

Moritz Baßler: *Western Promises: Pop-Musik und Markennamen*

Bielefeld: transcript 2019, 261 S., ISBN 9783837646443, EUR 29,99

„Markennamen, die Signifikanten der Konsumgesellschaft, sind in den Lyrics klassischer Pop-Musik nahezu abwesend“ (S.99) – so Moritz Baßler, Professor für Neuere deutsche Literatur an der Universität Münster, in seinem Buch *Western Promises: Pop-Musik und Markennamen*. Während es in vereinzelten Bereichen der populären Musik, vornehmlich im Rap – nicht im Hip-Hop, wie Baßler mehrfach schreibt – durchaus gang und gäbe sei, in den Lyrics auf Marken zu verweisen, finde dies in der ‚klassischen‘ Popmusik nicht statt (vgl. S.13). Diese Beobachtung zu kontextualisieren, ist das zentrale Anliegen der Monografie. Zudem ist Baßler um die Einbettung seiner Ergebnisse in generelle Überlegungen zur Popästhetik bemüht. Zentral ist die Frage, „welche Art von Ästhetik geeignet wäre, den spezifischen Status von Pop zu beschreiben“ (S.45).

Um ein Verständnis für die Absenz von Markennamen in Songtexten zu entwickeln, verweist Baßler auf eine paradigmatische Ambivalenz der Poposphäre. Einerseits folge erfolgreiche Popmusik in aller Regel strengen marktökonomischen Gesetzmäßigkeiten, sei also von Markt und Medien abhängig. Andererseits prägten gegenkulturell-subversive Narrative, im Rahmen derer eben auch eine antikapitalistische Grundhaltung artikuliert werde, die gängigen Popdiskurse (vgl. S.43). So sei es bezeichnend, dass Pop-

musiker_innen zwar durchaus Werbung für Markenprodukte machten und ihre Songs in Werbespots Verwendung fänden. Markennamen aber in die Lyrics, also in einen integralen Bestandteil der künstlerischen Produkte zu integrieren, gelte es im Sinne der vermeintlichen Integrität und Authentizität zu vermeiden (vgl. S.73).

Baßler stellt im Laufe der Studie materialreich dar, an welchen Stellen der Popmusikgeschichte und unter welchen Umständen Markennamen dann eben doch in Songtexten vorkommen. Besonders ausführlich stellt der Germanist die Thematisierung von Automarken und des Erfrischungsgetränks Pepsi in unterschiedlichen Songs dar, einzelne Abschnitte des Buches befassen sich auch mit Markenlogos auf Plattencovers und behandeln somit einen zusätzlichen ästhetischen Phänomenbereich. Der Schwerpunkt liegt insgesamt auf der, wie Baßler es nennt, ‚klassischen‘ Popmusik – so erfahren Elvis Presley, die Beatles, The Who und Janis Joplin besondere Aufmerksamkeit. Erfreulicherweise widmet der Autor aber auch NDW-Songs und sogar der neueren deutschsprachigen Popmusik, und damit tendenziell vernachlässigten Themenbereichen, ein eigenes Kapitel. In diesem Zusammenhang sind auch Texte der Band Wir sind Helden und des Rappers Dendemann Gegenstand der Studie.

Baßler argumentiert, dass Markennamen eher Einzug in Songtexte

hielten, sobald das sprichwörtliche ‚Augenzwinkern‘ wichtiger werde beziehungsweise die Musiker_innen ihre Musik in Anführungszeichen setzten (vgl. S.229). Dies sei im NDW-Kontext aufgrund „bewusster Artifizialität“ (ebd.) und jenseits der „Authentizitätsromantik von Hippies [und] Rockisten“ (ebd.) üblich. Wo Popmusiker_innen hingegen mit „Ernst und Anspruch“ (S.128) auftraten, gelte es, den Verweis auf käufliche Gegenstände zu vermeiden. Werde kommerziell vertriebener Popmusik ein Warencharakter unterstellt, so Baßler weiter, seien die Musiker_innen bereits selbst die Marken (vgl. S.16). So sei dem Feld der Popmusik ein permanentes Changieren zwischen Marktkonformität und Subversion inhärent, und demgemäß spiegle sich im Pop „eine ästhetische Haltung, die ihre massenkulturell gefertigten Gegenstände in Anführungszeichen setzt und zugleich bejaht, in ihrer Absurdität belächelt und zugleich verehrt“ (S.94). Diese Argumentationen sind durchweg nachvollziehbar, jedoch wäre ein eigenständiges Kapitel, das die Ergebnisse hinsichtlich Baßlers Überlegungen zur Popästhetik

kontextualisieren und damit anschlussfähiger machen würde, wünschenswert gewesen.

Western Promises ist eine äußerst kenntnisreich verfasste Studie. Moritz Baßler zeigt anhand eines bislang kaum behandelten Themenkomplexes eindrücklich auf, dass es gerade auch die Widersprüche sind, die die Popkultur und ihre Ästhetiken entscheidend prägen – unter anderem das besagte Changieren zwischen Marktkonformität und Subversion, das im Gemenge von Produktion, Distribution und Rezeption populärer Musik entsteht. Das Buch ist zudem außerordentlich leserlich geschrieben, sodass sich die Lektüre anregend und kurzweilig gestaltet. Die Studie sei allen empfohlen, die mehr über Popästhetik und die dafür so wichtigen Ambivalenzen erfahren möchten. Wer zudem an gut recherchierten Fakten zu einem bislang weitgehend unbearbeiteten Spezialthema der Popkultur interessiert ist, wird in *Western Promises* fündig werden und auf unterhaltsame Details stoßen, mit denen sich auch im Small Talk glänzen lässt.

Benjamin Burkhart (Freiburg)