichen Sprachstil fehlen. Charnas beschreitet vielmehr einen Mittelweg zwischen lockerer Sprachbehandlung und handwerklicher journalistischer Integrität. Beispielsweise reiht Charnas nach einer transparenten terminologischen Sensibilisierung unterschiedliche Perspektiven seiner Befragten zu einem Thema unkommentiert nebeneinander, um dann konträre Positionen plausibel zu

interpretieren, nicht ohne die eigene Involviertheit in die dargestellten Geschehnisse klar kenntlich zu machen.

Kritisch anzumerken bleibt, dass der Untertitel die Ergänzung »The History of the Business of *American Hip-Hop*« tragen sollte – gemäß dem Einleitungssatz »This is a book about an American success story«. So gewinnt der europäische Leser zwar tiefe Einblicke in den US-amerikanischen Musikmarkt und die Entstehung eines mächtigen Industriezweiges im Ursprungsland dieser Kultur; eine Übertragung auf europäische Verhältnisse bleibt jedoch Aufgabe weiterführender Recherchen und Veröffentlichungen.

Charnas, Dan (2010). *The Big Payback. The History of the Business of Hip-Hop*. New York: New American Library (660 S., 17,95 €).