

2. Lebensweltliche Werdegänge

Wie gestalten und erhalten als gefährdet geltende Jugendliche Handlungsspielräume und Handlungsfähigkeit im Rahmen verzögerter Berufs- und Bildungslaufbahnen? Am Beispiel des zweiten Kapitels könnte sichtbar werden, welchen Stellenwert hierzu außerschulische Räume bzw. sub- und jugendkulturelle Sphären einnehmen. In diesen vermeintlichen Nebenschauplätzen finden mehr als bloße Nebentätigkeiten von Jugendlichen statt (Lindner, 1981; Stauber, 2014). Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Entkoppelung von Bildung und Beruf scheinen Jugendliche in diesen informellen Sphären mehr denn je einen «adoleszente[n] Möglichkeitsraum» (King, 2013, S. 39) vorzufinden, um eingebettet in gesellschaftlichen Bedingungen *Neues hervorzubringen*.

Mit Interesse ist dabei zu beobachten, wie Jugendliche im Rahmen «adoleszenter Individuierungsprozesse» (King, 2013, S. 44) insbesondere das Internet und die sozialen Medien dafür entdecken, um sich bis hin in alternative Werdegänge und Karrieren fernab von Schule und Beruf zu versuchen, sei es beispielsweise als Influencer:in, Online-Komiker:in, E-Sportler:in, Reseller:in. Der im zweiten Buchkapitel porträtierte Rapper «Baba Uslender» und seine *Hiphop-Crew*, die «Uslender Production», stehen diesbezüglich keinesfalls stellvertretend für die Vielfalt der digitalen Selbstunternehmer:innen, zu denen sich Jugendliche mit oder ohne weiterführenden Bildungsabschluss bis heute gemausert haben. Und doch lässt sich am Beispiel von Baba Uslender mehr darüber verstehen, wie insbesondere auch sogenannte

gefährdete Jugendliche diese digitalen Möglichkeitsräume nutzen können, *um jemand zu werden*.

Als Sohn eines kosovarischen Immigranten und einer kosovarischen Immigrantin wächst der schweizerisch-kosovarische Doppelbürger Granit Dervisah, so sein bürgerlicher Name, im luzernischen Hochdorf auf. Seine Kunstfigur, Baba Uslender, entwickelt er in einem Zwischenjahr, welches er bei Verwandten im Kosovo verbrachte. Seine Mutter hatte ihn zu diesem zwischenzeitlichen Auslandsaufenthalt überredet, nachdem er nach Abschluss der obligatorischen Schule keine Lehrstelle gefunden hatte. Als Kunstfigur beginnt Granit Dervisah in diesem Jahr seine Erfahrungen des Heranwachsens als Jugendlicher mit Migrationshintergrund künstlerisch in Text, Musik und Video zu verarbeiten. Sinnbildlich dafür stehen seine ersten Songs, wie zum Beispiel «Uslender do, Uslender det» oder «Lebe in de Schwiiz», in denen er erstmals den *prekarierten Zugehörigkeitsstatus* (Mecheril, 2003) als *doppelt abwesender* (Sayad, 1999) Jugendlicher mit Migrationshintergrund in Worte fasst. Nicht von ungefähr zitiert er in diesen ersten Songs diverse Ausschnitte einer in Jugendkreisen äußerst populären Talkshow, der «Fohrlor Live»-Talkshow zu Jugend und Gewalt. Sie wurde erstmals im Jahr 2001 auf einem Deutschschweizer Privatsender ausgestrahlt und über die Weiterverbreitung auf sozialen Medien in Form von Memes, Collagen und Videozuschnitts *de facto* zum Jugendkanon auch der nachfolgenden Generation.¹ Sehr wahrscheinlich kann diese Talkshow und insbesondere ihre *Reprise* auf

1 Es ist kein leichtes Unterfangen, diese Talkshow in ihrer Gesamtheit und Rezeption erfassen zu können, ohne sie selbst gesehen zu haben. Vielleicht lässt sich aber erahnen, welchen Stellenwert diese Sendung unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Deutschschweiz hat, wenn berücksichtigt wird, dass diese Talkshow bis heute auf sozialen Medien über vier Million Mal aufgerufen wurde – ganz zu schweigen von den unzähligen Memes, in denen die Protagonist:innen dieser Sendung parodiert und veräppelt werden. Vor diesem Hintergrund könnte davon ausgegangen werden, dass beinahe jeder Jugendliche in der Deutschschweiz weiß, wer Osman und Nadir, die Hauptprotagonisten dieser Talkshow, sind und was sie als pöbelnde Jugendliche mit Migrationshintergrund auszeichnet; nämlich Anders- und Fremdartigkeit bis hin zu einer kri-

sozialen Medien beispielhaft dafür stehen, wie Jugendliche mit Migrationshintergrund in der Schweiz medial als «Balkan-Machos» (Weber und Limina, 2015) oder als eine «Horde pubertärer Wichtigtuer» und «Problemkids» (Schöpfer, 2018) diffamiert werden.

Als «Sozialfigur» (Dietrich und Seeliger, 2013, S. 117) steht der Jugendliche mit Migrationshintergrund stellvertretend für eine Vielzahl von «Zuschreibung[en] potentieller Fremdheit» (Stošić, 2017, S. 82), die selbst in bildungs- und sozialwissenschaftlichen Studien zum Teil etabliert erscheint, wenn es darum geht, das deviante Verhalten eben-dieser Jugendlichen stereotypisierend zu (v)erklären. Granit Dervisah weiß um diese mächtigen *Etikettierungs- und Stigmatisierungsprozesse* (Goffman, 2014); er, seine *Crew* und insbesondere auch sein Publikum wissen, was es für sie als Jugendliche mit Migrationshintergrund in der Schweiz bedeutet, als Ausländer, Shippi, Tschingg usw. abgestempelt zu werden. Vor diesem Hintergrund entwickeln und «feiern» sie gemeinsam den *Paten (Baba) aller Ausländer (Uslender)* als eine *Reaktion* auf diese permanent wiederkehrenden stigmatisierenden, fremdenfeindlichen bis rassistischen *Aufrufe* (vgl. Ivanova-Chessex und Steinbach, 2017), denen sie als Jugendliche mit Migrationshintergrund in der Schweiz in unterschiedlichen Sozialräumen von Schule über Beruf, Verein und Freizeit ausgesetzt sind.

In Anlehnung an Koch und Bojanowski (2013, S. 50) könnte der Hiphop von Baba Uslender demnach als ein *migrantischer Blues* gedeutet werden; als eine musikalische *Gegenidentität* (Seeliger, 2018), die in ihren Wurzeln bis zu den Migrationsballaden der 60er, 70er und 80er Jahre zurückreicht, sich nunmehr aber in Form der exaltierten und expressiven Rapmusik einer jugendlichen Praxis der «Umkehrung des Stigmas» (Castel, 2009, S. 65) verschreibt. Nicht von ungefähr vollzieht sich bei Baba Uslender eine wirkungsmächtige und auch über den Jugendkreis hinaus breit rezipierte Umdeutung der Fremdbezeichnung des Ausländers in die Eigenbezeichnung als Uslender; oder mit den Worten Baba

minellen Karriere im Strafvollzug und der Androhung einer Ausschaffung aus der Schweiz (vgl. Lurati, 2019).

Uslenders: «Als Ausländer musst du «Ausländer» einfach anders schreiben. Ich würde Ausländer eigentlich auch mit «ä» schreiben, aber für das Bild ist es einfach geiler mit einem «e»» (Preite, 2016, S. 375).

Baba Uslender als Kunst- und Witzfigur hat von der jugendkulturellen Online-Sphäre bis hin zum bildungsbürgerlichen Feuilleton Anklang gefunden (vgl. Preite, 2018b). Dennoch ist zu hinterfragen, inwiefern solche kreativen und subversiven Wortspiele eines Jugendlichen mit Migrationshintergrund als ein Beispiel einer «milieubezogene[n] Bildungsaneignung[...]» (Wiezorek und Grundmann, 2013, S. 29) eines sogenannten gefährdeten Jugendlichen auch innerhalb der Schule und ihren «institutionelle[n] Bildungsbewertungen» (ebd.) ähnlich Anerkennung hätte finden können. Ironisch bis tragisch zugleich mutet es deshalb an, wie Baba Uslender mehrmals in öffentlichen Stellungnahmen und selbst im Verlauf eines Interviews betont, dass sein eigentlicher Berufswunsch der des Lehrers gewesen wäre².

Am Beispiel von Baba Uslender könnte demnach ersichtlich werden, wie bereits im *Stigma-Management* ein Akt der Selbstermächtigung und der Selbstbefähigung impliziert ist (Goffman, 2014; Maier, 2013). Da gefährdete Jugendliche nicht von gesicherten und formalisierten Bildungs- und Berufslaufbahnen ausgehen können und sich mit Kategorisierungen, Stereotypisierungen und Diskriminierung konfrontiert

-
- 2 Im Verlaufe des Interviews, welches ich im Jahr 2014 mit Baba Uslender und Ensy, einem Mitglied der «Uslender Production», führen durfte, fragte Granit Dervishaj beiläufig, in welchen Räumlichkeiten wir uns hier befinden. Ich erklärte, dass es sich um die Räumlichkeiten der Pädagogischen Hochschule, also der Lehrpersonenausbildungsstätte handelt. Darauf fragte mich Baba Uslender in seiner stiltypischen Art, bei der offenblieb, ob seine Aussage ernst oder ironisch gemeint war, inwiefern ich ihm nicht dabei helfen könnte, Lehrperson zu werden, bzw. inwiefern ich ihm nicht sogleich hier auf der Stelle ein Lehrdiplom ausstellen könnte. Er würde mich dafür auch gebührend entlohnen. Ich verstand diese Anspielung damals nicht bzw. es war mir nicht möglich, diese Aussage in ihrer ganzen Bedeutung zu kontextualisieren. Erst später las ich in einem Interview, dass Granit Dervishaj bei der Schweizer Illustrierten (Thommen, 2012) angab, gerne die «Fachmittelschule [zu] machen und Reallehrer werden zu wollen».

sehen, scheint es, wie Bude (2013, S. 89) schreibt, nur naheliegend, dass sie auch «Chancen in einem Bereich [suchen], von dem man annimmt, dass er nicht bereits durch herrschende Schichten besetzt und verbarrikadiert» ist. Ähnlich wie das *Geschäft des Onkels*, das eigene *Fitnessstudio*, der eigene *Coiffure-Salon* bis hin zur devianten und (klein)kriminellen Karriere könnte die Kunst- und Witzfigur Baba Uslender als ein «Sprungbrett» (Bude, 2013, S. 89) dienen für einen gesellschaftlichen Werdegang aus der Marginalisierung heraus.

Nicht zuletzt wird bei Baba Uslender als einem Beispiel eines jugend- und subkulturellen Werdeganges außerhalb von formalisierten, zertifizierten und zum Teil auch arbeitsrechtlich geschützten Bereichen von Schule und Beruf *auch* sichtbar, *zu welchem Preis* eben diese Jugendlichen solche und ähnliche selbstunternehmerischen Karrieren betreiben. Sie begeben sich dabei nicht nur auf ein Parkett, das im Unterschied zur formalisierten und zertifizierten Bildungs- und Berufslaufbahn, wie diese Bude (2013, S. 90) formuliert, «am Markt» stattfindet. Entscheidend ist vielmehr, dass sich Jugendliche wie Baba Uslender *ohne Fallschirm*, d. h. beispielsweise ohne Hochschul- und Berufsausbildung, ohne Erbe und Vermögen, selbstständig machen. Vor diesem Hintergrund ist Granit Dervishah alias Baba Uslender mehr als andere «vom Markt», d. h. von *clicks*, *likes* und *hypes*, abhängig. So schnelllebig ihn das Internet dabei auch nach oben und in eine Öffentlichkeit katapultiert, so fraglich bleibt, wie nachhaltig es in diesen außerschulischen und außerberuflichen Bereichen überhaupt gelingen kann, Erfolge zu sichern. Am Beispiel weiterer Vertreter:innen dieser post-migrantischen Jugendkultur (Krompàk und Preite, 2018) deuten sich unterschiedliche Verwertungsformen, Strategien und Resultate an. Diese außerschulischen Werdegänge weiterführend zu untersuchen könnte spannende und relevante, mitunter aber auch ernüchternde Resultate und Erkenntnisse dazu liefern, wie unterschiedlich und ungleich letztlich «Individuierungspotenziale gesellschaftlich verteilt sind» (King, 2013, S. 42).³

3 Die nachfolgenden Unterkapitel (2.1. Migrantischer Hip-hop als Subkultur: Das Fallbeispiel «Baba Uslender»; 2.2. «ich bin nicht integriert, werde diskriminiert

2.1 Migrantischer Hiphop als Subkultur: Das Fallbeispiel «Baba Uslender»

Die Musikvideos der Schweizer «Uslender Production» wurden bis heute mehr als vier Millionen Mal angeklickt. Für Eigenproduktionen ohne Anbindung an marktrelevante Musiklabels und Vertriebe ist diese Popularität einmalig. «Uslender Production» sind drei in der Schweiz lebende Jugendliche und junge Erwachsene mit Migrationshintergrund der zweiten Generation aus Süd- und Südosteuropa, deren Künstlernamen «Baba Uslender», «Effe» und «Ensy» lauten. In ihrer Rapmusik besingen sie ihre Position als «Uslender»⁴ auf kreative und witzige Weise, wie die folgende Zeile illustrieren mag: «Mir sagt man, ich sei diskriminiert, nicht integriert; und dennoch spreche ich so, als hätte ich Germanistik studiert» (Baba Uslender et al., 2012a). Mit ihren Songtexten sind die Musiker in der Schweiz sowohl bei Jugendlichen mit als auch ohne Migrationshintergrund beliebt.

«Uslender Production» ist dabei kein isoliertes Kulturphänomen. In den letzten Jahren finden sich zunehmend Künstler:innen, die in ihren Kulturerzeugnissen mit attribuierten und vorhandenen Migrationshintergründen spielen (Kotthoff et al., 2013). Als prominentestes Schweizer Beispiel gilt spätestens seit seinem Gastauftritt in der Sonntagabend-TV-Sendung «Giacobbo/Müller» der Komödiant Bendrit

und spreche dennoch so, als hätte ich Germanistik studiert») wurden als Artikel erstmals in der Schweizerischen Zeitschrift für Soziologie publiziert (Preite, 2016).

- 4 Der Begriff «Uslender» ist eine spezifisch migrantische Mundartkreation und bezieht sich auf das schriftdeutsche Wort «Ausländer» sowie auf die schweizerdeutsche Wendung «Usländer». Die Rapper beschreiben die Entstehung dieses Ethnolekt-Begriffs (vgl. Androutsopoulos, 2011) wie folgt: «Als Ausländer musst du «Ausländer» einfach anders schreiben. Ich würde Ausländer eigentlich auch mit «ä» schreiben, aber für das Bild ist es einfach geiler mit einem «e». Ich habe das lange ausprobiert und geschaut, was besser passt für den Eindruck und die Assoziationen. Beim «Uslender» mit «e» denke ich sofort an den Shippi [pejorative Bezeichnung für einen in der Schweiz lebenden Albaner, ähnlich dem «Tschingg» für einen in der Schweiz lebenden Italiener].» (Interview mit den Rappern «Ensy» und «Baba Uslender», Februar 2015).

Bajra mit seinen per Smartphone-Kamera aufgezeichneten Sketches über den karikierten Denk-, Verhaltens- und Erziehungsunterschied bei sogenannten «Schweizer- und Ausländerfamilien». Zu nennen sind außerdem der türkisch-bernische «Müslüm» sowie der in Bern lebende und aus Kamerun stammende Logistik-Lehrling und «Facebook-Held» Rash Sakkem Junior Zamorano.

Diesen heterogenen Kulturerzeugnissen ist neben einer thematischen Nähe, einer ähnlichen Ausgangslage («junge Ausländer» überspitzen «Ausländerthemen») sowie der zentralen Bedeutung des Komischen gemeinsam, dass es sich in erster Linie um Internetphänomene handelt (Kotthoff et al., 2013, S. 19). Portale wie Facebook und YouTube sind dabei insofern von Bedeutung, als sie sowohl Zugangswege zu migrantischen Communities bieten als auch deren Etablierung in bestehenden Kulturmonopolen ermöglichen.

Diese spezifische Verbindung von Migrationshintergrund, Komik, Jugendkultur und Internet gilt es vertieft zu betrachten. Daran lassen sich, so die These dieses Beitrags, Fragen der gesellschaftlichen Stellung, Partizipation und Anerkennung der zweiten Migrantengeneration (Mey et al., 2005; Fibbi et al., 2010) in der symbolischen Dimension explorativ ergänzen (Duemmler, 2015). Zentral ist dabei die Annahme der relativen Autonomie der kulturellen Felder (Jurt, 1995) und die sich demnach komplex artikulierende «kulturelle Verarbeitung der sozialen Lage, und soziale Verarbeitung der kulturellen Lage» (Lindner, 1981, S. 187) in und durch ebensolche Praktiken. Der «marché des biens symboliques» (Bourdieu, 1971) stellt ein selten berücksichtigtes, gleichwohl gesellschaftlich bedeutendes Untersuchungs- und Aushandlungsfeld dar. Im Falle von «Uslender Production» kommt ergänzend die Zweideutigkeit zwischen Komik und Ernst (vgl. Kotthoff et al., 2013, S. 19) sowie die stets mitreflektierte Ausgangslage als Sub- und Jugendkultur zwischen *parents culture* einerseits und *dominant culture* andererseits (Clarke et al., 1981, S. 43ff.) hinzu. Zusammen bildet sich so ein mehrschichtiger, offener «Raum der Reflexion und Verhandlung von Differenzenerfahrung zwischen und unter [...] MigrantInnen und Menschen ohne Migrationshintergrund» (Kotthoff et al., 2013, S. 10). Die stereotype Sozialfigur des Ausländers wird dabei zugleich kommerziell

bedient, kulturell zementiert und durch die ironisierten Selbstinszenierungen der Jugendlichen wiederum in Frage gestellt.

So gesehen könnte es von Interesse sein, am Beispiel von «Uslender Production» die gesellschaftliche Stellung und Entwicklung dieser «New Second Generation» (Fibbi et al., 2010, S. 112) explorativ zu erweitern. Dichotomisch-deterministische Sichtweisen werden vermieden, indem weniger nach substantziellen Ergebnissen als vielmehr nach relationalen Aushandlungsprozessen gefragt wird. Vor allem aber lässt sich eine soziologische Perspektive einnehmen, die migrantische Kulturerzeugnisse weder einseitig mystifiziert noch dämonisiert, sondern als relationale Verstrickungen in gesellschaftliche (Jugend-)Dynamiken beleuchtet. Der Rapper «Effe» beschreibt sich in seinem als Antwort auf die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative verfassten Song «Du bisch Willkomme» wie folgt: «Ich stehe für eine neue Generation von Schweizern, aufgewachsen mit Immigrantenkindern, integriert, angepasst und tolerant, denn auch meine Eltern sind nicht von diesem Land» (Effe, 2014). Mit solchen Aussagen steht «Uslender Production» charakteristisch für die selbstbewusste Inszenierung einer zweiten Migrantengeneration in der Schweiz und kann dementsprechend empirisch untersucht werden. Der Beitrag geht dabei von einer «soziosymbolischen Homologie» (Willis, 1981, S. 236) «zwischen kulturellen Stilen und strukturellen Situationen» (Murdock und McCron, 1981, S. 35) aus und untersucht «Uslender Production» als häretische Stellungnahme im «marché des biens symboliques» (Bourdieu, 1971).

Nach dieser Einleitung werden die Themenkomplexe Migrationshintergrund, Komik, Internet und Jugendkultur zueinander in Beziehung gesetzt. Darauf baut die qualitative Analyse von «Uslender Production» als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund auf. Abgeschlossen wird der Beitrag mit einem Fazit, in welchem die Resultate rekapituliert und weiterführend diskutiert werden.

Migrationshintergrund, Komik, Internet und Jugendkultur

Migration bewegt den Kulturbetrieb nicht erst seit heute (Yildiz und Hill, 2015, S. 207ff.). Vermehrt lässt sich ein wissenschaftliches Interes-

se für den Zusammenhang von migrantischen Akteur:innen und künstlerischen Produktionen feststellen (Dogramaci, 2013). Nichtsdestotrotz kommen für Nieswand und Drotbohm (2014, S. 266) «Forschungen zu subkulturellen Szenen, zu Kunst und Kulturproduktion, zu den Creative Industries [...] noch immer häufig ohne jeden expliziten Bezug zur Migration aus». Es bleibt also eine besondere Herausforderung, kulturelle Produktionen von migrantischen Akteur:innen so zu besprechen, dass ihnen eine spezifische Facette nicht abgesprochen, diese zugleich aber auch nicht überbetont wird (Wehrli, 2012).

Interessante Ansätze lassen sich diesbezüglich in aktuellen Forschungen zum Genre der «Ethno-Comedy» finden, spricht den insbesondere Ende der Neunzigerjahre und Anfang des neuen Jahrtausends vermehrt in Fernsehen, Radio und Social Media auftretenden Kulturproduktionen, in denen In- und Ausländer:innen, Migrant:innen und Nicht-Migrant:innen auf unterschiedlich humoristische Weise mit stereotypen ethnischen Vorstellungen, Sprachen und Thematiken spielen und medial erfolgreich rezipiert werden (Kotthoff et al., 2013). Wenn auch hierbei nicht zwingend von einer komplett neuartigen kulturellen Produktionsform auszugehen ist, denn Komik bedient sich seit jeher stereotyper Vorstellungen, sind diese Ansätze für den Beitrag in zweifacher Hinsicht von Bedeutung: Vorliegende Analyse fragt nicht nur nach dem Zusammenhang von Herkunft und Kulturproduktion, sondern fokussiert auf die Frage, weshalb migrantische Akteure ausge-rechnet im spezifischen Genre des Komischen («Ethno-Comedy») für Aufmerksamkeit sorgen.

Nach Jain (2012) äußert sich in dieser «Ethno-Comedy» eine Aktualisierung des an Hall (2001) angelehnten hegemonialen «Spektakel[s] des Anderen». Daran ändert seiner Meinung auch nichts, wenn vermehrt Vertreter:innen von Minderheiten selbst «Ethno-Comedy» produzieren, wie Jain (2014, S. 52) am Beispiel des Deutsch-Türken Kaya Yanar ausführt. Zwar könne solch eine Comedy in «subkulturellen Zusammenhängen durchaus subversive Potenziale» (ebd.) entfalten, vor allem aber markiere Kaya Yanars Comedy «im Rampenlicht der Prime-time die hegemoniale Unterscheidung in liberal-humorvolle und traditionell-unassimilierbare Türken» (ebd.). Demgegenüber attestierten

Kotthoff, Jashari und Klingenberg (2013, S. 14) dem migrantischen Humor im 21. Jahrhundert eine «oftmals unterschätzte [...] [und] zentrale Rolle in der Zugehörigkeits- und Anerkennungsverhandlung in Migrationsgesellschaften und transnationalen Räumen». «Über Scherzaktivitäten», so die Autorinnen weiter, «werden soziokulturelle und ethnische Differenzen nicht nur konstruiert und verfestigt, sondern auch flexibilisiert, unterwandert und/oder ad absurdum geführt» (Kotthoff et al., 2013, S. 14). Trotz unterschiedlicher Positionen sind sich Jain (2014, S. 53) und Kotthoff et al. (2013, S. 18) darin einig, dass die entscheidende Frage der gesellschaftlichen Beurteilung migrantischer Komik darin bestehe zu analysieren, wer genau über wen, wie und wo lacht, bzw. wer oder was überhaupt welche Komik produziert. Damit weisen Jain und Kotthoff et al. darauf hin, dass bei der migrantischen Komik eine gesellschaftlich umstrittene Frage vorliegt. Es geht nicht nur darum zu entscheiden, welche Komik zulässig ist, sondern auch darum auszuhandeln, wer zu bestimmen hat, dass Gewisse über andere lachen dürfen.

«Uslender Production» wissen um diese gesellschaftlichen Aushandlungen Bescheid und nehmen mit ihren künstlerisch-komischen Stellungnahmen an ihnen teil. In ihren Rap-Texten spielen sie mit gesellschaftlichen und symbolischen Grenzen, ohne dabei aufzulösen, was ernst und was ironisch gemeint ist. Für Kotthoff et al. (2013, S. 19) liegt in dieser Ambivalenz eine der Besonderheiten des Künstlers «Baba Uslender». Die zweite Charakteristik verorten sie in der Bedeutung der Online-Community für die Rezeption des Künstlers (ebd.). Davon ausgehend stellen sie die Frage, inwiefern «Youtube [...] zu einem Diskurskanal [wird], der den in den offiziellen Medien der Mehrheitsgesellschaft marginalisierten MigrantInnen eine Stimme und einen Verstärker bietet» (ebd.). In dieser Hinsicht plädieren sie dafür, die spezifische Stellung des Internets als Vertriebsplattform in dieser besonderen migrantischen und jugendlichen Kunstform zu analysieren.

Mit Hugger (2009) gesprochen ließe sich die hohe Bedeutung der Online-Rezeption damit erklären, dass für Jugendliche mit Migrationshintergrund das Internet eine ideale Plattform darstelle, auf welcher sie

ihren «prekäre[n] Zugehörigkeitsstatus» (Mecheril, 2003) in kultureller Hybridität (vgl. Hall, 1994) verarbeiten können. «Uslender Production» lässt sich demnach als hybride Selbstinszenierung betrachten. Die Frage, inwiefern das Internet zur Auflösung oder Reproduktion sozialer Ungleichheiten beiträgt, ist wahrscheinlich so alt wie das Internet selbst (DiMaggio et al., 2001). Dennoch scheint das Internet für Jugendliche auch einen spezifischen Anerkennungsraum darzustellen, in welchem eigene Fragestellungen sowie politische Beteiligung relativ autonom, d. h. unter Peers verhandelt werden können (Pathak-Shelat & Bhatia, 2019).

Der vorliegende Beitrag schlägt nun vor, «Uslender Production» ausgehend von Pierre Bourdieu (1993) Feldkonzept einzuordnen und die Online-Rezeptionsgeschichte, den Migrationshintergrund, die Sprache, den Stil sowie das Oszillieren zwischen Komik und Ernst als Feldposition, Stellungnahmen und Strategien zu analysieren. Nach dem Feldkonzept von Bourdieu ist dabei von einer relationalen Homologie von Position, Stellungnahme und Strategie auszugehen (Jurt, 1995, S. 93ff.). Künstlerische Stellungnahmen können demnach als geschmackliche Abgrenzungen, als Distinktionen, betrachtet werden. Diese sind sowohl spontan als auch erzwungen, weder zufällig noch determiniert und demnach eine immanent klassengesellschaftliche Angelegenheit (Bourdieu, 2007). In einem Feld stehen künstlerische Erzeugnisse immer in Relation zueinander und fungieren je nach Ausgangslage des Künstlers (dominierte oder dominierende Position) entweder als orthodoxe Erhaltungsstrategien oder als häretische Umsturzstrategien (Bourdieu, 1993, S. 109). Erstere sind bestrebt, den Status quo beizubehalten. Letztere zielen auf einen potenziellen Umsturz, allerdings lediglich dadurch, dass die Feldstruktur, nie aber das Feld als solches in Frage gestellt wird. Im Gegenteil: Letztendlich handelt es sich bei häretischen Umsturzstrategien um Eintritts- und Positionierungskämpfe, die das Feld stabilisieren.

Das Feldkonzept von Bourdieu weist mit seiner These der relationalen Homologie von Position, Stellungnahme und Strategie eine interessante Nähe zu den Cultural Studies der frühen Siebziger- und Achtzigerjahre auf. In den Analysen jugendlicher Subkulturen spricht Wil-

lis (1981, S. 236) von einer «soziosymbolischen Homologie» zwischen «kulturellen Stilen und strukturellen Situationen» (Murdock und McCron, 1981, S. 35). Lindner (1981, S. 187) greift darauf zurück und betont, wie «in der kulturellen Verarbeitung der sozialen Lage [...] immer noch die soziale Lage als kulturell verarbeitet durch[scheint]». Zentral für die Cultural Studies ist demnach ihr Interesse für die «Moment[e] der Selbstständigkeit von gesellschaftlichen Individuen, Gruppen und Klassen; ihre interpretativen, synthetisierenden und innovativen Leistungen auf der Grundlage vorgefundener natürlicher und gesellschaftlicher Bedingungen» (Lindner, 1981, S. 187). Als wesentliches Moment der kulturellen Verarbeitung der sozialen Lage hebt Willis (2013) die widerständige Kreativität der jugendkulturellen Praktiken hervor. Diese spezifische Kreativität gilt es nachfolgend am Beispiel von «Uslender Production» genauer zu analysieren.

2.2 «Ich bin nicht integriert, werde diskriminiert und spreche dennoch so, als hätte ich Germanistik studiert»

Die Analyse von «Uslender Production» als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund orientiert sich an der Methodik einer «akteurszentrierten Soziologie» (Gabriel, 2004). Hierbei rücken Personen als lebendige Akteur:innen in den Mittelpunkt der Analyse, wobei insbesondere ihre Sinnkonstruktionen in lebensweltlichen Zusammenhängen interessieren. Willis (2013, S. 199) und Bourdieu (2010, S. 147) sprechen diesbezüglich von der «Logik der Praxis», die es mittels einer «praxeologischen Erkenntnisweise» (Bourdieu, 1976, S. 147) zu erforschen gilt. Zentral hierfür sind Sichtweise und Performanz. Der Beitrag knüpft daran an und schöpft seine Datengrundlage erstens aus vier themenzentrierten Leitfadeninterviews mit ausgewählten Akteur:innen (drei Musikern und einer Kulturkritikerin), zweitens aus Songtexten und Musikvideoanalysen und bezieht drittens Rezeptionsdynamiken in Internet, Tagespresse und Fernsehen mit ein. Die Datenerhebung erstreckte sich über einen Zeitraum von drei Jahren und intensivierte sich seit Oktober 2014. In der Regel dauerten die

Leitfadeninterviews eine Stunde. Die Gespräche wurden aufgezeichnet und unterstanden einer «Beziehung des aktiven und methodischen Zuhörens, die vom reinen Laissez-faire des nicht-direktiven Interviews genauso weit entfernt ist wie vom Dirigismus eines Fragebogens» (Bourdieu, 1997, S. 782). Der Befragungsfokus lag auf den künstlerischen Erzeugnissen und der soziosymbolischen Homologie. Ebenfalls thematisiert wurde die Rezeptionsgeschichte. Alle befragten Interviewpartner und die Interviewpartnerin willigten ein, für den folgenden Beitrag bei den Zitaten namentlich vermerkt zu werden. Die Interviews wie auch die Songtexte wurden in ihrer ganzen Länge im Sinne einer «realistischen Konstruktion» (ebd., S. 792) transkribiert. Die qualitative Datenauswertung folgt einer Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) und bezieht die theoretischen Überlegungen mit ein. Die Kategorienbildung sucht diesbezüglich nach Analogien, Modifizierungen, Übereinstimmungen und Gegensätzen.

Eigenproduktion und ethnische Online-Community

Der Beitrag versteht «Uslender Production» als häretische Stellungnahme, weil es sich erstens um eine Musikproduktion handelt, die sich anfänglich abseits orthodoxer Vertriebsplattformen (marktführende Musikverlage) als jugendliche und migrantische (Sub-)Kultur auf Social Media in besonderer Eigendynamik etabliert und verbreitet hat. Mit ihren selbstproduzierten Musikvideos gelang es den Künstlern, eine eigene Online-Rezeption zu generieren, die aufgrund ihres Ausmaßes und Inhalts auch in nationalen Radio- und Fernsehstationen sowie in der Tagespresse Erwähnung fand. «Uslender Production» entspricht so gesehen einem typischen Internetphänomen, wie es in der populären Musikszene seit Ende der Neunzigerjahre und seit der Krise des Musikbusiness vermehrt vorzufinden ist (Dolata, 2008). Für die Musiker von «Uslender Production» ist dabei unbestritten, dass ihren «ausländischen Fans» (gemeint sind Jugendliche mit Migrationshintergrund) eine entscheidende Rolle darin zukam, diese Aufmerksamkeit der ersten Stunden zu erzeugen. Der Rapper «Ensy» beschreibt diesen Etablierungsprozess im kulturellen Feld wie folgt:

Für mich war das am Anfang wie ein Schock. Wir haben Songs aufgenommen, über Nacht ins Internet auf Youtube und Facebook hochgeladen und am nächsten Tag hatten wir schon über 30 000 Klicks. Von da an ging es Schlag auf Schlag. Es kam die Presse und plötzlich sprechen dich Leute auf der Straße an. (Interview mit dem Rapper «Ensy», Februar 2015)

Im Falle von «Uslender Production» fungiert das Internet dementsprechend als Möglichkeit der Mobilisierung von ethnischen Communities analog beispielsweise zu den Dynamiken, die sich in städtischen Ballungsräumen bei migrantischen Mikrounternehmen der Arbeiterschicht beobachten lassen (Yildiz, 2013). Solange die Unternehmensestablierung maßgeblich von der ethnischen Käuferschicht abhängt, ist von einer reziproken Wechselwirkung zwischen Stadtentwicklung und migrantischem Unternehmertum auszugehen (Ayda et al. 2011). Mit ihren Musikvideos gelang es der «Uslender Production», das Internetnutzungsverhalten von Jugendlichen mit Migrationshintergrund (Bonfadelli et al., 2008, S. 84) als Mobilisierungspotenzial zu verwenden, um ausgehend davon den Kulturbetrieb in Bewegung zu bringen (Yildiz und Hill, 2015, S. 207ff.). «Ensy» textet dazu: «Schweizer Rap, wir wissen was dir fehlt / Es ist Ausländermusik mit Qualität» (Baba Uslender et al., 2012c).

Das selbstinszenierte Spektakel des Anderen

Die Häresie von «Uslender Production» wird im Beitrag zweitens darin verortet, dass es sich um Ausländer, Migranten und um als Ausländer ethnisierte Jugendliche handelt, die sogenannte «Ausländerthemen» und Thematiken der Arbeitsmigration selbstständig und selbstironisch bearbeiten. So wird zum Beispiel im «M3 Song» (Baba Uslender und Effe, 2013) die Fixierung des männlichen Migranten auf große und teure Autos als Dialog zwischen dem «Shippi» Baba Uslender und «Tschingg» Effe ausgehend von einem fiktiven und schlussendlich misslungenen Autodiebstahls aufgearbeitet («Ich habe euch immer gesagt / ich hole mir den M3 mit oder ohne Leasing-Vertrag»). Ähnlich

werden im «Baustellensong» (Baba Uslender und Effe, 2012) internationale Konkurrenz und verschärfte Arbeitsbedingungen im Niedriglohnbereich («Sechs Uhr morgens, Arbeit ruft, heute mache ich keine Pause / denn der andere, der gekommen ist, ist auch ein recht guter Maurer / Chef hat gesagt, bis heute Abend muss die Mauer fertig sein / sonst sucht er sich einen anderen oder nimmt diesen Scheiß-Tschingg von nebenan»), Körperverschleiß durch anstrengende physische Arbeit («O Sole mio, so viele Kilo / mini Rücke isch kaputte / wotti tschutte, doch di Muure muss fertig si in paar Minute») sowie die Möglichkeit einer Verbrüderung in der gemeinsamen Anmeldung bei der Invalidenrente («Komm Shippi / komm Tschingelli / lass uns zu einer anderen Baustelle gehen / Gerüstbau? Gipser? / Scheiss egal, lass uns zur IV gehen») thematisiert.

Damit zeigen «Uslender Production», dass sie als Jugendliche mit Migrationshintergrund nicht nur die «Gelackmeierten sind, die Opfer in einem sozialen System, das sich überwältigend vor ihnen auftrümt und von den kapitalistischen Medien und Einrichtungen des Kommerzes bestimmt wird» (Willis, 1981, S. 17). Sie wissen darum Bescheid, dass über Jugendliche mit Migrationshintergrund vielfach problematisierend und pauschalisierend berichtet wird, so zum Beispiel letzthin anhand der Diskussion rund um den «Balkan-Macho» (vgl. Weber und Limina, 2015). Ebenso haben sie verstanden, dass ihnen als «Ausländer» geringe Erfolgchancen in der Schule und Schwierigkeiten beim Übertritt ins Erwerbsleben zugesprochen werden (Imdorf, 2010; 2011). Darauf rekurrieren sie in ihrer Inszenierung als bildungsferner und pöbelnder Problemfall. Beispielsweise wird gerappt: «Du huere Rotznase muesch bitzli ufasse, ha in Chilbi d Boxchaschte zweimol kaputtschlage» (Baba Uslender et al., 2012a); oder weiter: «Gäbe es ein Schulfach für «Schlägle» [pöbeln], wäre ich Klassenbester» (Baba Uslender et al., 2012c).

Für die Journalistin und Kulturkritikerin Michelle Binswanger ist dieses zweideutige, zugleich ironisierende und dennoch affirmative, vor allem aber nicht aufgelöste Spielen mit dem Klischee das Neue und Spannende an «Uslender Production»:

Wirklich neu an «Baba Uslender» ist für mich vor allem dieses ganze Albaner-Ding. Diese Kultur ist gesellschaftlich negativ konnotiert. «Uslender Production» haben es geschafft, etwas von diesem Negativen wegzunehmen, es auf eine sympathische Art rüberzubringen, ohne aber dieses zum Teil halt Problematische wegzuschleifen, und zu sagen: «Das hat mit uns allen gar nichts zu tun». (Interview mit der Journalistin und Kulturkritikerin Michelle Binswanger, Februar 2015)

Wo beginnt die Kunstfigur «Baba Uslender» und wo hört sie auf? Meint Baba es ernst, wenn er sagt, «du Bauernsohn» oder «wer will Schläg, wer luegt schräg? / das ist Uslender Production / du chunnst mit Kollege, ich mit hundert Bekloppte» (Baba Uslender, 2011). Der auf dem Jahrmarkt pöbelnde Ausländer oder der kleinkriminelle Migrant stellen dabei allseits bekannte «Sozialfiguren» (Dietrich und Seeliger, 2013, S. 117) dar, die breit rezipiert werden können. Sie sind dem/der Hörer:in mit oder ohne Migrationshintergrund sogleich präsent. In Unterscheidung zum sogenannten «harten Ausländer- oder Ghettorap» wie beispielsweise «Bushido», «Haftbefehl» und «Xatar» begnügen sich «Uslender Production» aber nicht damit, diese Sozialfigur des Problem-Ausländers *bloss* affirmativ zu deuten. Sie initiieren eine *subtilere* bzw. *jugendlichere* «Umkehrung des Stigmas» (Castel, 2009, S. 68) und versuchen sich in einem dritten Stuhl (Badawia, 2002), der sich ebenso von einer «subnationalen Mitleidskultur» (Göktürk, 2000) verabschiedet, wie zugleich auch das einseitige «Lachen über die Anderen» (Jain, 2014) der ethnischen Comedy in Frage stellt:

Bis ins Jahr 2011 kannte ich eigentlich nur harten Ausländer-Rap. Damals war es für mich selbst nicht vorstellbar, dass man sich als Albaner in Musik selbstironisch über sich selbst lustig macht. Ich kannte dies nicht. Baba Uslender war auch für mich neu. Als ich seine Sachen zum ersten Mal gehört habe, fand ich es sehr komisch. Ich dachte halt, er sieht komisch aus, rappt komische Sachen, und so hatte auch ich Vorurteile (lacht). (Interview mit dem Rapper «Ensy», Februar 2015)

Der Modus des Komischen kann demnach als Strategie ebenso Aufmerksamkeit generieren wie zugleich eine komisch-humoristische Po-

sition besetzen. Denn die Rezeption von «Uslender Production» in der Schweizer Musik- und Medienlandschaft fällt genauso heterogen aus wie ihre Kulturproduktionen selbst. Der Beitrag schlägt deshalb vor, die Songs von «Uslender Production» zwischen «ulkig» (Stausong), «leicht ulkig» (Baustellensong, M3-Song), «eher ernst» (Heb d Latz, Schwarzi Schoof, Ta qi None) und «ernst» (Kingz) zu unterscheiden. Solange Erstere teilweise ohne Bezug zum migrationsspezifischen Hintergrund der Künstler auskommen, betiteln sich Letztere ausdrücklich mit albanischen Kraftausdrücken («Ta qi Nonen»), die als Ethnolekt-Begriffe unter Jugendlichen Verwendung finden.

Der Künstler Baba Uslender beschreibt diesbezüglich im Interview eine interessante Anekdote. Sie handelt von einer für ihn negativen und dementsprechend abgebrochenen Erfahrung mit einem professionellen Musikmanagement. Dieses hatte ihn zu einem Radiointerview begleitet und als Schwerpunkt des künstlerischen Schaffens lediglich den Fokus auf die ulkigen Songs gesetzt. Ihm missfiel dies, weil er sich in seinem Schaffen einseitig widerspiegelt fühlte. Daraus zog der Künstler die Konsequenz und übernahm fortan sein Management selbst. Baba meint dazu: «Wir wissen am besten, wie unsere Musik zu verstehen ist» (Interview mit dem Rapper «Baba Uslender», Februar 2015).

«Uslender Production» wissen demnach um die Möglichkeit der Aufmerksamkeitsgenerierung im Modus des Komischen Bescheid. Ebenso haben sie verstanden, dass es einer Mehrheitsgesellschaft herzlich guttut, sich über das komische Andere zu belustigen (Jain, 2012, 2014). Dementsprechend nutzen sie diese Möglichkeiten und produzieren ein selbstinszeniertes Spektakel des Anderen, in welchem nicht mehr klar ist, wer eigentlich wen vorführt. Dies lässt sich beispielsweise im Song «Kingz» nachzeichnen, in welchem das jugendliche Streben nach Anerkennung und Selbstbehauptung im gesellschaftlichen Kontext der ethnisierenden Diskriminierung ebenso karikiert wie hervorgehoben wird:

Ich will ein Haus auf dem Mond, wenn schon denn schon richtig / Ich
gehe diesen Weg nicht umsonst / Ich will Gemeindepräsident werden
von Hochdorf / der erste ohne Diplom der Politik macht und so [...] /

und wenn ich einmal zum Banditen werde, dann beschuldige mich und nicht meine Landsleute, du Schwanzgesicht! [...] / also halt die Fresse, denn du bist nicht zum Aushalten, wie der Socken meines Vaters nach der Arbeit. (Baba Uslender et al., 2012c)

Nicht nur spielen «Uslender Production» hierbei mit den von vielen Jugendlichen mit oder ohne Migrationshintergrund geteilten Erfahrungen, pauschal in den gleichen Topf geworfen zu werden. Ebenso machen sie auf die «Dialektik von Entwertung und Aufholjagd» (Bourdieu, 2007, S. 227) im Bildungssystem aufmerksam. Zu guter Letzt mischen sie dem Ganzen noch eine besondere Arbeiterschichtkomik bei («du bist nicht zum Aushalten, wie der Socken meines Vaters nach der Arbeit»), die in ihrer Nicht-Eindeutigkeit eine mehrdeutige Rezeption geradezu herausfordert. Wahrscheinlich liegt darin die von Binswanger attestierte sympathische Art, die entscheidend dazu beigetragen hat, die Popularität von «Uslender Production» auch außerhalb der migrantischen Community zu etablieren. Als Künstler reflektieren sie, wie es einer Elite stets auf Neue gelingt, die aufstrebenden Klassenfraktionen in ihrem angestregten Duktus zu entlarven (Bourdieu, 2007). Dementsprechend suchen sie nach neuen Artikulationsformen, um ihre erstgemeinten Ansagen wortgewandt zu platzieren: «Manche Schweizer brauchen eine kalte <Duschi> [Dusche] / denn Rassismus ist für sie ein Muss, wie für uns eine <Bahnhofsrunni> [am Bahnhof <abhängen>]» (Baba Uslender et al., 2012b).

Die doppelte Artikulation der jugendlichen Subkultur

Im Falle von «Uslender Production» kann demnach der Rückgriff auf die Ausländerthematik und die Verarbeitung im Stil des Hiphop als doppelte Artikulation (Clarke et al., 1981, S. 44f.) von jugendlichen Subkulturen analysiert werden, von Subkulturen also, die sich in ihren kulturellen Praktiken sowohl auf Herkunfts-, sprich Elternkulturen (*parents culture*), als auch auf (kommerzielle) Mehrheitskulturen (*dominant culture*) beziehen und diese subversiv verarbeiten. Mit dem «Dissens [...] von der herrschenden Kultur» kann dabei einerseits die Abgrenzung

gegenüber der bis anhin im kulturellen Feld mehrheitlich vorkommenden Darstellung von Migranten gemeint sein. Andererseits verweist die Eigenkonstruktion des «Uslender» als Re-Definierung des «Ausländers» auf die «partielle oder ins spiegelbildliche Negativ gewendete Übereinstimmung mit der Stammkultur» (Lindner, 1981, S. 187).

Beispielhaft lässt sich diese doppelte Artikulation am Umgang mit dem sogenannten «Ausländerdeutsch» festhalten. In einer Songstelle meint «Baba Uslender» dazu: «Juan Baba U. rappt auf Ausländerdeutsch, denn so versteht auch jeder Ausländer Deutsch» (Baba Uslender et al., 2012a). Das Ausländerdeutsch wird als Ethno- und Soziolekt (Androutsopoulos, 2011) eingesetzt, welcher sowohl pointiert als auch humoristisch über Gemeinsamkeiten der lebensweltlichen Erfahrungen rappen lässt. Als häretischer Rückgriff und als Protestform fungiert dieser ähnlich subversiv wie die Verwendung der Mundart- und Dialektsprachen in diversen Jugendkulturen. Nicht umsonst werden die Songs von «Baba Uslender» mit dem kulturellen Mundarterbe von «Mani Matter» verglichen. So zum Beispiel rappt «Baba Uslender» über die beinahe jedem Secondo bekannte Situation, wie man als Jugendlicher seinem Vater beim allwöchentlichen Denner-Großeinkauf hilft, die Wasserpäckungen (ohne Kohlensäure) vom Auto in den Keller zu tragen («Was ist los Kollege, hat sich nüt verändert / gehe immer noch mit Vater in Denner / kaufe drissig Packige Wasser und helfe / im das Züügs trage von Auto in Keller») (Baba Uslender et al., 2012a). Ein Vorgang, der in der Schweiz nicht zwingend ist (Hahnenwasser ist genießbar) und auf die Situation des eingewanderten Vaters mit in gewisser Hinsicht veralteten und genau deshalb vielleicht auch komischen Gewohnheiten aufmerksam macht.

Nach Kotthoff et al. (2013, S. 25) bietet das Komische hierbei eine Verarbeitungsmöglichkeit von Verlegenheitserfahrungen. In ihrem «Leben in zwei Welten» (Weiß, 2007) können Jugendliche mit Migrationshintergrund deutlich erfahren, wie Verhaltensformen ihrer Eltern in der Mehrheitsgesellschaft belächelt werden. Sie sehen ihre Eltern im inneren Exil und erkennen deren zum Scheitern verurteilte Versuche, die als provisorisch initiierte Migration mit der Illusion einer Rückkehr als «mensonge collectif» (Sayad, 1999, S. 24ff.) aufrechtzuerhalten.

Als Söhne und Töchter nehmen Jugendliche mit Migrationshintergrund an der Deklassierung der Familie aufgrund der möglichen migrationsbedingten Verlusterscheinung des kulturellen Kapitals teil (Soremski, 2010). Dementsprechend sind sie aufgefordert, «Fähigkeiten zur Selbstplatzierung» (Leenen et al., 1990, S. 753) zu entwickeln. Das Komische dient hierbei als Strategie der Rückaneignung: Es geht um den intergenerationalen Aufstieg (Bader und Fibbi, 2012). Es ist ein subversiver Aufstieg, der es erlaubt, sich in einem Immigrationsland das zurückzuholen, was die vorangehende Generation *nolens volens* im Herkunftsland zurückließ.

Der Reim «Denner/Keller» stellt dabei eine äußerst spannende und als Muster auch wiederkehrende «Uslender»-Kreation dar: Als «falscher» schriftdeutscher Reim ändert sich die Ausgangslage in der mündlichen Betonung und Ignorierung der Doppelkonsonante als «Den-er/Kel-er». Exemplarisch lässt sich diese Häresie auch an folgender Textstelle des Songs «Bitte spitte» (Soldat93 und Baba Uslender, 2011) illustrieren: «Hey Baba, du hast einen kranken Wagen / Alter, das ist ein BMW M3 und kein Krankenwagen». Das mündliche und jugendliche Ausdruckswort «krank» (irrsinnig) wird entgegen einer vorschnellen Verurteilung als Sprachfehler kreativ im Wortspiel «kranker Wagen/ Krankenwagen» verwendet:

Solche Wortspiele gibt es schon lange im Hiphop. Das nennt man «spitten». Man sagt zwei Mal Wörter, die genau gleich klingen, aber in der Betonung und Silbentrennung verschiedene Bedeutungen haben. Dies illustriert eigentlich auch sehr gute Deutsch- und Sprachkenntnisse. Solche Wortspiele sind eine Art Kunst. Kreativität ist ihre Voraussetzung. Bei den Gedichten ist es nicht anders. Und wenn man es dann noch auf Ausländerdeutsch macht, nun ja, dann ist es nochmals etwas Neues. (Interview mit dem Rapper «Ensy», Februar 2015)

In dieser doppelten Artikulation unterscheiden sich «Uslender Production» deutlich von Kulturerzeugnissen, die den Ausländer lediglich in der Belustigung verorten. Sie erheben stattdessen den Anspruch, ein eigenes Genre mit eigenem Stil und eigener Sprache zu entwickeln.

«Die Schweiz ist nicht bereit für den kreativen Ausländer»

Für den Künstler Semih Yavsaner alias «Müslüm» liegt in dieser doppelten Artikulation zwischen Herkunftskultur einerseits und dominanter Kultur andererseits ein immanenter Bestandteil der spezifischen Kreativität migrantischer Kulturerzeugnisse. Seiner Meinung nach erlauben und erzwingen diese Ambiguitäten neuartige Positionen; oder in seinen Worten: «Wenn all das, [...] was daheim [parents culture] stattfindet, mit der Gesellschaft hier [dominant culture] nicht kompatibel ist, dann entwickelst du eine Energie, die wahrscheinlich entweder humoristisch sein kann, oder aggressiv oder intelligent oder... Irgendwie sprengt es einen richtig» (Semih Yavsaner zitiert nach Kotthoff et al., 2013, S. 191). Damit definiert er die migrantische Ambiguität des Zwischen-den-zwei-Welten-Seins als Ursprung von kreativem Schaffen, ähnlich wie dies beispielsweise bei deutsch-jüdischen Intellektuellen des 20. Jahrhunderts belegt ist (Scharbaum, 2000, S. 92) oder in gegenwärtiger Managementwissenschaft erforscht wird (Fong, 2006). Mit ihrer selbstbewussten Selbstinszenierung als «Uslender» produzieren «Uslender Production» eine eigene Stellungnahme in der gesellschaftlichen Diskussion rund um den Migranten als Herausforderung und soziales Problem. Auf die Stigmatisierung als Ausländer antworten sie ausgehend von ihrer doppelten Abwesenheit (Sayad, 1999) mit einer Inszenierung des «Uslenders» als Reflexion des «Ausländers». Der «Uslender» übernimmt dabei in seinem oszillierenden Spiel zwischen Ernst und Komik Teile der gesellschaftlich erwarteten Vorstellungen eines stereotypischen Ausländers und Migranten und führt diese ins Absurde.

Aus dieser Perspektive betrachtet halten «Uslender Production» damit einer Mehrheitsgesellschaft den Spiegel vor, um zu schauen, wie diese darauf reagiert:

Es zeigte sich, dass die Leute das einfach wirklich «voll geil» fanden, wenn wir uns als «Uslender» über Ausländer lustig machten, beziehungsweise die Vorurteile bestätigen, also indirekt eben nicht bestätigen, indem man sie bestätigt. Indem wir also selber darüber Witze

machten und die Leute das auch verstanden. Ich meine, wie willst du darauf reagieren, wenn dir jemand sagt, «du bist ein Wichser» und du ihm antwortest «ja, ich bin einer». (Interview mit dem Rapper «Ensy», Februar 2015)

Abbildung 4: Müslüm auf weissem Schaf



Credits: Roger Reist.

«Wenn all das, [...] was daheim stattfindet, mit der Gesellschaft hier nicht kompatibel ist, dann entwickelst du eine Energie, die wahrscheinlich entweder humoristisch sein kann, oder aggressiv oder intelligent oder... Irgendwie sprengt es einen richtig» (Semih Yavsaner alias Müslüm zitiert nach Kotthoff et al., 2013, S. 191).

Mit Goffman (2014) gesprochen, weigert sich «Uslender Production» demnach, den von der Mehrheitsgesellschaft erwarteten Bewältigungsstrategien stigmatisierter Individuen Folge zu leisten. In ihrem Spiel zwischen Komik und Ernst begnügen sie sich nicht damit, «das Eis zu brechen» (ebd., S. 145) und dadurch den sich als «normal» Inszenierenden die inszenierte «Abnormalität» der Stigmatisierung erträglich zu machen (ebd., S. 143f.). Mit ihrem «Uslender» versuchen sie sich in einer hybriden Identität, die weder einen Migrationshintergrund verleugnet noch diesen als unüberbrückbare Differenz markiert. Solange sie dabei auf öffentlich zugänglichen Internetplattformen wie Youtube und Facebook überdurchschnittlich rezipiert werden, bleiben sie ihrer Meinung nach zugleich in etablierten klassischen Medien wie dem Schweizer Radio und Fernsehen weitgehend unbemerkt.⁵ Dies, obschon sie mit ihrem letzten Album im Selbstvertrieb eine Woche lang Platz vier der Schweizer Hitparade belegt haben. In der Tat stellt sich die Frage, inwiefern sich hier parallele Kulturfelder zwischen ausländischem und jugendlichem Internet und Privatfernsehen einerseits (Facebook, Youtube und Joiz TV) und nationalem und erwachsenem Radio und

-
- 5 Zwar wurden die Songs von «Uslender Production» in den nationalen wie privaten Radiostationen und TV-Kanälen im Rahmen einer thematischen Sondersendung (SRF2 Kultur 2014) sowie bei Gastauftritten und Interviews in Jugendformaten (Virus, SRF3) gespielt. Dennoch «schaffte» es tatsächlich nur ein Song in die Tages- und Wochenrotation der kommerziell bedeutenden Radiostationen. Dabei handelt es sich um ein Featurung, sprich einen Gastauftritt bei dem kommerziell erfolgreichen Pop-House-DJ «Mr. Da-Nos» (2013). Zugegeben ist in Krisenzeiten eines Musikbusiness gar nicht mehr so klar, welche kommerzielle Stellung nationale und große private Radio- und TV-Stationen tatsächlich innehaben (Dolato, 2008). Ebenso brechen Einnahmen durch Plattenverkäufe ein und können nur zum Teil durch Online-Plattformen und Streaming-Dienste aufgefangen werden. Dennoch bleibt meiner Meinung nach die Bedeutung der nationalen und großen privaten Radio- und TV-Stationen als nationales Verteilzentrum über die spezifischen Szenen- und Genregrenzen hinaus weiterhin bestehen. Solange «Uslender Production» demnach im Radio und Fernsehen eher als Alternative durchgeht, kann ihre selbstvermarktete Online-Rezeption quantitativ gemessen an den Youtube-Clicks sehr wohl mit dem Schweizer Mainstream (beispielsweise dem Rapper «Stress» und «Bligg») mithalten.

Fernsehen andererseits ausdifferenzieren. Den Rappern fällt es schwer, sich diese Ambiguität zwischen Internethypes und öffentlichem Radio und Fernsehen plausibel zu erklären. Als mögliche Erklärungen vermuten sie von Ängsten über Ausländerfeindlichkeit bis hin zu Ungleichheit und Diskriminierung eine breite Palette mehrheitsgesellschaftlicher Reaktionsmuster. Aus den Interviews geht hervor, dass sie sehr wohl wissen, dass ihnen als pöbelnde Ausländer mehr mediale Aufmerksamkeit zuteilwürde. Ebenfalls haben sie verstanden, wie sich die Komik als sympathische Art der Positionierung verwenden lässt. Dennoch scheuen sie ebensolche Strategien, weil es ihnen um die Musik geht, um ihre spezifische «Uslender-Musik»:

Ensy: Die Schweiz ist nicht «bereit» für den kreativen Ausländer. Letzt-hin hat uns ein Radio-Programmredaktor gesagt – ich hätte ihm eigentlich am liebsten eins in die Fresse gehauen –, wir hätten einen «zu kleinen Bekanntheitsgrad», um im Radio gespielt zu werden. Kannst du dir das vorstellen? Also wirklich, jetzt ganz ehrlich, das ist bitter, wenn du so etwas hörst.

Baba Uslender: Wir wollten ins Radio, weil uns das Internet zu langweilig wurde. Wir hatten da schon alles erreicht: Das Internet ist komplett ausgeschöpft.

Ensy: Sogar Medienleute von «20Minuten» [Gratiszeitung] verstehen nicht, weshalb wir nicht im Radio gespielt werden. Und so muss man sich halt nicht wundern, wenn wir Songs schreiben, in welchen wir die Schweiz wirklich «anpöbeln». Es geht einfach nicht, dass sie uns nicht hereinlassen, obschon wir es uns erarbeitet haben. [...] Sie bringen uns sozusagen bis zum Brunnen und geben uns dann kein Wasser [...]. So hart es auch tönt, ich sage, es hat auch mit Ausländerfeindlichkeit und Angst zu tun. Weil wir dazu stehen, dass wir «Uslender» sind. Wenn man hingegen als Schweizer Ethno-Comedy macht, ist das hingegen okay. [...] Dabei ist es nicht einmal so, dass sie es nicht verstehen. Sie geben dir aber gar keine Chance und das hat wiederum

mit Feindlichkeit zu tun beziehungsweise mit nicht genug offen sein für etwas Neues.

Baba Uslender: Wenn ich als Baba Uslender in einem Song sage «du Huere Schweizer», würde es sofort losgehen: «Okay, als Baba Uslender hast du das und das gesagt, nun sag uns, was denkst du als Granit [Babas Name als Privatperson]?» Sie versuchen mich also als Privatperson dazu zu bringen, «Scheiß Schweizer» zu sagen. [...] «Wie viel Baba Uslender steckt in Granit»; diese Frage kam oft. (Interview mit den Rappern «Ensy» und «Baba Uslender», Februar 2015)

Die Rapper finden klare Worte: Die Schweiz ist ihrer Meinung nach nicht bereit für den kreativen Ausländer. Er widerspreche den gesellschaftlichen Erwartungen. Nichtsdestotrotz verbreitete sich die Musik von «Uslender Production» im Internet wie kaum eine andere in der Deutschschweiz. Diese Ambivalenz von Geringbeachtung und Hype, Kreativität und Unverständnis veranschaulicht wahrscheinlich beispielhaft die *Position* und *Disposition* der «Uslender Production» bzw. von «Baba Uslender» als einem männlichen Jugendlichen mit Migrationshintergrund im kulturellen Feld der 2010er Jahre in der Deutschschweiz.

Zwischenfazit: Wider die Gefährdungszuschreibung

In diesem zweiten Kapitel rückt die «Uslender Production» als Kulturzeugnis von männlichen Jugendlichen mit Migrationshintergrund ins Zentrum der Analyse. Gefragt wurde dabei in Anlehnung an die Cultural Studies nach der soziosymbolischen Homologie zwischen kulturellem Stil und struktureller Situation. Jugendliche mit Migrationshintergrund zeichnen sich nach Mey et al. (2005) durch ihre ambivalente Stellung aus, einerseits als gesellschaftlich aufsteigende und andererseits als im Vergleich zu anderen Jugendgruppen benachteiligte Klassenfraktion. Die zweite Migrant:innen-Generation findet sich zunehmend auf höheren Bildungswegen wieder (Fibbi et al., 2010), ebenso präsent sind sie im Fußball (z. B. Xherdan Shaqiri und Ana-Maria Crnogorčević), in

der Politik (z. B. Sibel Arslan), im Fernsehen (z. B. Bendrit Bajra und Gülsha Adilji) und im Showbusiness (z. B. Vujo Gavric und Angela Martini). Diese «enormen integrativen Leistungen der Migrantinnen und Migranten im Verlaufe der Generationen» (Bader und Fibbi, 2012, S. 7) gilt es in weiteren Untersuchungen feldspezifisch zu analysieren.

In ihren Songs und Videos bezeugen «Uslender Production» ihre Lebendigkeit als gesellschaftliche Akteure. Mit ihrer Musik und ihren Texten beziehen sie Stellung innerhalb eines kulturellen Feldes. Der Modus des Komischen fungiert dabei ebenso als häretische Umsturzstrategie, wie ihre Rezeptionsgeschichte Aufmerksamkeit generiert. Nichtsdestotrotz offenbaren sich auch darin – trotz oder genau aufgrund der Häresie – «symbolische Grenzen» (Duemmler, 2015). Deutlich artikulieren die Künstler ihren Unmut darüber, im Internet festzusitzen. Ebenso sind sie es satt, nur als komische Ausländer wahrgenommen zu werden. Ihr Spiel mit dem Ausländerstigma ist ein komplexes Unterfangen. Als selbstinszeniertes Spektakel des Anderen beruht es auf einem reziproken Verständnis. Ansonsten läuft der «Uslender» Gefahr, unverstanden zu bleiben.

Für Duemmler (2015, S. 396) steht fest, dass «[j]e klarer sich die Grenzlinien gegen bestimmte Personenkategorien gestalten, [es] umso schwieriger ist [...] für davon betroffene Individuen, hybride Identitätsbezüge [...] zu entwickeln und öffentlich zu artikulieren.» Wahrscheinlich lässt sich auch am Fallbeispiel «Uslender Production» die gleiche Dynamik ableiten. Denn als Subkultur «lösen [sie], wenn auch imaginär, Probleme, die auf konkreter materieller Ebene ungelöst bleiben» (Clarke et al. 1981, S. 94). Dennoch könnten die bis jetzt nur spärlich untersuchten kreativen Kulturerzeugnisse von Jugendlichen mit Migrationshintergrund ein Beispiel sein, um gesellschaftliche Ethnisierungsdynamiken und emanzipatorische Bestrebungen wider diese ungleichen Verhältnisse zu thematisieren. Voraussetzung dafür ist eine erkenntnistheoretische Perspektive, die sogenannte gefährdete Jugendliche ohne Negation von sozialer Ungleichheit als lebendige und kreative Akteur:innen ihrer Gegenwart und Zukunft ernst nimmt.