



Die Jugend will Trap

Ein neuer Musikstil hat spanische Teenager erfasst: Die Künstler brechen mit Konventionen, die Eltern sind geschockt. Was steckt dahinter?

Trap-Künstler sind die neuen Rockstars: Kidd Keo bei seinem Auftritt in der Stierkampfarena in Palma. FOTO: BRAMON

CRISTINA PLETT

Der Auftritt des Stars an diesem Abend kündigt sich lange an. Blitze flimmern über riesige Leinwände, kurz leuchten sie hell, nur um die Stierkampfarena in Palma wieder der Dunkelheit zu überlassen. Die Pyrotechnik flammt auf und heizt die Spannung weiter an. Das Publikum filmt, der Moment, in dem Bad Bunny die Bühne betritt, muss auf jeden Fall aufgezeichnet werden. Schließlich beginnt ein Countdown, 3, 2, 1: Der Puertoricaner (San Juan, 1994) eröffnet sein Konzert mit dem Feelgood-Song „Estamos bien“: „Es geht uns gut“.

Das Publikum im Teenager-Alter grölt mit, es kennt jede Zeile des eingängigen Liedes. Bad Bunny, der letzte Interpret von dreien an diesem Abend (2017), ist ihr Idol. Ein Popstar. Im spanischsprachigen Raum ist er der prominenteste Vertreter eines Genres, das in den vergangenen Jahren einen rasanten Aufstieg hingelegt hat. Ein Genre, das zunächst eine Nische der „Urban Music“ war und heute die Jugend mobilisiert. Es geht um Trap.

Der Begriff Trap kommt nicht, wie man zunächst vermuten könnte, aus einem Wortspiel mit Rap. Er kam im Süden der USA in den frühen Nullerjahren auf, um *trap houses* zu bezeichnen: Orte, an denen Drogen hergestellt, verkauft und konsumiert wurden. Bei den Drogen handelte es sich um Opiate. Die Kultdroge der Trap-Musik schlechthin ist der sogenannte *purple drank*, ein süßes Gemisch mit verschreibungspflichtigem Hustensaft und Codein (ein Opiat) als Wirkstoff. Das High ist benebelnd und verlangsamt, die Körperbewegungen werden eingeschränkt, begleitet von einem

leicht euphorischen Gefühl. Wenngleich *purple drank* heute zumindest in Spanien mehr Anekdote als Massendroge ist, erklärt es grundlegend, warum Trap so klingt, wie es klingt.

Ein charakteristischer Sound definiert das Genre. Das Tempo ist langsam, der Bass hat Platz, um sich zu entfalten und fast immer markiert eine Roland 808-Snare-Drum den Rhythmus. Die Beats sind sehr elektronisch und strahlen sphärische und verwegene Vibes aus. Klassische Rapper sind die Vocalisten darauf nicht – hier geht es nicht um Flow oder kreative Reime. Wörter wiederholen sich bis zum Gehnichts mehr, Geräusche unterstützen den Rap. „Skrrr“ ist das bekannteste, ein Schlachtruf, von Miami bis Berlin verwendet. Die Produzenten treiben den Einsatz von Autotune, einer Software, die in der Popmusik zur Perfektionierung von Gesang verwendet wird, auf die Spitze. Manche Stimmen klingen schon fast robotisch, so elektronisch werden sie.

Die Beats langsam und abgerundet, die Texte mit wenig sinnvollem Gehalt: Es ist die perfekte Begleitung für ein Purple-Drank-High – eigentlich aber jeden Rausches. Denn Drogen sind ein zentrales Thema der minimalistisch simplen Trap-Texte. Wie im ganzen Hip-Hop spielt natürlich Marihuana eine Rolle, dazu kommt viel Kokain (Höhepunkt dieser Idealisierung war wohl der „I'm In Love With The Coco“-Hit des US-Amerikaners O.T. Genasis). Weitere Inhalte: Geld und Sex, nicht selten das weibliche Geschlecht degradierend. Das polarisiert. Es macht Trap aber auch zu einem guten Ausdrucksmittel jugendlicher Anti-Haltung.

Denn Trap ist der Sound schlechthin unter spanischen Teenagern. Das schreiben nicht

nur an deren Eltern gerichtete Medien, es wird beim Konzert in Palma sofort ersichtlich. Die Spanne reicht von 12-jährigen Kindern bis zu jungen Erwachsenen um die 20. Die meisten *traperos* sind an einer Art Uniform zu erkennen: Die Mädchen haben lange, glatte Haare und tragen High-Waist-Shorts mit kurzen Tops. Die Jungs haben die Haare an den Seiten kurz rasiert, kleiden sich in bunte, weite T-Shirts und Sneaker. Selfies werden gemacht, Instagram-Stories hochgeladen.

Von den USA aus hat sich Trap über die ganze Welt verbreitet. In Deutschland, Frankreich, Spanien sind Crews und einzelne Künstler auf den Plan getreten, deren Musikvideos auf Youtube millionenfach geklickt werden. In Spanien ist ein Schlüsselvertreter Yung Beef (Granada, 1990). Die Gruppe „Pxxr Gvng“ (gesprochen *poor gang*) machte ihn bekannt, inzwischen ist er solo auch anderweitig etabliert. 2016 modelte er für Calvin Klein, 2017 zitierte die legendäre Indie-Band Los Planetas Passagen aus seinem Song „Ready pa morir“ in einer ihrer Singles. Aus dem *big business* zieht er sich jedoch inzwischen zurück. Nach einem Album bei dem Major-Label Sony, das er selbst als Verarsche bezeichnete, veröffentlicht er aktuell wieder auf seinem eigenen Label „La Venciación“. Ein öffentlich ausgetragener Streit mit dem Rapper C.Tangana, der auf Major-Labels veröffentlicht, über den Status eigener Musik als Produkt im Kapitalismus, macht ihn nun zu einer Figur mit politischer Aussage. In einem Interview bezeichnete er sich gar als Feminist. Zumindest er zeigt, dass Trap sich inhaltlich durchaus weiterentwickeln kann.

TRAP ALS GLOBALES PHÄNOMEN

Trap entstand Anfang der Nullerjahre in den Südstaaten und mittleren Westen der USA. Inzwischen dominiert es in Nordamerika die Charts, bekannte Vertreter sind Migos. Einer der ersten europäischen Trap-Interpreten war der Schwede Yung Lean. Auch in Deutschland ist das Genre mit Rappern wie Yung Hurn und RIN beliebt. Im spanischsprachigen Raum mischt sich Trap mit dem aus der Karibik stammenden Reggaeton.

Die steile Antithese dazu ist jemand wie Kidd Keo (Alicante, 1995): In der Stierkampfarena tritt er vor Bad Bunny auf. Vorguppe ist allerdings die falsche Bezeichnung. Sein größter Hit „Lollipop“ verzeichnet auf Youtube mehr als 23 Millionen Klicks. Im Video zu sehen: schöne Frauenkörper, die mit dem Hintern wackeln, Kidd Keo, der mit Geldscheinen wedelt und *purple drank* zubereitet. Der Text muss an dieser Stelle nicht zitiert werden, aber es geht nicht um einen Lollipop aus Zucker. Beim Konzert in Palma himmeln ihn die Teenager an: Sie springen auf den Rängen auf und ab, rufen im Chor „Keeeo, keeeo, keeeo“, lassen ihn einmal quer durchs Publikum crowdsurfen. „Ihr seid die Verrücktesten bisher!“, ruft Kidd Keo, als er wieder auf der Bühne angekommen ist. Jubel bricht aus. Kidd Keo inszeniert sich wie ein Rockstar und zeigt immer wieder auf seinen Schritt. Auf Instagram hatte er im Vorfeld des Konzerts seine weiblichen Fans dazu aufgefordert, sich bei ihm zu melden. So geht heute Groupietum.

Dieser 22-Jährige will provozieren. Er selbst rechtfertigt seine sexuell expliziten Texte damit, ehrlich zu sein. Tatsächlich werden im Reggaeton beispielsweise sexuelle Bedeutungen mit romantischen Metaphern kaschiert. Sein Publikum stört sich nicht an den Texten: Mika und Toni zum Beispiel sind 12 und 13 Jahre alt und mögen die Musik, weil sie eben angesagt ist. Sie haben die Konzertkarten als Belohnung für gute Noten bekommen, ihre Mutter begleitet sie: „Ich mag die Musik nicht besonders, aber ich höre sie sowieso den ganzen Tag zu Hause“, sagt sie resigniert. Dennoch lässt auch sie sich nach einer Weile von Kidd Keos Show mitreißen, steht auf und tanzt.

Irene und Cristina sind bei Kidd Keo etwas skeptischer. Sie sind 17 und 18 Jahre alt und vor allem wegen Bad Bunny gekommen. Auch

Bunte Oberteile und auffällige Sonnenbrillen sind elementar in Bad Bunnys exzentrischer Garderobe. FOTO: PRESSEBILD



dessen Texte sind vom *machismo* geprägt. Darauf angesprochen, schmunzeln sie und müssen erst einmal überlegen. „Klar, die Texte sind sehr sexistisch, aber im Endeffekt hören die Leute es trotzdem“, sagen sie schließlich. So ganz wohl scheinen sie sich dabei nicht zu fühlen. Aber Bad Bunny, wegen dem sie ja eigentlich hier sind, ist im Vergleich zu Kidd Keo noch die harmlosere Version.

Radiosender spielen die Lieder wegen ihres *explicit content* nicht. Der kompetente Aufstieg von Künstlern wie Bad Bunny zeigt daher auch, wie sich die Musikindustrie mit der Generation Z verändert hat. Radio ist egal, die Hits werden über Streamingdienste und Youtube gemacht. Sowohl Irene und ihre Freundinnen als auch Mika und sein Bruder sagen, dass sie vor allem über Spotify Musik hören. Dort stehen die Songs für sich. Das erklärt, warum Bad Bunny bisher nur Singles rausgebracht hat – Spotify braucht keine Alben, sondern Lieder. Mit denen schafft man es auf Playlists mit Hunderttausenden Hörern und wird im besten Fall zum Star.

In Bad Bunnys Repertoire sind fast alles Kollaborationen, wie „Sensualidad“ mit Prince Royce und J Balvin (600 Millionen Klicks auf Youtube). Für Bad Bunny erschließt die Zusammenarbeit mit Top-Künstlern ihrer Genres neue Zielgruppen und Märkte, jenseits des klassischen Trap. Über J. Balvin erreicht er die *reggaetoneros* im gesamten lateinamerikanischen Raum, über Cardi B (bei deren Sommerhit „I Like It“ übernahm er einen Gastpart) die nordamerikanischen Hip-Hop-Fans. Heraus kommt ein Künstler, der die Genres mit großem Erfolg mischt und wohl zum Weltstar werden will. Mit ihm mündet die Subkultur Trap in den Mainstream. Kein Wunder, dass Bad Bunny darüber singt, wie gut es ihm geht. Er hat schließlich allen Grund dazu.

Wir drucken ihre Fotos großartig!



Jetzt NEU: LED Leuchtkästen

Ihre Bilder erscheinen in einem neuen Licht. Mit den auf Maß gefertigten und dimmbaren Leuchtkästen wirken ihr Bilder so, wie Sie es wünschen und sorgen für eine ganz besondere Stimmung.

KÜNSTLERPAPIERE | ACRYLGLAS | ALUMINIUM | LEINWAND | HOLZ | WI-FI LAUTSPRECHER

Seit 15 Jahren die Referenz im Bereich FineArt-Print auf Mallorca

ARTAMTAM

WWW.ARTAMTAM.COM - Tel. 971725888 - Calle Brossa 10 - Palma