

# "Mir sagt man, ich sei diskriminiert, nicht integriert; und dennoch spreche ich so, als hätte ich Germanistik studiert." : "Uslender Production" als Kulturzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund

Autor(en): **Preite, Luca**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie = Swiss journal of sociology**

Band (Jahr): **42 (2016)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-814648>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

**«Mir sagt man, ich sei diskriminiert, nicht integriert; und dennoch spreche ich so, als hätte ich Germanistik studiert.»  
«Uslender Production» als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund<sup>1</sup>**

Luca Preite\*

## 1 Einleitung

Die Musikvideos der Schweizer «Uslender Production» wurden in den letzten drei Jahren auf Youtube gesamthaft mehr als drei 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<sup>2</sup>. In ihrer Rap-Musik besingen sie ihre Position als «Uslender»<sup>3</sup> 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, Baba Uslender et al. 2012a). Mit ihren Songtexten sind die Musiker in der Schweiz sowohl bei Jugendlichen mit als auch ohne Migrationshintergrund beliebt.

\* Pädagogische Hochschule, Fachhochschule Nordwestschweiz – FHNW, CH-4058 Basel, luca.preite@fhnw.ch.

1 Ich möchte mich bei Albert Düggeli, Alban Frei, Regula Leemann, Deborah Nobs, Aline Schoch, Sandra Staudacher und Corinna Virchow für das Gegenlesen bedanken.

2 In der Folge ist der Einfachheit halber nur noch von Jugendlichen mit Migrationshintergrund die Rede, obschon zugleich immer auch junge Erwachsene gemeint sind. Im Falle von «Uslender Production» handelt es sich um Personen im Alter anfangs und Mitte Zwanzig. Neben der Musik arbeitet «Effe» als Postbote. «Baba Uslender» arbeitete im Detailhandel und verfügt über keinen nachobligatorischen Schulabschluss. Sein Ziel ist es, Lehrperson zu werden. «Ensy» hat seine Lehre als Speditions-Kaufmann vor ein paar Jahren abgebrochen.

3 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. Androustopoulos 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 «Tschinggi» für einen in der Schweiz lebenden Italiener].» (Interview mit den Rappern «Ensy» und «Baba Uslender», Februar 2015). So gesehen erinnert der Begriff «Uslender» an die in der US-amerikanischen Hip-Hop Kultur geläufige Selbstbezeichnung «Nigga» in Unterscheidung zum «Nigger» (Scharenberg 2001).

«Uslender Production» ist dabei kein isoliertes Kultur-Phänomen. In den letzten Jahren finden sich zunehmend Künstler (interessanterweise kaum Künstlerinnen), 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 Bajra (2015) 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-bernsche «Müslüm» (2010) sowie der in Bern lebende und aus Kamerun stammende Logistik-Lehrling und «Facebook-Held» Rash Sakem Junior Zamorano (Jones 2015).

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 Internet-Phänomene handelt (Kotthoff et al. 2013, 19). Portale wie Facebook und Youtube sind dabei insofern von Bedeutung, als dass sie sowohl Zugangswege zu migrantischen Communities bieten als auch deren Etablierung in bestehenden Kulturmonopolen ermöglichen (vgl. Binswanger 2012).

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 (Dümmler 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, 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, 19) sowie die stets mitreflektierte Ausgangslage als Sub- und Jugendkultur zwischen *parents culture* einerseits und *dominant culture* andererseits (Clarke et al. 1981, 43 ff.) 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, 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 ist es von Interesse, die Frage nach einer «New Second Generation» (Fibbi et al. 2010, 112), wie sie in diesem Schwerpunktheft der *Schweizerischen Zeitschrift für Soziologie* gestellt wird, am Beispiel von «Uslender Production»

als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu besprechen.<sup>4</sup> Dichotomisch-deterministische Sichtweisen werden vermieden, indem weniger nach substantiellen 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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, 236) «zwischen kulturellen Stilen und strukturellen Situationen» (Murdock und McCron 1981, 35) aus und untersucht «Uslender Production» als häretische Stellungnahme im «marché des biens symbolique s» (Bourdieu 1971).

Nach dieser Einleitung werden die Themenkomplexe Migrationshintergrund, Komik, Internet und Jugendkultur zueinander in Beziehung gesetzt (Abschnitt 2). Darauf baut die qualitative Analyse von «Uslender Production» als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund auf (Abschnitt 3). Abgeschlossen wird der Beitrag mit einem Fazit, in welchem die Resultate rekapituliert und weiterführend diskutiert werden (Abschnitt 4).

## 2 Migrationshintergrund, Komik, Internet und Jugendkultur

Migration bewegt den Kulturbetrieb nicht erst seit heute (Yildiz und Hill 2015, 207 ff.). Vermehrt lässt sich ein wissenschaftliches Interesse für den Zusammenhang von migrantischen AkteurInnen und künstlerischen Produktionen feststellen (Dogramaci 2013). Nichtsdestotrotz kommen für Nieswand und Drotbohm (2014, 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 AkteurInnen so zu besprechen, dass ihnen eine spezifische Facette nicht abgesprochen, diese zugleich aber auch nicht überbetont wird (Wehrli 2012).

---

<sup>4</sup> Mit seinem Untersuchungsfokus auf «Uslender Production» als einem Kulturerzeugnis von männlichen Jugendlichen mit Migrationshintergrund kann der Beitrag diesbezüglich nur partiell Einblicke gewähren. Des Weiteren werden lediglich deutschsprachige und deutschschweizerische Phänomene besprochen.

Interessante Ansätze lassen sich diesbezüglich in aktuellen Forschungen zum Genre der «Ethno-Comedy» finden; spricht den insbesondere Ende der Neunzigerjahre und anfangs des neuen Jahrtausends vermehrt in Fernsehen, Radio und Social Medias auftretenden Kulturproduktionen, in denen In- und Ausländer, Migranten und Nicht-Migranten 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: Die vorliegende Analyse fragt nicht nur nach dem Zusammenhang von Herkunft und Kulturproduktion, sondern fokussiert auf die Frage, weshalb migrantische Akteure ausgerechnet 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 nach auch nichts, wenn vermehrt Vertreter von Minderheiten selbst «Ethno-Comedy» produzieren, wie Jain (2014, 52) am Beispiel des Deutsch-Türken Kaya Yanar ausführt. Zwar könne solch eine Comedy in «subkulturellen Zusammenhängen durchaus subversive Potenziale» (Jain 2014, 52) entfalten, vor allem aber markiere Kaya Yanars Comedy «im Rampenlicht der Primetime die hegemoniale Unterscheidung in liberal-humorvolle und traditionell-unassimilierbare Türken» (Jain 2014, 52). Demgegenüber attestierten Kotthoff, Jashari und Klingenberg (2013, 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, 14). Trotz unterschiedlicher Positionen sind sich Jain (2014, 53) und Kotthoff et al. (2013, 18) darin einig, dass die entscheidende Frage der gesellschaftlichen Beurteilung migrantischer Komik darin bestehe zu analysieren, wer genau über wen, wie und wo lacht, beziehungsweise 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, 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 (Kotthoff et al. (2013, 19). 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» (Kotthoff et al. (2013, 19). Gemäss Kotthoff et al. (2013, 19) ist es deshalb entscheidend, 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. dazu 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). Unbestritten bleibt aber, dass das Internet für jugendliche Akteure ein spezifischer Anerkennungsraum darstellt, in welchem eigene Fragestellungen *relativ autonom* in selbstinszenierten Peer-Räumen bearbeitet werden können (McGinnis et al. 2007).

Der vorliegende Beitrag schlägt nun vor, «Uslender Production» ausgehend von Pierre Bourdieus (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, 93 ff.). 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 (klassen)gesellschaftliche Angelegenheit (Bourdieu 2013). 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, 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 Willis (1981, 236) von einer «soziosymbolischen

Homologie» zwischen «kulturellen Stilen und strukturellen Situationen» (Murdock und McCron 1981, 35). Lindner (1981, 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, 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.

### 3 «Uslender Production» als Kulturerzeugnis von Jugendlichen mit Migrationshintergrund

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 AkteurInnen (in) ihrer Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft in den Mittelpunkt der Analyse, wobei insbesondere ihre Sinnkonstruktionen in lebensweltlichen Zusammenhängen interessieren. Willis (2013, 199) und Bourdieu (2010, 147) sprechen diesbezüglich von der «Logik der Praxis», die es mittels einer «praxeologischen Erkenntnisweise» (Bourdieu 1976, 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 Akteuren (drei Musikern und eine 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, 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» (Bourdieu 1997, 792) transkribiert. Die qualitative Datenauswertung folgt einer Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) und bezieht die theoretischen Überlegungen (vgl. Abschnitt 2) mit ein. Die Kategorien-

bildung sucht diesbezüglich nach Analogien, Modifizierungen, Übereinstimmungen und Gegensätzen. Zusammengefasst lässt sich die Homologie zwischen Stil und Struktur beispielhaft an folgenden vier Punkten festlegen: 1) Eigenproduktion und ethnische Online-Community (vgl. Abschnitt 3.1); 2) Selbstinszeniertes Spektakel des Anderen (vgl. Abschnitt 3.2); 3) «Uslenderdeutsch» als doppelte Artikulation (vgl. Abschnitt 3.3); 4) Ambiguität als Ursprung der Kreativität von Jugendlichen mit Migrationshintergrund (vgl. Abschnitt 3.4).

### 3.1 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 Medias 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 Internet-Phänomen, 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 (vgl. Stadt Zürich 2008). Solange die Unternehmensetablierung 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 Internet-Nutzungsverhalten von Jugendlichen mit Migrationshintergrund (Bonfadelli et al. 2008, 84) als Mobilisierungspotenzial zu verwenden, um ausgehend davon den Kulturbetrieb in Bewegung zu bringen (Yildiz und Hill 2015, 207 ff.). «Ensy» textet dazu: «Schweizer



Rap, wir wissen was dir fehlt / Es ist Ausländermusik mit Qualität» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, Baba Uslender et al. 2012c).

### 3.2 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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 Autodiebstahl aufgearbeitet («Ich habe euch immer gesagt / ich hole mir den M3 mit oder ohne Leasing-Vertrag»). Ähnlich werden im «Baustellensong» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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»<sup>5</sup>) sowie die Möglichkeit einer Verbrüderung in der gemeinsamen Anmeldung bei der Invalidenversicherung («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 auftürmt und von den kapitalistischen Medien und Einrichtungen des Kommerzes bestimmt wird» (Willis 1981, 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 2015). Ebenso haben sie verstanden, dass ihnen als «Ausländer» geringe Erfolgchancen in der Schule und Schwierigkeiten beim Übertritt ins Erwerbsleben zugesprochen werden (Imdorf 2010; Imdorf 2011). Darauf rekurren sie in ihrer Inszenierung als bildungsferner und pöbelnder Problemfall. Beispielsweise wird gerappt: «Du huere Rotznase muesch bitzli ufpass, ha in Chilbi d Boxchaschte zweimol kaputt schlage»<sup>6</sup> (Baba Uslender et al. 2012a); oder weiter: «Gäbe es ein Schulfach für

5 Hochdeutsche Transkription: «O Sole mio [singend], so viele Kilo / mein Rücken schmerzt / eigentlich möchte ich sogleich Fussballspielen gehen, doch die Mauer muss bald fertig sein».

6 Hochdeutsche Transkription: «Pass gefälligst auf, du Halbstarker! Auf der Kirmes habe ich den Boxkasten zweimal kaputt geschlagen».

«Schlägle» [pöbeln], wäre ich Klassenbester» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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 irgendwie 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, Baba Uslender 2011). Der auf dem Jahrmarkt pöbelnde Ausländer oder der kleinkriminelle Migrant stellen dabei allseits bekannte «Sozialfiguren» (Dietrich und Seeliger 2013, 117) dar, die breit rezipiert werden können. Sie sind dem/der HörerIn mit oder ohne Migrationshintergrund sogleich präsent. In Unterscheidung zum sogenannten «harten Ausländer- oder Ghettorap» wie beispielsweise «Bushido» (2014) für Deutschland oder «L-Montana» (2013) für die Schweiz begnügen sich «Uslender Production» aber nicht damit, diese Sozialfigur des Problem-Ausländers bloss affirmativ zu verwenden. Im Gegenteil: Sie initiieren eine «Umkehrung des Stigmas» (Castel 2009, 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 selber 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 Position 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 «ulzig» (Stausong),

«leicht ulkig» (Baustellensong, M3-Song), «eher ernst» (Heb d Latz, Schwarz 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 gut tut, sich über das komische Andere zu belustigen (Jain 2012; Jain 2014). Dementsprechend nützen 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 ethnischen 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.* (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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 Bedeutung eines Bildungstitels trotz oder genau aufgrund der *Illusion einer Chancengleichheit* (Bourdieu und Passeron 1971) aufmerksam. Zu guter Letzt mischen sie dem Ganzen noch eine besondere Arbeiterschicht-Komik 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 aufs Neue gelingt, die aufstrebenden Klassenfraktionen in ihrem *angestregten Duktus* zu entlarven (Bourdieu und Passeron 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›]» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, Baba Uslender et al. 2012b).

### 3.3 Die doppelte Artikulation der jugendlichen Subkultur

Im Falle von «Uslender Production» kann demnach der Rückgriff auf die Ausländerthematik und die Verarbeitung im Stil des Hip-Hop als *doppelte Artikulation* (Clarke et al. 1981, 44–45) von jugendlichen Subkulturen analysiert werden; von Subkulturen also, die sich in ihren kulturellen Praktiken sowohl auf Herkunft-, 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, 187).

Paradigmatisch 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, Baba Uslender et al. 2012a). Das Ausländerdeutsch wird als Ethno- und Soziolekt (vgl. 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 (SRF2 Kultur 2014). 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 Wasserpackungen (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 / ihm das Züügs trage von Auto in Keller») (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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, 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, 24 ff.) aufrecht zu erhalten. 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, 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 erlaubt, sich in einem Immigrationsland das zurück zu holen, was die vorangehende Generation *no lens 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» (Übersetzung ins Schriftdeutsche durch Autor, 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 Hip-hop. 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.

### 3.4 «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 imma-

ner 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, 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, 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)*

Mit Goffman (1973) 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» (Goffman 1973, 145) und dadurch den sich als «normal» Inszenierenden die inszenierte «Abnormalität» der Stigmatisierung erträglich zu machen (Goffman 1973, 143–144). 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 Internet-Plattformen 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.<sup>7</sup> Dies

<sup>7</sup> 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

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 Fernsehen andererseits ausdifferenzieren. Den Rappern fällt es schwer, sich diese Ambiguität zwischen Internet-Hypes 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 zuteil würde. 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. Letzthin 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» 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 herein lassen, obschon wir es uns erarbeitet haben. (...) Sie bringen uns sozusagen bis zum Brunnen und geben uns dann kein Wasser (...).*

---

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 *Featuring*, sprich einem 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 Verteil-Zentrum über die spezifischen Szenen- und Genre Grenzen hinaus weiterhin bestehen. Solange «Uslender Production» demnach im Radio und Fernsehen eher als *Alternative* durchgehen, kann ihre selbstvermarktete Online-Rezeption quantitativ gemessen an den Youtube-Clicks sehr wohl mit dem Schweizer *Mainstream* (beispielsweise dem Rapper «Stress» und «Bligg») mithalten.

*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 Ausländer-Comedy macht, ist das hingegen ok. (...) 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: «Ok, 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 Wort: Die Schweiz ist ihrer Meinung nach nicht bereit für den kreativen Ausländer. Er widerspreche den gesellschaftlichen Erwartungen. Nichtsdestotrotz verbreitet sich die Musik von «Uslender Production» im Internet wie kaum eine andere in der Deutschschweiz. Diese Ambivalenz galt es genauer zu untersuchen.

#### 4 Fazit

Der Beitrag untersucht «Uslender Production» als Kulturerzeugnis von männlichen Jugendlichen mit Migrationshintergrund und fragt 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. Sie finden 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. Përparim Avdili und 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, 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» (Dümmler 2015). Deutlich artikulieren die Künstler ihren Unmut darüber, im Internet festzusitzen. Ebenso sind sie es satt, nur als komische Ausländer wahrgenommen zu werden (vgl. dazu Abschnitt 3.4 «Die Schweiz ist nicht bereit für den kreativen Ausländer»). 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 Dümmler (2015, 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 lassen sich auch am Fallbeispiel «Uslender Production» ähnliche Dynamiken ableiten. Denn als Subkultur «lösen [sie], wenn auch imaginär, Probleme, die auf konkreter materieller Ebene ungelöst bleiben» (Clarke 1981, 94).

In diesem Beitrag ging es um die symbolische Dimension der zweiten Migrantengeneration in der Schweiz. Die bis jetzt nur sehr spärlich untersuchten kreativen Kulturerzeugnisse von Jugendlichen mit Migrationshintergrund erweisen sich dabei als geeignete Untersuchungseinheiten, um gesellschaftliche Ethnisierungsdynamiken und emanzipatorische Bestrebungen wider diese ungleichen Verhältnisse zu analysieren. Voraussetzung dafür ist eine kompetenzorientierte Perspektive, die Jugendliche mit Migrationshintergrund als kreative Akteure ihrer Gegenwart und Zukunft ernst nimmt:

*Die kulturellen Formen sagen vielleicht nicht aus, was sie wissen oder wissen vielleicht nicht, was sie sagen, aber sie meinen, was sie tun – zumindest in der Logik ihrer Praxis. Und diese zu interpretieren ist nicht unredlich.*  
(Willis 2013, 199)

## 5 Literaturverzeichnis

- Androutsopoulos, Jannis. 2011. Die Erfindung des Ethnolekts. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 164: 93–120.
- Ayda, Eraydın, Tuna Tasan Kok und JanVranken. 2011. Diversity matters: Immigrant entrepreneurship and contribution of different forms of social integration in economic performance of cities. *European Planning Studies* 18(4): 521–543.
- Baba Uslender 2011. Uslender do, Uslender det. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=lkuGX5JmCi8> (19.11.2015).

- Baba Uslender und Effe. 2012. Baustellensong. Musikvideo. Youtube, [https://www.youtube.com/watch?v=KvHIH\\_2hSxw](https://www.youtube.com/watch?v=KvHIH_2hSxw) (19.11.2015).
- Baba Uslender und Effe. 2013. M3 Song. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=Y0k3SZyLLps> (19.11.2015).
- Baba Uslender, Effe und Ensy. 2012a. Heb de Latz Nr. 6. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=BuwpF-14teU&index=3&list=RDzz202jJMhus> (19.11.2015).
- Baba Uslender, Effe und Ensy. 2012b. Schwarzi Schoof. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=haTEfVPwx9o> (19.11.2015).
- Baba Uslender, Effe und Ensy. 2012c. Kingz. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=zz202jJMhus> (19.11.2015).
- Badawia, Tarek. 2002. «*Der dritte Stuhl*» eine Grounded-theory-Studie zum kreativen Umgang bildungserfolgreicher Immigrant\*innen mit kultureller Differenz. Frankfurt a. M.: Verlag für Interkulturelle Kommunikation.
- Bader, Dina und Rosita Fibbi. 2012. *Kinder mit Migrationshintergrund: ein grosses Potenzial. Studie im Auftrag der Kommission Bildung und Migration (KBM) der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK)*. Neuenburg: Forum suisse pour l'étude des migrations et de la population.
- Bajra, Bendrit. 2015. Gastauftritt bei *Giacobbo/Müller*. 8. Februar 2015. Fernsehen. Zürich: SRF.
- Binswanger, Michelle. 18.06.2012. Wie Bligg – aber albanisch und cool. *Tages-Anzeiger*, <http://www.tagesanzeiger.ch/kultur/pop-und-jazz/Wie-Bligg--aber-albanisch-und-cool/story/21254202> (03.04.2015).
- Bonfadelli, Heinz, Priska Bucher, Christia Hanetseder, Thomas Hermann, Mustafa Ideli und Heinz Moser (Hrsg.). 2008. *Jugend, Medien und Migration: Empirische Ergebnisse und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bourdieu, Pierre. 1971. Le marché des biens symboliques. *L'année sociologique* 22: 49–126.
- Bourdieu, Pierre. 1976. *Entwurf einer Theorie der Praxis auf ethnologischen Grundlagen der kabyliischen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Soziologische Fragen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Das Elend der Welt. Zeugnisse und Diagnosen alltäglichen Leidens an der Gesellschaft*. Konstanz: UVK Universitätsverlag.
- Bourdieu, Pierre. 2010. *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre. 2013. *Die feinen Unterschiede Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre und Jean-Claude Passeron. 1971. *Die Illusion der Chancengleichheit. Untersuchungen zur Soziologie des Bildungswesens am Beispiel Frankreichs*. Stuttgart: E. Klett.
- Bourdieu, Pierre und Jean-Claude Passeron. 2007. *Die Erben. Studenten, Bildung und Kultur*. Konstanz: UVK Universitätsverlag.
- Bushido. 2014. Gangsta Rap Kings. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=Pah6mWCwCYo> (19.11.2015).
- Castel, Robert. 2009. *Negative Diskriminierung. Jugendrevolten in den Pariser Banlieues*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Clarke, John, Stuart Hall, Tony Jefferson und Brian Roberts. 1981. Subkulturen, Kulturen und Klasse. S. 39–132 in *Jugendkultur als Widerstand*, hrsg. von Hartwig Berger, Axel Honneth, Rolf Lindner, Utz Mass, Joachim Paech und Rainer Paris. Frankfurt a. M.: Syndikat.
- Dietrich, Marc und Martin Seeliger. 2013. Gangsta-Rap als ambivalente Subjektkultur. *Psychologie und Gesellschaftskritik* 37(3–4): 113–135.

- DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai, Neuman W. Russell und John P. Robinson. 2001. Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology* 27: 307–336.
- Dogramaci, Burcu (Hrsg.). 2013. *Migration und künstlerische Produktion*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Dolata, Ulrich. 2008. Das Internet und die Transformation der Musikindustrie: Rekonstruktion und Erklärung eines unkontrollierten Wandels. *Berliner Journal für Soziologie* 18(3): 344–369.
- Dümmler, Kerstin. 2015. *Symbolische Grenzen. Zur Reproduktion sozialer Ungleichheit durch ethnische und religiöse Zuschreibungen*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Effe. 2014. Du bisch Willkomme. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=bCDgaaAO6Q0> (19.11.2015).
- Fibbi, Rosita, Mathias Lerch und Philippe Wanner. 2010. School qualifications of children of immigrant descent in Switzerland. S. 110–136 in *New Dimensions of Diversity: the Children of Immigrants in North America and Western Europe*, hrsg. von Richard Alba und Mary Waters. New York: New York University Press.
- Fong, C. Ting. 2006. The effects of emotional ambivalence on creativity. *Academy of Management Journal* 49: 1016–1030.
- Gabriel, Manfred (Hrsg.). 2004. *Paradigmen der akteurszentrierten Soziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Goffman, Erving. 1973. *Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Göktürk, Deniz. 2000. Migration und Kino – Subnationale Mitleidskultur oder transnationale Rollenspiele? S. 329–347 in *Interkulturelle Literatur in Deutschland*, hrsg. von Carmine Chiellino. Stuttgart: Metzler Verlag.
- Hall, Stuart. 1994. *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*. Hamburg: Argument.
- Hall, Stuart. 2001. The spectacle of the “other.” S. 324–344 in *Discourse, Theory and Practice. A Reader*, hrsg. von Margaret. Wetherell, Stephanie. Taylor und Simoen J. Yates. London: Sage.
- Hugger, Kai-Uwe. 2009. Suche nach Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit in transnationalen Bildungsräumen des Internet. S. 53–71 in *Migration, Internet und Politik*, hrsg. von Uwe Hunger und Kathrin Kissau. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imdorf, Christian. 2010. Die Diskriminierung «ausländischer» Jugendlicher bei der Lehrlingsauswahl. S. 197–219 in *Diskriminierung*, hrsg. von Ulrike Hormel und Albert Scherr. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imdorf, Christian. 2011. Rechtfertigungsordnungen der schulischen Selektion. S. 225–245 in *Öffentliche Erziehung revisited*, hrsg. von Sigrid Karin Amos, Wolfgang Meseth und Matthias Proske. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jain, Rohit. 2012. Die Comedyfigur Rajiv Prasad in Viktors Spätprogramm – Post\_koloniales Phantasma und die Krise des «Sonderfalls Schweiz». S. 176–199 in *Postkoloniale Schweiz. Formen und Folgen eines Kolonialismus ohne Kolonien*, hrsg. von Patricia Purtschert, Barbara Lüthi und Francesca Falk. Bielefeld: transcript Verlag.
- Jain, Rohit. 2014. Das Lachen über die «Anderen»: Anti-Political Correctness als Hegemonie. *Tangram* 34: 49–54, [http://www.ekr.admin.ch/e-paper/TANGRAM\\_34\\_de/files/assets/basic-html/page49.html](http://www.ekr.admin.ch/e-paper/TANGRAM_34_de/files/assets/basic-html/page49.html) (28.08.2015).
- Jones, Naomi. 16.06.2015. Berner Facebook-Held aus Kamerun. *Der Bund*, <http://www.derbund.ch/bern/stadt/Berner-FacebookHeld-aus-Kamerun/story/15709903> (28.08.2015).
- Jurt, Joseph. 1995. *Das literarische Feld. Das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Kotthoff, Helga, Shpresa Jashari und Darja Klingenberg. 2013. *Komik (in) der Migrationsgesellschaft*. UVK: Konstanz, München.

- Leenen, Rainer, Wolf Grosch und Harald Kreidt. 1990. Bildungsverständnis, Platzierungsverhalten und Generationenkonflikte in türkischen Migrantenfamilien. Ergebnisse qualitativer Interviews mit «bildungserfolgreichen» Migranten der zweiten Generation. *Zeitschrift für Pädagogik* 38: 753–771.
- Lindner, Rolf. 1981. Jugendkultur und Subkultur als soziologische Konzepte. S. 172–193 in *Soziologie der jugendlichen Subkulturen*, hrsg. von Mike Brake. Frankfurt a. M. und New York: Campus Verlag.
- L-Montana. 2013. Bad-Boy. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=Xc1mGJ0SyII> (19.11.2015).
- Mayring, Philipp. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- McGinnis, Theresa, Andrea Goodstein-Stolzenberg und Elisabeth Costa Saliani. 2007. «indnpride»: Online spaces of transnational youth as sites of creative and sophisticated literacy and identity work. *Linguistics and Education* 18: 283–304.
- Mecheril, Paul. 2003. *Prekäre Verhältnisse. Über natio-ethno-kulturelle (Mehrfach-) Zugehörigkeit*. Münster: Waxmann.
- Mey, Eva, Miriam Rorato und Peter Voll. 2005. Die soziale Stellung der zweiten Generation. Analysen zur schulischen und beruflichen Integration der zweiten Ausländergeneration. S. 61–152 in *Eidgenössische Volkszählung 2000*. Neuenburg: Bundesamt für Statistik.
- Mr. Da-Nos. 2013. Proscht! feat. Uslender Production. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=A5YNLneqGfw> (19.11.2015).
- Murdock, Graham und Robin McCron. 1981. Klassenbewusstsein und Generationsbewusstsein. S. 15–38 in *Jugendkultur als Widerstand*, hrsg. von Hartwig Berger, Axel Honneth, Rolf Lindner, Utz Mass, Joachim Paech und Rainer Paris. Frankfurt a. M.: Syndikat.
- Müslüm. 2010. Samichlaus. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=oymDCTVwrhE> (19.11.2015).
- Nieswand, Boris und Heike Drotbohm (Hrsg.). 2014. *Kultur, Gesellschaft, Migration. Die reflexive Wende in der Migrationsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sayad, Abdelmalek. 1999. *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*. Paris: Le Seuil.
- Scharbaum, Heike. 2000. *Zwischen zwei Welten: Wissenschaft und Lebenswelt am Beispiel des deutsch-jüdischen Historikers Eugen Täubler (1879–1953)*. Münster: LIT Verlag.
- Scharenberg, Albert. 2001. Der diskursive Aufstand der schwarzen «Unterklassen». Hip Hop als Protest gegen materielle und symbolische Gewalt. S. 243–269 in *Klasse und Klassifikation. Die symbolische Dimension sozialer Ungleichheit*, hrsg. von Anja Weiss, Cornelia Koppetsch, Albert Scharenberg und Oliver Schmidtke. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Soldat93 und Baba Uslender. 2011. Bitte Spitte. Musikvideo. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=nFJb-kBuHtE> (19.11.2015).
- Soremski, Regina. 2010. Das kulturelle Kapital der Migrantenfamilie: Bildungsorientierungen der zweiten Generation akademisch qualifizierter Migrantinnen und Migranten. S. 52–64 in *Kulturelles Kapital in der Migration*, hrsg. von Arnd-Michael Nohl, Karin Schittenhelm, Oliver Schmidtke und Anja Weiß. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- SRF2 Kultur. 2014. Heimatland Mundart. dd. Month 2014. Radiosendung. Zürich: SRF.
- Stadt Zürich. 2008. *Ethnic Business. Grundlagen, Hintergründe und Perspektiven*. Zürich: Integrationsförderung.
- Weber, Bettina. 22.03.2015. Demütigen, bedrohen, schikanieren. *Sonntagszeitung*, [http://www.sonntagszeitung.ch/read/sz\\_22\\_03\\_2015/nachrichten/Demuuetigen-bedrohen-schikanieren-30736](http://www.sonntagszeitung.ch/read/sz_22_03_2015/nachrichten/Demuuetigen-bedrohen-schikanieren-30736) (19.11.2015).
- Wehrli, Michaela. 2012. «Ich konnte nur so und nicht anders schreiben.» *Migrationsliteratur in der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur der Schweiz. Untersucht am Beispiel von Aglaja Veteranyi und Catalin Dorian Florescu*. Basel: Deutsches Seminar, Universität Basel.

- Weiss, Hilde. 2007. *Leben in zwei Welten: zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Willis, Paul. 1981. «Profane culture» *Rocker, Hippies: subversive Stile der Jugendkultur*. Frankfurt a. M.: Syndikat.
- Willis, Paul. 2013. *Spass am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule*. Hamburg: Argument.
- Yildiz, Erol und Marc Hill. 2015. *Nach der Migration. Postmigrantisches Perspektiven jenseits der Parallelgesellschaft*. Bielefeld: transcript Verlag.