

3.3. Der Aufbau des Netzwerks

3.3.1. Vernetzen

»Das Indernet bildet eine Plattform, die eine große Anzahl von Webseiten (unter anderem whatyaar.de, indianfootball.com) miteinander vernetzt, um einen Informationsgehalt auf hoher Ebene herzustellen«, formulierte die Projektbeschreibung Ende 2000. Die neuen Möglichkeiten des Internets waren für eine solche Vernetzung besonders geeignet, da sie es ermöglichten, geografische Distanzen und Hindernisse zu überwinden (vgl. Karim 2003b, 13; Dollhausen und Wehner 1999, 243-244). Allerdings weist Greschke (2009, 25) darauf hin, dass es nicht ausreicht, ein Online-Angebot zu machen, um auch gefunden und genutzt zu werden. Die Zielgruppe muss das Angebot auch finden (vgl. Winker 2005, 24). Das wirft die Fragen auf, wie das Indernet seine Zielgruppe erreicht, Projekte und Webseiten ausfindig und in den Tiefen des WWW auf sich aufmerksam machen konnte.

Im Redaktionsinterview 2004 erklärten die Redakteure, dass die Gründer sehr engagiert gewesen seien, viel Zeit investiert und Kontakte geknüpft hätten. Ohne diese Pionierarbeit hätte es nicht funktioniert.

3.3.2. Ausgangspunkt: Durga Puja

Das hinduistische Fest Durga Puja hatte für viele von mir interviewten Kinder von Bengalis, also von Migrant_innen aus dem indischen West-Bengal, eine große Bedeutung (vgl. Goel 2011b, 306-308). An mehreren Orten in West-Deutschland wurde dieses mehrtägige Fest jährlich ausgerichtet. Es waren Treffpunkte, an denen sich Jugendliche kennenlernen konnten. Über die Jahre entwickelten sich Freundschaften und Netzwerke. Eine Redakteur_in erzählte:

»Unsere Community ist die Puja-Community. Darüber kennt man die Leute. Am Anfang gab es Bremen-Puja, darüber kannte man Leute. Das sind die ersten Inder, die ich in Erinnerung habe. Später sind wir nach Nordrhein-Westfalen gezogen. Dadurch, dass jetzt Puja nach Köln verlegt worden ist, kennt man natürlich auch hauptsächlich die Leute, die in der Kölner Puja waren.«

Auch die Gründer des Indernets hatten sich über Durga Puja kennengelernt. Als die erste Version des Indernets online war, nutzten sie die Durga Puja-Netzwerke, um ihr Projekt bekannt zu machen. Die ersten Nutzenden und Redakteure kamen so dazu. Z erzählte über einen Kontakt:

»Da war irgendeine Feier, irgendeine Veranstaltung, da habe ich MC kennengelernt. Das war ein lustiger Typ. Wir haben uns nett unterhalten. Er hatte damals auch schon eine Webseite. Deutschen Hiphop machte er. Wir sind in Kontakt ge-

blieben und ihn hatte ich dann gefragt, willst du nicht mitmachen? Er meinte, ich helfe euch, wo ich kann, und ich kenne noch den und den.«

Über MC kamen weitere Redakteure zum Indernet. Der Sportredakteur schrieb in seinem Beitrag zum dreijährigen Jubiläum:

»Es war einer dieser Tage im Juni 2000, wo ich meinen indischen Kumpel MC mal wieder im Rechenzentrum der Universität getroffen habe. MC erzählte mir von einer neuen Internetseite, die das Indernet hieß. Indernet? Ich fragte ihn, was das für eine Seite sei und worum es denn bei der Seite ginge. Er erzählte mir, dass Freunde von ihm aus dem Norden Deutschlands die Seite gemacht hätten [...]. Naja, dachte ich, eine tolle Idee! MC sagte noch weiter, dass einer der drei Macher der Seite sich mit mir in Kontakt setzen würde, da ich sicherlich der Seite inhaltlich im Bereich indischer Sport durch meine Erfahrungen mit indianfootball.com helfen könnte. Und es kam genauso – Z rief mich eines Abends an, und wir hatten ein sehr interessantes und konstruktives Gespräch.«

MC und der Sportredakteur waren auch deshalb so leicht zu begeistern, weil sie sich auf einer vom Sportredakteur betriebenen Mailing-Liste zeitgleich mit ähnlichen Themen beschäftigt hatten wie die Indernet-Gründer.

Das effektive Nutzen der Durga-Puja-Netzwerke führte dazu, dass das frühe »Indernet zum Großteil aus Bengalen besteht«, wie der Sportredakteur erklärte. Eine frühe Nutzer_in hatte den Eindruck, dass sich die anderen schon lange kennen und »war ein bisschen genervt davon, dass sie sich, nur in ihrer Sprache [Bengali] unterhalten haben«, wenn sie im Chat waren.

3.3.3. Online vernetzen

Narendra, den Organisator von whatyaar, kontaktierten die Gründer, als sie einen Post von ihm auf der Webseite der Kölner Durga Puja sahen. Narendra erzählte:

»Daraufhin habe ich eine Mail bekommen von Z, der meinte, wir haben hier eine Seite und wir versuchen, neue Inder kennenzulernen, deutschlandweit. Schau dir das mal an. Wir können uns ja ein bisschen austauschen, über E-Mail. Dann habe ich mir die Seite angeschaut und habe im Gegenzug natürlich gesagt, wir haben jetzt auch eine Seite: whatyaar.de. Wir haben auch eine Party gemacht und so viele Leute waren da. Wir haben hier also schon einen recht großen Verbund an Indern, die wir mittlerweile kennengelernt haben, wo wir schon so eine Art Community haben. Dadurch hat man sich kennengelernt, wir haben dann öfters gechattet, haben E-Mails ausgetauscht und haben geguckt, wo liegen die Parallelen, wo liegen die Gemeinsamkeiten, inwiefern kann man sich zusammentun oder nicht zusammentun.«

Z und Narendra hatten so die Grundlage für eine langjährige Kooperation gelegt. Die direkte Ansprache von Aktiven war ein effektiver Weg, um das Indernet-Netzwerk auszubauen. Z erklärte, dass er auch bei anderen Gelegenheiten auf Leute zugegangen war, damit sie sich beteiligen: »Dann hat man viel Mundpropaganda gemacht, viel E-Mail-Propaganda gemacht, so wie: geh doch mal drauf, schreib dich doch mal ins Gästebuch ein, unterstütze uns so und wenn du eine Idee hast, dann mach mit. So kam das dann auch.« Die Gründer haben nicht abgewartet, dass sie gefunden wurden, sondern haben versucht, mögliche Interessierte aktiv einzubinden. So kam auch die erste Unterhaltungsredakteurin zum Indernet:

»Das war eine komische Sache eigentlich. Da war ich in einer Freistunde und habe gechattet in chatcity.de. Da war ich 16. Ich war absolut im Chatfieber. Asian Girl oder so habe ich mich genannt. Auf jeden Fall habe ich da dann Y angesprochen und so sind wir ins Gespräch gekommen und dann hat er gemeint, ich baue gerade eine Plattform auf. Wir haben uns eigentlich ziemlich gut angefreundet, dann hat er gemeint, mach doch mal die Artikel. Das war so eine Selbstverständlichkeit unter Freunden.«

Die Gründer waren auch in anderen Interneträumen unterwegs, haben dort neue Kontakte geschlossen und diese für eine Mitarbeit beim Indernet gewonnen. Nicht immer allerdings waren ihre Anfragen so erfolgreich. Ein Bundestagsabgeordneter mit indischem Elternteil erzählte, dass er bereits 2000 vom Indernet angesprochen worden war, ob er sich nicht als Mitglied eintragen wolle. Er wollte nicht. Die werbewirksame Aufnahme eines Bundestagsabgeordneten entfiel damit vorläufig.

Gleichzeitig fanden Leute von sich aus das Internetportal. Nikhil erklärte: »Auf jeden Fall noch die Anfangszeiten, also als es online gegangen ist, kurz danach wahrscheinlich. Also ich kann mich jetzt nicht mehr an die Umstände erinnern, durch wen ich darauf gekommen bin, es war einfach da.« Vielleicht hatte ihn jemand auf das Portal hingewiesen so wie Ashok, dem ein Freund davon erzählt hatte, Kiran, der eine Rundmail zum Indernet von einer Freundin bekam, oder Sunil und Sughanda, die von einer Chat-Bekannschaft auf das Indernet hingewiesen wurden. Oder er war irgendwo auf die URL gestoßen, wie Narendra, der sich erinnerte, auf der Durga-Puja-Seite einem Link zum Indernet gefolgt zu sein, oder wie Manish:

»Ich meine, dass ich auf einer Inder-Party war und da jemand kennengelernt habe, der eine Visitenkarte hatte und er hatte eine eigene Webpage gehabt, aber es war nicht das Indernet, sondern eine andere Webpage. Dann habe ich auf seine Webpage aus Interesse geguckt und entweder war es dort verlinkt oder ich habe später versucht auf diese Seite, ohne den Namen zu haben, zuzugreifen. Ich konnte mich nicht mehr so genau dran erinnern und irgendwie bin ich dann auf die Seite gelangt.«

Es gab viele Wege das Indernet zu finden, wenn man erst einmal online mit Bezug zu Indien unterwegs war. Dann war die Wahrscheinlichkeit recht hoch, Menschen zu treffen, die das Indernet kannten, oder Seiten zu finden, die den Link hatten. So stieß auch Nitin beim Surfen auf das Internetportal:

»Ich kam 2000 von Indien zurück, im September. Ich hatte erst fünf Monate Internet und habe einfach so gesurft. Da bin ich irgendwie auf das Indernet gestoßen. Das Indernet war zu dem Zeitpunkt noch ganz frisch. Da gab es noch nicht so viel Artikel und es waren eigentlich nur Tausende von Links, Forum und sonst eigentlich ganz wenig. Da habe ich denen einfach eine E-Mail geschickt, habe gemeint, dass ich die Idee und die Seite ganz toll finde und ob ich nicht irgendwas mitmachen könnte.«

Nitins Angebot wurde von den Gründern gerne angenommen. Auch eine Frauenredakteurin war auf ähnlichem Weg zur Redaktion gestoßen:

»Nach dem Abitur hatte ich ein bisschen mehr Zeit, da habe ich angefangen, mich mit dem Internet auseinanderzusetzen und habe gesehen, Mensch, da kannst du viel Informationen nicht nur speziell über Indien, sondern auch über alles andere finden. Wie ich eigentlich auf diese Seite letztendlich gekommen bin, weiß ich nicht mehr. Es kann Google gewesen sein, dass ich da irgendwie ›Indische Kultur‹ oder so was eingegeben habe.«

Gefunden wurde das Indernet auch von Redakteur_innen des Internetportals suedasien.info, wie Bernd erzählte: »Irgendjemand hat die entdeckt und wir haben eine Meldung geschrieben, dass es jetzt das Indernet gibt«. So bekam das neue Projekt ohne sein aktives Zutun Werbung von einem anderen seriös wirkenden Informationsportal. Das WWW wirkte für das Indernet als deutschlandweites Netz, über das neue Kontakte geschlossen werden konnten.

3.3.4. Das Schlüsselereignis: Königswinter

»Ich glaube Königswinter war ein Erfolgsfaktor, weil dadurch eine, man sagt so schön, Awareness geschaffen worden ist und das Klientel, das in Königswinter auf dem Seminar war, war eine typische Multiplikatorengruppe, die aus den verschiedensten Regionen kamen. Ich kann mich erinnern, dass dort von der Berliner Region, Hamburger oder Niedersachsen-Region bis hin zu Baden-Württemberg fast alle Regionen in Deutschland in irgendeiner Form vertreten waren und die Personen, die zu diesen Seminaren kamen, innerhalb dieser Regionen sehr vernetzt waren, so dass es sich per Mundpropaganda letztendlich herumgesprochen hat. Ich glaube, gerade diese frühzeitige Entwicklung, früh die richtigen Personen gekriegt zu haben, das war ein entscheidender Erfolgsfaktor.«

So erklärte Soumil, der inzwischen Unternehmensberater geworden war, die Bedeutung des Vernetzungsseminars »Indernet.de« Ende 2000 in Königswinter. Das Jugendforum der DIG, zu dem auch ich gehörte, organisierte dieses Seminar mit dem Ziel, bestehende Projekte der zweiten Generation zusammenzubringen und zu vernetzen. Wir hatten schon bei der Planung gedacht, das Internet könnte hierbei eine Rolle spielen, und aufgrund der aktuellen GreenCard-Debatte den Semintitel »Indernet.de« gewählt, ohne dass wir – in meiner Erinnerung – das Indernet schon gekannt hätten. Es war eine Namenswahl, die nahe lag. Für unsere Werbung nutzten wir unsere Netzwerke, zu denen Narendra gehörte. Ein Mitglied des Jugendforums wurde in der Planungszeit Indernet-Nutzerin und erzählte von unserem Seminar:

»Dann kam aber die Zeit, wo das Seminar, also Königswinter, stattfinden sollte. Ich habe ganz beiläufig davon erzählt und hätte nie im Leben damit gerechnet, dass dann sofort Begeisterungstürme ausbrechen. ›Ach, ja können wir dahinfahren‹ und ›da kommen wir auch hin‹ und ›dann treffen wir uns doch alle mal‹. Daraufhin hat das dann auch stattgefunden, das wirklich erste Treffen.«

Die drei Gründer sowie mehrere der ersten Redakteur_innen reisten zum Seminar. X erklärte, dass dies »ein Schlüsselereignis« für das Indernet (und für ihn persönlich) gewesen sei:

»Insofern, dass man dann zum ersten Mal auch eine wirklich größere Gruppe jugendlicher Inder getroffen hatte, von der ich vorher gar nicht gedacht hätte, dass es so was gibt und regelmäßig solche Treffen sind. Auch insofern Schlüsselereignis, -erlebnis, dass die Seite da propagiert wurde und da jetzt exponentiell die Klickrate zugenommen hatte. Auf einmal kannten es viel mehr Leute, es wurde alles größer, es waren viel mehr Leute im Chat.«

Zum einen gab das Vernetzungsseminar der Redaktion einen Einblick in Aktivitäten von Inder_innen der zweiten Generation, zum anderen verschaffte es dem Indernet viele neue Besuchende. Auch Y sah es als einen entscheidenden Punkt in der Entwicklung des Portals an:

»Ohne Königswinter hätten wir diesen Zugang zu der Gemeinschaft gar nicht gehabt und zu dieser indischen Szene, die es schon gibt und hätten uns vielleicht gar nicht etablieren können oder gar nicht auf uns aufmerksam machen können richtig. Das war aber damals gar nicht so geplant, das war mehr so das Interesse an der indischen Community, dass es die gibt. Und dass man sich mit Indern trifft. Das war schon so ein Highlight überhaupt, zu mehr als zehn Indern in einem Raum zu sein.«

Eine Kollegin aus dem Jugendforum hatte das Gefühl, dass das Seminar die Motivation der Redaktion gestärkt hatte:

»Dass sie davon total profitiert haben. Ich hatte den Eindruck, dass die selber auch ganz beeindruckt waren, und dass die froh waren darüber, eine Plattform bekommen zu haben. Auch sehr viel Feedback, sehr viel positives Feedback und, dass die das so ein bisschen als Kick genommen haben, sich überhaupt so weiterzuentwickeln.«

Dieser Eindruck spricht auch aus dem Jubiläums-Beitrag des Politikredakteurs:

»Auf einem Seminar in Königswinter zur Vernetzung der Inder untereinander lernte ich die Macher kennen und freundete mich schnell mit ihnen und ihren Visionen (naja bedruckte Tassen und Firmenwagen haben wir ja immer noch nicht) an.«

Eine der Frauenredakteurinnen erzählte, dass das Seminar genutzt wurde, um das Projekt voranzubringen: »Es wurde darüber geredet, was wir als nächstes machen. Da haben wir am Tisch gesessen und so einiges besprochen.« Für mehrere Interessierte war das Seminar der Punkt, an dem sie in die Redaktion aufgenommen wurden und Aufgaben übernahmen. So wurde einer die Aufgabe übertragen, einen Bericht über das Seminar zu schreiben: »Ich habe eigentlich nur so abgewinkt und sagte so scherzhaft ›ja‹, aber dann kriegte ich tatsächlich doch an dem Montag nach dem Seminar: ›Ja und? Wir kriegen den Bericht, ne?‹ Dann habe ich mich hingesetzt und hab auch einen geschrieben.« Das persönliche Kennenlernen der Redaktion war auch für sie der entscheidende Schritt, sich stärker zu engagieren. Bald darauf war sie Redakteurin.

3.3.5. Die Partys

Beim Vernetzungseminar lernten auch Mitglieder der Gruppe Sandhikta die Indernet-Redaktion kennen. Sie nutzten das Portal, um ihre nächste Party zu bewerben und konnten damit ihre Besuchendenzahlen massiv steigern. Swati erklärte: »Ich glaube, ohne das Indernet wären wir nicht in der Lage gewesen, so viel Werbung zu machen.« Auch die meisten anderen Partyveranstaltenden, sowohl bereits etablierte wie »Munich Masala« oder whatyaar als auch neue, nutzten in der Folgezeit das Indernet für Werbung.

Die Partyankündigungen, -diskussionen und -berichte auf dem Indernet haben allen genutzt (vgl. 2.2.5). Die Besuchenden bekamen Informationen, konnten sich austauschen und Leute kennenlernen. Die Veranstaltenden konnten ihre Zielgruppe direkt ansprechen und einen Überblick über den Markt bekommen. Das Indernet band Besuchende enger an sich, bekam redaktionelle Inhalte und belebte interaktive Elemente. Zudem profitierten die Künstler_innen der Community. Sie wurden für die Partys engagiert und über sie wurde auf dem Indernet berichtet. Gemeinsam schufen sie eine indische Jugendkultur in Deutschland, unabhängig

von ihren Eltern und mit ihrer eigenen Definition von Indischem (vgl. Baumann 1997, 218-219). Das Indernet und die Partys waren aus den gleichen Bedürfnissen entstanden (vgl. 1.2). Sie gehörten zusammen, ergänzten sich und profitierten von einander. Zusammen schufen sie eigene Räume der natio-ethno-kulturellen Zugehörigkeit (vgl. 1.3) und waren daher so erfolgreich.

Für die Redaktion waren die Partys zudem wichtig, weil sie ihnen den Rahmen für informelle Redaktionstreffen boten und die Möglichkeit, mit anderen Aktiven und Besuchenden ins Gespräch zu kommen. Rahul erklärte:

»Wenn X mal nicht so viel Stress hat, dann schickt er eine Mail vorher raus und fragt die Redaktion, wer Lust hat an dem und dem Zeitpunkt, zu der und der Party zu gehen. Dann können wir uns bei der Party treffen. Dann lernen wir da so ein paar Leute kennen. Oft freuen die sich dann: ›Oh, ihr seid ja vom Indernet, bist du nicht der X, bist du nicht der und der‹. Dann kommt man so ins Gespräch.«

Die über ganz West-Deutschland verstreut lebende Redaktion fand so Anlässe, um sich in einem netten Umfeld offline zu treffen. Das positive Feedback, das sie erhielt, motivierte sie für weiteres Engagement. Die Partys waren also auch für die Entwicklung der Redaktion unverzichtbar.

3.3.6. Projekte vernetzen

Anfangs war ein Ziel des Indernets, Projekte vorzustellen und Webseiten zu vernetzen. Die Redaktion bot hierfür ihre Mitgliederliste an. Zudem wies das Portal durch Veranstaltungshinweise und Links auf Initiativen hin. Schließlich führte das Indernet im Editorial eine Liste von befreundeten Webseiten auf, zu denen Ende 2000 neben whatyaar und indianfootball.com auch die »Indian Night« gehörte. Mit whatyaar bestand von Anfang an eine intensive Zusammenarbeit. Die Indernet-Redaktion tauschte sich viel mit Narendra aus und führte gemeinsam Projekte durch. Durch indianfootball.com bekam das Indernet eine kompetente Sportredaktion und diese eine breitere Öffentlichkeit (vgl. 2.2.2: Sport). Gemeinsam organisierten sie Offline-Veranstaltungen rund um Fußball. Unterstützung bekam das Indernet in der Anfangszeit auch von Frank, dem Webmaster der Weststädter Jugendgruppe:

»Habe ich die Jungs kennengelernt und habe gesagt: ›Ja, wir können auch zusammenarbeiten.‹ Seitdem habe ich dann immer, wenn ich bei mir Termine eingestellt habe, David eine Mail geschickt: ›Hier, ich habe mal wieder neue Termine eingestellt, kannst du gerne übernehmen.‹ Zum Teil hat er mir, wenn er irgendwelche Termine entdeckt hat, auch Termine geschickt. Am Anfang war die komplette Terminliste vom Indernet eigentlich meine Terminliste, weil sie überhaupt nicht die

Infoquellen hatten. Damals war das eine nette, partnerschaftliche Zusammenarbeit.«

Damit war er zufrieden, auch wenn er mehr gab als er bekam und nicht als Kooperationspartner angegeben wurde. Ausgeglichenere schien der Austausch mit den bereits bestehenden Internetportalen Indien-Newsletter und suedasien.info. Mit beiden ging das Indernet eine Partnerschaft ein. Die Portale verwiesen aufeinander und wollten Artikel austauschen. Auch mit anderen Internetprojekten versuchte das Indernet Kooperationen aufzubauen, zum Beispiel mit der Seite happyindia. Im Laufe des Jahres 2001 wurde sie vom Indernet kontaktiert, wie Amir erzählte:

»Die haben uns geschrieben, toll, dass ihr das macht. Es wäre doch schön, wenn wir uns gegenseitig verlinken. Da bin ich auf die Seite gegangen und habe einen mittelgroßen Schock gekriegt. Weil man hat doch irgendwo so seine Zielvorstellungen gehabt, wo man hin wollte mit happyindia. Ich wollte eine tolle Bollywood-Seite, gut informieren und da sehe ich plötzlich eine Seite, die perfekt gestaltet ist, wo die Artikel wunderbar sind, wo plötzlich alles das da ist und noch viel mehr, was ich ursprünglich wollte. Da kam schon so dieses Konkurrenzdenken: Oh Gott, wenn ich das jetzt verlinke, da laufen mir doch die ganzen User weg.«

Für Amir war die Anfrage des Indernets eine Bedrohung. Er fürchtete, nicht konkurrieren zu können und ging daher nicht darauf ein. Auch mit dem Internetportal pak24 für Pakistanis in Deutschland kam es zu keiner wirklichen Kooperation. Devraj erzählte, dass sie vorgehabt hatten, gemeinsam etwas zum Unabhängigkeitstag Indiens und Pakistans zu machen: »Berichte schreiben, das von beiden Seiten mal ein bisschen beleuchten«. Dazu gekommen ist es aber nicht.

Während mit den Jahren weitere Partnerschaften eingegangen wurden, fiel das Ziel, Projekte und Webseiten zu vernetzen, bald weg. Je mehr die Redaktion ihr Projekt entwickelte und je mehr Erfolg sie damit hatte, desto weniger sah sie einen Nutzen in vertiefter Zusammenarbeit. Einzelne Redakteur_innen schienen auch nicht zu wissen oder zu vergessen, dass die Vernetzung einmal ihr Ziel gewesen war, wie Debashishs Ausführungen zeigen:

»Zum Beispiel wollten dann so ein paar Leuten gleich am Anfang schon, dass wir zusammen mit denen ein Portal machen und den Namen dann anders nennen. Da klickt man dann drauf und dann gibt es einmal das Indernet und deren Portal. Momentmal, was haben wir eigentlich davon, das bringt uns ja überhaupt nichts. Da wollten die unsere Bekanntheit ausnutzen, um sich selber bekannt zu machen, ohne dass ich da irgendeinen Vorteil für uns gesehen habe.«

Insbesondere beschuldigte Debashish Frank, dass dieser das Indernet kopieren wollte. Devraj erklärte, dass Frank sie als Konkurrenz angesehen habe und sie deswegen vorsichtig geworden seien. Das Thema Konkurrenz war eines, das sich in

den nächsten Jahren weiterentwickelte und manche Zusammenarbeit verhinderte. Für den Start des Indernets war es aber hilfreich gewesen, dass sich das Indernet mit anderen vernetzen und deren Kompetenzen mitnutzen konnte. So etablierte sich das Indernet als das zentrale Internetportal.

3.3.7. Fazit: Ethnopolitische Unternehmer_innen

Die Indernet-Gründer und ihre Redakteur_innen waren von Anfang an bemüht, bereits bestehenden Netzwerke für das Projekt zu nutzen und neue aufzubauen, um sich breiter aufzustellen. Dabei ging es ihnen insbesondere um Netzwerke von natio-ethno-kulturell Gleichen (vgl. 1.2). Im Jahr 2004 waren sie davon überzeugt, das gut geschafft zu haben, wie Devraj erklärte:

»Also zu den meisten indischen Vereinen oder Initiativen oder Projekten in Deutschland haben wir Kontakt in irgendeiner Form. Entweder persönlich oder per E-Mail oder telefonisch, teilweise auch ins Ausland, zum Beispiel auch Holland, als etwas, was etwas näher dran ist und auch Österreich und Schweiz.«

Sie kannten sich in der Szene der indischen Vereine, Initiativen und Projekte aus und waren bekannt. Dies war notwendig, da sie sich zur zentralen Anlaufstelle für alles Indische in Deutschland entwickeln wollten. Wenngleich am Anfang des Projekts die Lust am Experimentieren im Mittelpunkt gestanden hatte und das Thema Indien ihnen dafür nur den notwendigen Inhalt geliefert hatte, gewann die natio-ethno-kulturelle Verortung mit der Zeit zunehmend an Bedeutung. Zum einen, weil sie für die Redaktion persönlich wichtig war und sie dadurch einen Raum der natio-ethno-kulturellen Zugehörigkeit (vgl. 1.3.1) für sich selbst schaffen konnten. Zum anderen, weil sie erlebten, dass sie damit erfolgreich sein konnten, dass es einen natio-ethno-kulturellen Markt für ihr Angebot gab. Die Förderung natio-ethno-kultureller Identifikation und Vernetzung wurde zu ihrem unternehmerischen Ziel.

Brubaker (2004) geht davon aus, dass ethnische Gruppen nicht von sich aus existieren, sondern von ethnopolitischen Unternehmer_innen erst geschaffen werden. (Ethnische) Identität wird als Kategorie der Praxis genutzt und zwar

»by political entrepreneurs to persuade people to understand themselves, their interests, and their predicaments in a certain way, to persuade certain people that they are (for certain purposes) ›identical‹ with one another and at the same time different from others, and to organise and justify collective action along certain lines.« (ebd. 31-32)

Diese ethnopolitischen Unternehmer_innen verfolgen soziale, politische, ökonomische etc. Ziele, die sie ethnisch definieren und zu deren Umsetzung sie unter einer ethnischen Rahmensetzung mobilisieren. In Anlehnung an diese Argumentation

Brubakers lässt sich für Deutschland argumentieren, dass es dort nicht eine Gemeinschaft von Inder_innen (der zweiten Generation) gab, die vom Iinternet und den Anbietenden indisch-definierter Events bedient wurde, sondern dass ethnopolitische Unternehmer_innen diese ethnisch definierte Gemeinschaft erst geschaffen haben (vgl. Goel 2007b; 2014a, 75-77). Die Motive, sich natio-ethno-kulturell-definiert zu engagieren, war dabei sicher für die verschiedenen Akteur_innen unterschiedlich und haben sich mit ihrem persönlichen Engagement gewandelt. Die meisten sind wohl davon ausgegangen, dass es eine ethnische Gemeinschaft ohne ihr Zutun gab und sie nur ein Angebot für diese und sich selbst zur Verfügung stellten. Manche waren dabei von patriotischen Gefühlen geleitet (vgl. 1.4.7), andere wollten gegen Rassismuserfahrungen vorgehen (vgl. Goel 2014b). Je erfolgreicher sie wurden, desto mehr kamen auch andere Motive hinzu: bekannt und beliebt zu sein, etwas Besonderes zu schaffen, prominente Menschen kennenzulernen, an wichtigen Veranstaltungen teilzunehmen oder auch Geld zu verdienen (vgl. Gorny 2009, 86-87).

Für den Erfolg von ethnopolitischen Unternehmer_innen ist entscheidend, dass sie im natio-ethno-kulturellen Markt gut verankert sind, ihr natio-ethno-kulturelles Produkt überzeugend vermarkten und gemeinsam mit anderen ethnopolitischen Unternehmer_innen dafür sorgen, dass ihre Kund_innen Interesse an den natio-ethno-kulturellen Produkten entwickeln und behalten. In der Anfangszeit des Internetportals hat die Iinternet-Redaktion mit ihrem erfolgreichen natio-ethno-kulturellen Netzwerken hierfür ein solides Fundament gesetzt.