

Hüseyin Soylu: Das Schicksal der Marken? Die Genese der Bedeutung von Marken in Brand Communities

Der vorliegende Fachartikel hat das Thema und Forschungsziel, die Bedeutungsgenese des Markenschuhs Nike innerhalb einer Szene-Markengemeinschaft, die sich der Subkultur ‚Gangsterrap‘ verschrieben fühlt, rekonstruktiv aufzudecken. Die theoretische Basis der Arbeit sind der Sozialkonstruktivismus nach Berger und Luckmann (2010), die Individualisierungsthese Becks und Beck-Gernsheims (1994) die These über die bastelbiographische „Bastelexistenzen“ Hitzlers und Honers (1994). Weitere Bezüge zu Szenegemeinschaften, zur Gangsterrap-Subkultur und Markengemeinschaften sind als erweiterte theoretische Grundlage eingebracht worden. Mithilfe dieser theoretischen Fundierung und des erworbenen Vorwissens wurde die qualitative bzw. rekonstruktive Forschungsmethode der dokumentarischen Interpretation nach Bohnsack (u.a. 2003) ausgewählt. Das Forschungsziel war ausschlaggebend für die Wahl des Forschungsdesigns und der Datenerhebung mittels einer Gruppendiskussion. Es wurden eine szenetypische Gruppe und eine nicht-szenetypische Jugendgruppe untersucht. Am Ende wurden die gewonnenen Auswertungsdaten unter Einbeziehung sämtlicher theoretischer und fallvergleichender Erkenntnisse zusammengetragen und zur Beantwortung der Forschungsfrage genutzt. Es stellte sich heraus, dass der Nike-Schuh neben dem augenfälligen Zusammengehörigkeitsgefühl und der Identifikationsfunktion eine tiefere sinnstiftende Bedeutung als sinnkonstitutives Teilelement innerhalb einer ganzheitlich ritualisierten Alltagswelt der szenetypischen Gruppe erlangt.

Einleitung

Bedrohlich anmutende „Gangster-Rapper“, die melodisch-rhythmisch ihren obszönen Sprechgesang an ein scheinbar jünger werdendes Publikum herantragen und nicht selten szenische Einflüsse in den Lebensbereichen des Szenepublikums etablieren. Oft ist es der Markenschuh Nike, der in der Szene als Zusammengehörigkeitsmerkmal proklamiert wird.

Im vorliegenden Fachartikel geht es um das sinnverstehende Verständnis der Genese der Bedeutung des Markenschuhs Nike in der subkulturellen Szene des „Gangsterraps“ innerhalb einer szenetypischen Gruppen. Die szenetypische Gruppe zeichnet sich als soziale Gruppe in mehrfacher Hinsicht nicht nur als Szene-Gemeinschaft aus, sondern auch als Markengemeinschaft, die szenetypische Elemente mit markenzentrierten Elementen kombiniert. In diesen neuartigen Gemeinschaftsformen

bilden sich verschiedenartige symbolische und sinnstiftende Handlungsmuster aus, die dazu beitragen, dass z.B. Marken in die Erlebnis- und Sinnschichten eingearbeitet und von der Szene-Markengemeinschaft einverleibt werden. Dieses Phänomen der szenetypischen Bedeutungs-genese einer Marke innerhalb solcher sozialen Gruppen ist der Forschungsgegenstand dieser Arbeit. Es soll anhand einer szenetypischen Markengemeinschaft (oder: Szene-Markengemeinschaft), die sich der Subkultur des „Gangsterraps“ verschrieben fühlt, sinnrekonstruierend analysiert werden, welche sinnstiftende und symbolische Bedeutung der Markenschuh *Nike* für sie hat.

Theoretischer Hintergrund

Sozialkonstruktivismus

Nach Berger und Luckmann (2010) produziere der Mensch seine Welt selber (Berger/Luckmann, 2010, S. 51-52). Die menschengemachte, soziale Welt entstehe über die Triade: Externalisierung, Objektivation und der Internalisierung (vgl. Berger/Luckmann 2010, S. 64ff.). Der Mensch sei aus Gründen seiner mangelhaften Instinktausstattung dazu gezwungen, seiner Umwelt gegenüber weltoffen entgegenzutreten (vgl. ebd., S. 49ff.). Das bedeutet, dass er begreifen müsse, in seiner natürlichen, rohen Umwelt nicht überleben zu können, außer er verstehe es, sie nach seinen Bedürfnissen zu einem lebensdienlichen Ort zu machen. In diesem gerichteten Bewusstseinszustand, seine Umwelt kultivieren zu wollen, um seine Lage ins Lebensdienliche zu verbessern, entäußert bzw. externalisiert der Mensch seinen Willenswunsch der Verbesserung (ebd.). Dies geschehe schon, wenn sich zwei Individuen zusammenschließen, um ein gemeinsames Problem zu lösen. Der kollektive Bewusstseinszustand, der darauf gerichtet ist, gemeinsam eine Problemlösung zu erreichen, entäußere gewisse vor-institutionelle Verhaltensweisen (vgl. ebd., S. 58f.). So kann die Externalisierung der Zielerreichung die Objektivation, also verdinglichte bzw. intersubjektiv wahrnehmbare Sachlage, der Arbeitsteilung zweier Individuen initiieren. Sofern es beide Individuen verstehen, sich ihre Arbeitsteilung als routinemäßig ablaufende also habituelle Verhaltensweise zu begreifen (vgl. ebd., S. 60f.). Das Verstehen der Routine der Verhaltens- bzw. Handlungsweisen setze laut den Autoren eine Neigung zur menschlichen Typisierung voraus. Die Reziprozität, in der beide Individuen ihr Handeln als routinierte Handlungsmuster zur Zielerreichung typisieren, folgere sich aus der zwangsläufigen Geisteshaltung der Individuen sich als Wissensträger ihrer Handlungen zu verstehen (vgl. ebd.). Beide wissen somit, dass ihr Handeln stets vom Anderen in der gleichen Weise charakterisiert werde. Diese habituellen Handlungen und ihre reziproken Typisierungen seien eben die Vorstufe einer Institutionalisierung. Die tatsächliche Institutionalisierung findet im Prozess der Weitergabe des über die reziproke Typisierung der habituellen Handlungen erworbenen Wissens ans die nächsten Generationen statt. Das

Verständnis von Normen, Rollen, Rollentypen, deren Erwartungen und so weiter finden ihren institutionellen Niederschlag in der Sozialisation und der damit verbundenen Internalisierung dieses Alltagswissens. Das Wissen und die Verteilung dieses Wissens als alltägliches Gemeingut werden über die Internalisierung zur objektiven Wirklichkeit des Individuums. Über die sekundäre Sozialisation erfahre das Individuum verschiedene Teilwirklichkeiten, in denen es verschiedene Rollen einnehmen müsse mit unterschiedlichen Identitäten (vgl. ebd., S. 148ff.). So entstehe eine Wahrnehmungsform, mit welcher das Individuum diese Wirklichkeitsbereiche als subjektiv wirklich empfinde. Die gesellschaftliche Wirklichkeit bestehe demnach aus institutionalisierten Wirklichkeitsbereichen, in die sich das Individuum stets fortwährend sozialisiert und somit verschiedene Werte und Normen innerhalb dieser Sinnwelten internalisiert (ebd.). In der arbeitsteiligen Gesellschaft könne sich das Individuum in eines der Wirklichkeitsbereiche der Alltagswelt soweit vertiefen, dass es Spezialwissen erwerbe und somit eine Subsinnwelt mit anderen Spezialisten eines Fachbereiches ausmache (vgl. ebd., S. 134f.; 149f.). Somit könne sich eine Subsinnwelt allein mit dem erworbenen und internalisierten Fachwissen und einer exklusiven Zugehörigkeit zu einem Fachgruppenbereich konstituieren (vgl. ebd.). Die *Grundwelt* wäre somit die *Sinnwelt* der Alltagswirklichkeit, in der das Individuum sich mit einem *Rezept-* und *Routinewissen* zurechtfinde (vgl. S. 44f.; 149f.; 159). Dazu zähle es, zu wissen, welche Wissensbereiche zum Fachbereich eines Experten gehören bzw. zu wissen, dass es Anlaufstellen gibt, die wissen, welche Experten sich meinem Problem oder meiner Fragestellung widmen können (vgl. ebd., S. 47f.). So sei die Wissensverteilung innerhalb einer institutionalisierten Gesellschaft sichergestellt und die Alltagswirklichkeit bliebe eine globale Sinnverständigungsebene, in der das Individuum mit anderen der Alltagswelt (fast) ohne Probleme interagieren könne (ebd.).

Individualisierung als Phänomen der Postmoderne

Die Autoren Beck und Beck-Gernsheim (1994) sehen in der Moderne eine Zersetzung der institutionalisierten Alltagswelt hin zu einer institutionell entbundenen Gesellschaft, in der jegliche fest geglaubten Institutionen ihre Bindungskraft verloren zu haben scheinen. Diese Folgerung begründen sie u.a. auf der Beobachtungsgrundlage, dass sich das gesellschaftliche Gemeinschaftsleben losgelöst hat bzw. befreit hat/wurde von Institutionen wie der politischen Fremdbestimmungen (wie den zentralverwaltungspolitischen, alles vereinenden ideologischen Überbau des Kommunismus) oder der über allem stehenden letztinstanzlichen Vorschrift Gottes und dessen sozial-transformatorischen Handlungsanleitung in Form eines Verdikts gegen Renegaten respektive politische Dissidenten (vgl. Beck/Beck-Gernsheim 1994, S. 10ff.). Die Ablösung von fremdbestimmender bzw. gottbestimmender Lebensweisen habe zu dem zwangsläufigen, folgenrechten Übergang zur Selbstbestimmung geführt (ebd.). Das Resultat sei eine Zwangsfreiheit der verpflichtenden Selbstbestimmung (vgl. ebd.). Das

bedeute, dass sich nun Menschen selbstbestimmt, gezielt rational oder nicht für die eine oder andere Lebensgestaltung entscheiden müssen (ebd.). Der Mensch sei gezwungen, Lebensfragen und Lebensentscheidungen eigenverantwortlich zu treffen: eine Selbstverständlichkeit wie die Existenz eines Überwesens und die handlungsleitenden Orientierungsrahmen wurden zuvor „wegrationalisiert“ und eine Lebensentscheidung, die vorher stets fremdbestimmt war, bei der Fehlentscheidungen als etwas Schicksalhafteres und Selbstverständliches abgetan werden konnten, bestehe nunmehr nicht. Es nun bestehe die institutionelle Zwangsfreiheit bzw. Pflichtvorgabe sich entscheiden zu müssen (ebd.). Dieser Prozess führe zu einer zwanghaften Individualisierung der Menschen, sie müssen sich nun zwischen verschiedenen Wahlmöglichkeiten eigenverantwortlich entscheiden und ihr Leben zwangsindividualisiert gestalten (vgl. Beck/ Beck-Gernsheim 1994, S. 13f.). Erziehungsfragen, Sinnfragen und andere Lebensfragen werden nicht mehr u.a. mit Gottes Hilfen beantwortet, es müsse ein vernünftig angeleiteter Abwägungsprozess stattfinden, welcher nur zu oft durch die Mithilfe von Ratgebern oder der postreligiösen Rückbesinnungen oder theologisierten Erklärungen gemeistert werden könne (vgl. Beck/ Beck-Gernsheim 1994, S. 19). Die Gesellschaft verkomme zu einer sozialen Landschaft der institutionellen Individualisierung, in der keine Normalbiographien mehr geschrieben werden, sondern über mühsame Selbstfindungsprozesse Bastelbiographien entstehen (vgl. Beck/ Beck-Gernsheim 1994, S. 10-21; 32-33).

Bastelexistenzen

Auf dieser Grundlage der *wahlbiographischen* Individualisierung einer Gesellschaft führen Hitzler und Honer (1994, S. 307ff.) ihren Begriff der *Bastelexistenz* ein. Sie behaupten, dass das Individuum sich seiner auferlegten Wahlfreiheit und seinem Wahlzwang annehme und seinen eigenen Lebenssinn *bastele* (vgl. Hitzler/Honer 1994, S. 310). Das „Basteln“ ähnele dabei einem Prozess der Sinnsuche, in welchem der Bastler sich aus vielen Sinnangeboten ein eigenes ‚Sinnganzes‘ zusammenfüge, welches bildlich gesprochen einem ‚Flickenteppich‘ ähnele (vgl. ebd. S. 310f.). Dabei nehme der „Sinnbastler“ auf sich und seine „Bastelexistenz“ reflexiven Bezug und überlege sich, welche Sinn-Elemente bzw. Sinnangebote wie Freizeitaktivitäten, Hobbies etc. jeweils zu sich und seinem eigens gebastelten ‚Patchwork‘ passe (vgl. ebd., S. 311). Ferner passe er sein Leben zeitlich entsprechend seinen „Teilenagements“ zu den verschiedenen Sinnangeboten an: „Er stückelt seine Tage aus ‚Zeitblöcken‘ oder ‚Zeit-Teilen‘ zusammen. Er montiert sein Leben – nicht nur, aber vor allem – als Teilhaber an verschiedenen sozialen Teilzeit-Aktivitäten“ (ebd., S. 311).

Die individualisierte Gemeinschaft mit Migrationshintergrund

In dieses individualisierte Umfeld kommen über die Arbeiteranwerbung in den 1960ern und frühen 1970ern Migranten bzw. „Gastarbeiter“ aus u.a. muslimisch geprägten Herkunftsländern, die sich allmählich mit ihren Familien niederlassen und ihr Leben in Deutschland gestalten wollen (vgl. Nonn, 2013, S. 192ff.). Für sie ist die ‚neue Welt‘ Deutschland eine verrückte, ihren traditionell-religiösen Norm- und Wertvorstellungen diametrale Alltagswelt (vgl. Daftari, 2000, S. 138). Innerhalb muslimisch geprägter Migrantenfamilien dient der selbstverständliche Sinnüberbau – aus Religion, Ehrverständnis, soziale Geschlechterordnungen und patriarchalische Geschlechterrollen, Respekts- und Achtungshaltung gegenüber männlichen Familienoberhäuptern, Gewalt als Druck- und Züchtigungsmittel – als Erziehungsvorlage in der primären Sozialisation und wird so an die Folgegenerationen weitergetragen (vgl. u.a. Toprak, 2010; Toprak, 2005; Ottersbach 2009; Kizilhan, 2006; Schiffauer 2006; Schiffauer 1983, S. 87ff.; Bohnsack/Nohl 1998, S. 269f.; El-Mafaalani/Toprak, 2011, S. 63). Ein vorgegebener, selbstverständlicher Sinnüberbau ist vorhanden, der somit die familiäre Alltagswelt der Migranten regelt und strukturiert. Die folgenden Generationen sehen sich jedoch in einem Konflikt: die heimische Sozialisation untermauert ihr Leben mit einer traditionell vorgeprägten Sinnwelt, die Alltagswelt in der sekundären Sozialisation bietet ihnen einen individualisierten Lebensstil an mit verschiedenen Sinnangeboten. Menschen mit Migrationshintergrund ‚vollziehen‘ somit einen Spagat zwischen heimischem Sinnüberbau und einem individualisierten Lebensstil in Deutschland (vgl. u.a. Berger, 2011, S.19; Schiffauer, 2006, S. 4f.). Da den Menschen mit Migrationshintergrund das Gefühl des Nicht-Dazugehörens umgibt, die finanzielle und soziale Schlechterstellungen in der Gesellschaft bewusst werden u.a. aufgrund der räumlichen Segregation in Brennpunktgebieten, der Ausgrenzungserfahrungen und so weiter (vgl. Ottersbach, 2009, S. 51ff.; Ottersbach/Zitzmann, 2009, S. 9ff.) suchen sie sich ihre Zugehörigkeit in sozialen Gruppen ihresgleichen (vgl. hierzu Ottersbach 2009, S.51f.; und Neckel/Sutterlüty 2008, S. 23f.). Es seien Jugendliche mit Migrationshintergrund, die sich von der Rigorosität der heimischen Kultur und ihrer traditionellen Vorprägungen in Teilen befreien wollen und zugleich den Normvorstellungen der Mehrheitsgesellschaft verweigern, um eine eigene Milieu- und Lebenszugehörigkeit zu schaffen (vgl. El-Mafaalani/Toprak, 2011, S. 36). In prekären Lebensräumen steige die Wahrscheinlichkeit, dass Jugendliche mit der gleichen kulturellen Herkunft sich zu Jugendgangs zusammenschließen und ihre Sinnsuche in der eigenen Gruppe stattfindet:

„die Lebenswelt in Jugendgangs [wird] zur alles dominierenden Sozialisationsinstanz (...) Hier versteht man sich, man teilt gemeinsame Erfahrungen und kann Stärke und Überlegenheit demonstrieren. Es wird ein Raum geschaffen, in dem Anerkennung über die Verteidigung von

Ehre und Respekt erfahren wird in diesen Jugendgangs treten die Jugendlichen häufig in Opposition zur Mehrheitsgesellschaft und zur ethnischen Community“ (ebd., S. 13).

„Gangstarap“ als subkulturelle „Heimat“ Jugendlicher mit Migrationshintergrund

Die Hiphop-Szenekultur als Gesamtheit seiner Elemente wie u.a. dem Breakdancing (einer szenetypischen Tanzart), DJing (dem musikalischen Begleiten des Sprechgesangsartisten) und dem MCing bzw. Rapping (eine Form des melodisch-rhythmischen Sprechgesangs) machte erstmals Ende der 1970er in den USA Schlagzeilen, wo sozialschwache Afroamerikaner vor allem das Rap-Element nutzten um ihre prekäre Lage in den selbstbezeichneten „Ghettos“ zu monieren (vgl. u.a. Seeliger, 2013, S. 16ff.; Hitzler/Niederbacher, 2010, S. 84f.; Schröder, 2013, S. 30-39). Die Themenvielfalt reichte vom alltäglichen Leben in den *Ghettos* bis zur Kritik an der Mehrheitsgesellschaft (ebd.). Früh entwickelte sich auch der Hang zur glorifizierenden Selbstdarstellung über das Handeln mit Rauschgift, dem Konsum von Drogen und dem gängigen, gewaltzentrierten Leben in den *Ghettos* als Thema in Rap-Lieder zu werden: diese Themenzentrierung wurde von den Rap-Künstlern selber als „Gangstarap“ bezeichnet (Seeliger, 2013, S. 19f.). Als Kulturimport löste sich deutscher Hiphop in den 1990ern zunehmend von seinem amerikanischen großen Bruder, indem zunehmend Deutschland bezogene Themen aufgegriffen wurden (vgl. Schröder, 2013, S. 36f.). Auch bei den Jugendlichen wurde der Rap zum beliebten subkulturellen Ausdrucksmittel, welcher überwiegend Gewalt zu anderen Jugendgruppen, Kriminalität, Religion, Drogenhandel, die Beschreibung alltäglicher Lebenswelten der Jugendlichen in den marginalisierten Stadtquartieren (dem Leben im Alltag der Ausgrenzung und im sozialen Brennpunkt und auf der „Straße“, zwischen Gewalt und Identitätsfindung in „Gangs“) beinhaltete (vgl. Schröder, 2013, S. 192-194; Seeliger 2013, S. 48ff., 60f.). Somit wurde ähnlich wie in den USA der *Gangstarap* auch bei Jugendlichen in prekären, ausgegrenzten Stadtvierteln als Ausdrucksmittel benutzt – bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist der Anteil der Gewalterfahrung aus familialer Prägung heraus bereits integraler Bestandteil ihrer Alltagswelt und aufgrund der *habituellen Übereinstimmung* (vgl. Bohnsack 2003, S. 62f) konnte diese thematische Gewaltzentrierung womöglich einfacher übernommen werden (vgl. Seeliger, 2013, S. 80ff.; 93-96).

Eine Betrachtung zu Marken

In diesem Fachartikel soll es bei der Betrachtung von Marken nicht um die betriebswirtschaftliche Unternehmenssicht bzw. dem Markenwert gehen. Vielmehr basiert die Betrachtung zu Marken in diesem Artikel auf den Ausarbeitungen von Burmann et al. (2012) und deren identitätsbasiertem Ansatz der Markenführung. In diesem werden die möglichen Berührungspunkte mit der Marke und die verschiedenen Beziehungsebenen zwischen der Marke und dem Konsumenten beleuchtet (ebd.). Für

diesen Artikel ist lediglich die Ausarbeitung der Autoren zum symbolischen Zusatznutzen der Markenfunktion relevant. Dabei liegt der eingrenzende Schwerpunkt auf der Ausarbeitung Burmanns et al. (2012) zum symbolischen Zusatznutzen einer Marke aus der Sicht des Konsumenten. Gesellschaftlich ist es der Wissensbestand, dass ein Schuh dazu dient am Fuß getragen zu werden, um das Gehen auf unterschiedlichen Untergründen problemlos zu ermöglichen. Ist dieses grundlegende Wissen etabliert, kann von einem weitergehenden, dem sogenannten symbolischen Nutzen gesprochen werden. Die Frage ist nun, ob der Schuh als Objekt - neben seinem gesellschaftlichen funktionellen Gebrauch - noch einen symbolischen Nutzen erlangen kann? Viele Dinge in unserem Leben gehen über ihren funktionellen Nutzen hinaus. Das Wort „du“ hat zunächst einmal einen grammatikalisch-semantischen Bezug zur Alltagswelt und wird als Pronomen angesehen. Sprache kann aber auch in diesem Beispiel über die Kontextualisierung situativen Gegebenheiten eine symbolische Repräsentation der Intimität zwischen zwei Personen darstellen (vgl. Berger/Luckmann, 2010, S. 41-42). So kann auch der Schuh mithilfe der Markenkennzeichnung einen symbolischen Mehrwert zugeschrieben bekommen. Um diesen symbolischen Mehrwert zu gründen, muss die symbolische Nutzungsfunktion erst kommunikativ etabliert werden. Markenunternehmen haben diesbezüglich allerlei Möglichkeiten dem Schuh weitergehende symbolische Nutzungsfunktionen zu verleihen, wie z.B. über verschiedene Kommunikationskanäle um diese an das Zielpublikum zu vermitteln. Das symbolische Zusatzwissen muss solange innerhalb der verschiedenen Zielgruppen kommuniziert werden, bis sich dieses erfolgreich in der konativen Handlungsabsicht in einer Kaufentscheidung niederschlägt. Die Marke kann so zum symbolischen Bestandteil innerhalb einer Gruppe bzw. verschiedener Gesellschaftsschichten z.B. als Statussymbol werden. Anders herum können Marken aus ihrer Markenpersönlichkeit herausgerissen werden, indem sich Zielgruppen innerhalb ihrer Peer-Gruppe ‚anders‘ in Bezug auf die Marke verhalten. Somit kann es möglich sein, dass sich Käufergruppen ihre eigene Markenpersönlichkeit schaffen und die Marke als Symbol ihrer eigenen Subkultur ansehen und ihr verschiedene symbolische Zusatzwerte zuschreiben.

Rapper als Symbolverkäufer

Was die (wissens-)soziologische Betrachtung angeht, leistet *die* Marke als besonders gekennzeichnetes Produkt innerhalb der einer Lebenswelt einen möglichen Sinnbeitrag. Diese kann innerhalb der Peer-Gruppe als Zugehörigkeitsmerkmal lebensweltlich „eingearbeitet“ werden oder aber auch als Statussymbol dienen. Stärker denn je scheinen sich sogenannte ‚Vordenker‘, ‚Vorpräger‘, „*Symbolverkäufer*“ (Willems, 2009, S. 91f.) oder – um auf ihren funktionellen Zweck anzudeuten – *Intermediäre* in den Markenbeziehungsprozess einzuklinken. Diese Personen kommen nach Willems (2009) sinnvermittelnd in den diversen Medienräumen zum Vorschein. Im Gangsterrap, wie wir bereits festgestellt haben, sind vermehrt „Gangster“-Rapper zugange, die aus milieuähnlichen Verhältnissen

stammen und die gleiche Alltagswelt wie ihre Hörerschaft (meist Jugendliche mit Migrationshintergrund) erfahren haben, welche sich mit ihnen identifiziert. „Straßen“-Rapper werden u.a. auch mithilfe ihrer Prominenz und Popularisierungskraft via medialer Räume wie u.a. YouTube immer stärker als Sinnvermittler ihres Szenepublikums angesehen (vgl. ebd.). Somit wird der Gangster-Rapper zum ‚geborenen‘ Symbolverkäufer innerhalb ihrer Publikums(sub)kultur. Symbolverkäufer (in unserem Fall Rapper) seien demzufolge Medienfiguren, die sich mit ihrer eigenen Szene, die sie selber repräsentieren, und der Publikumskultur sehr gut auskennen und sie in allen Feinheiten verstehen – und somit auch die Fähigkeit haben, kulturelle Variationen der eigenen Szenekultur dem Szenepublikum anzubieten (vgl. Willems, 2009, S. 91f.).

Szene-Markengemeinschaft

Das Modell der dynamischen Betrachtung von Brand Communities trifft mit ein wenig perspektivischer Betrachtung auch auf die hier untersuchten subkulturellen Vergemeinschaftungsformen der Jugendszene zu (vgl. von Loewenfeld, 2006, S. 102ff.). Dabei lässt sich die Beziehung der Marke zum Kunden als Marke-Kunde-Kunde-Beziehung auffassen (vgl. von Loewenfeld 2006, S. 98f.). Die Markengemeinschaft schafft sich ihre Bedeutungsinhalte in großen Maßen selber, und hat damit einen erheblichen Einfluss auf die Markengestaltung und sie bietet ihren Mitgliedern Orientierungsmöglichkeiten entlang der verschiedenen Markenbesitztümer und der szenetypischen Musik mit ihrem szenetypischen Erscheinungsbild (ebd.). Die posttraditionalen Gemeinschaften der Markengemeinschaft schaffen sich ihre eigenen „Markenevents“, indem sie sich innerhalb ihrer Gruppe mit ihren neuerworbenen Schuhen beglückwünschen lassen. Sie erhalten Zuspruch und haben somit „soziale (oft emotional geprägte) Vorteile, die durch die Interaktion mit anderen Mitgliedern innerhalb der Community entstehen“ (von Loewenfeld 2006, S. 98). Insofern verbinden die Mitglieder einer Jugendszene-Markengemeinschaft die Themenzentrierung (in unserem Fall den „Gangsterrap“) mit bestimmten (Kleidungs-)Marken, zu denen der Nike-Sneaker als Schuhkleidungsstück gehört. Der Begriff der Markengemeinschaft (auch synonym: Brand Community) versteht sich in dieser Arbeit als sozialer Aggregationsort mit verschiedenen (sub-)kulturellen Gemeinsamkeiten und szenetypischen „Kapitaleinbindungen“ (vgl. McAlexander et al. 2002, S. 39)

Fragestellung

Um das Verständnis der Bedeutungsgenese des Markenschuhs in einer Szene-Markengemeinschaft des Gangsterraps nachvollziehen zu können, muss diese Fragestellung folgendermaßen formuliert werden: Welche Bedeutung hat der Markenschuh *Nike* für die Heranwachsenden mit Migrationshintergrund in der subkulturellen Szene-Markengemeinschaft des „Gangsterraps“? In der Fragestellung

spiegelt sich das sinnverstehende Forschungsinteresse wider, welches sich nicht mit der oberflächlichen Beobachtung und Einschätzung des Phänomens als Szenemerkmale bzw. Zusammengehörigkeitsmerkmal einer Gruppe zufriedengibt.

Empirischer Teil

Methodologie und Methode

Für die Erschließung der Wissensbestände innerhalb des handlungsbedingten Rahmens in der Gruppendiskussion benutze ich die von Bohnsack entwickelte interpretative Herangehensweise der dokumentarischen Methode der Interpretation (u.a. im Werk: 2003). Laut ihm sind wissensimmanente Sinnabschnitte bzw. innerhalb einer Gruppe verortetes Wissen über den Sinn ihrer Gruppenhandlungen nur erlangbar und freilegbar, wenn die geteilten Erfahrungswelten der Gruppe (hierzu gehört u.a. gruppenspezifische Sprache, gruppenspezifisches „Eigenwissen“ und so weiter) nachvollziehend verstanden werden. Bohnsack nennt diese Räume der geteilten Erfahrung konjunktive Erfahrung (vgl., 2003, S. 59f). Um die Gruppen also zu verstehen, gehört die artifizielle Aneignung einiger ihrer Sinnwelten und deren Alltagshorizonte, Bohnsack nimmt hierbei Bezug auf Mannheim: „erfassen wir (...) beim Verstehen der geistigen Realitäten, die zu einem bestimmten Erfahrungsraum gehören, die besonderen existentiell gebundenen Perspektiven nur, wenn wir uns den hinter ihnen stehenden Erlebniszusammenhang irgendwie erarbeiten“. (Mannheim 1980, S. 272, zitiert nach Bohnsack 2003, S. 60). Das bedeutet also, dass innerhalb solcher Gruppendiskussionen eine Handlungshaltung der Teilnehmer – wenn man theoretisiertes Wissen einmal beiseitelässt – beobachtbar wird und als „Handlungsetwas“ aufzufassen ist. Wird man sich nun im Klaren, dass dieses Etwas an Handlung, dass mir die Gruppenteilnehmer als Gruppe entgegenbringen einen immanenten Gruppensinn besitzt, entsteht vor dem Hintergrund ihrer Handlungspraxis ein bedeutungsträchtiges Etwas an Handlung. Diese Bedeutungsträchtigkeit sollte sinnverstehend erfahrbar gemacht werden, hierzu muss die Handlungspraxis im Verlaufsprozess sinnhaft erkennbar werden, respektive das Sinnverstehen folgt unweigerlich mit dem Erkennen des *modus operandi* und während des Verlaufsprozesses der rekonstruierbaren Genese der Handlungspraxis, an dessen Ende die erkenntnisreiche Nachvollziehbarkeit steht (vgl. ebd. S. 60). Somit zielt der methodische Zugang dieser Arbeit darauf ab, die verschiedenen konjunktiven Erfahrungsräume aufzudecken, die sich (also nicht nur im Generationenzusammenhang) im individualisierten Miteinander der Heranwachsenden in verschiedenen aufgelagerten Erfahrungsräumen innerhalb der Gruppe synthetisiert haben. Dies hat zum Ziel, dass die Bedeutung und dessen Genese innerhalb der Gruppe rekonstruiert werden kann, und die Forschungsfrage dahingehend beantwortet wird. Um die Bedeutung des Markenschuhs innerhalb der Gruppe zu verstehen, müssen wir uns den *Erlebniszusammenhang* bzw. der *Erfahrungsraum* als Orientierungsrahmen der

Gruppe erschließen (vgl. Bohnsack 2003, S. 59f.). Das Ziel ist es also, das atheoretische, implizite Wissen, das über den konjunktiven Erfahrungsraum der Gruppe, also über ihren gemeinsam geteilten Erlebniszusammenhang, vorhanden ist, zu verstehen. Das (Sinn-)Verstehen dieser Handlungspraxis (dieses impliziten, atheoretischen Wissens) wird mithilfe der *dokumentarischen Interpretation* passieren (vgl. Bohnsack 2003, S. 60f.). Mithilfe dieser Methode soll die Perspektive der handelnden Gruppe eingenommen werden, um ihre subkulturelle Szenewelt aus ihrer Sicht zu sehen (ebd.). Im Handeln der Gruppe lassen sich sodann drei Sinnperspektiven erkennen, den *intendierten Ausdruckssinn*, den *objektiven Sinn* und den *Dokumentensinn* ihres Handelns (vgl. Hofmann 1996, S. 51). Als „objektiven Sinn“ des Handelns kann man alltägliche Handlungsmuster beschreiben, die von allen Teilnehmern einer Gesellschaft erkannt werden können, da sie zu erwartende Handlungsmuster darstellen (vgl. ebd.). Der „Ausdruckssinn“ ist die Motivation und Intention des Handelns, zwischen diesen beiden entsteht der „Dokumentensinn“, die Handlungspraxis bzw. der Habitus oder auch modus operandi eines Menschen bzw. einer Gruppe (vgl. Bohnsack 2003, S. 62f.). Somit wird der subjektive Handlungssinn transzendiert und mithilfe der dokumentarischen Methode können die dahinterliegenden Sinnstrukturen des Handelns – welche dem Handelnden nur implizit vorhanden sind, also nicht reflexiv vom Handelnden selber erklärt werden kann – verstanden werden. In der Gruppendiskussion kann der immanente (reflexiv-theoretische) Sinn von dem des dokumentarischen Sinns unterschieden werden, indem die interaktive Diskussion innerhalb der Gruppe dazu führt, dass die Gruppe alltägliche Wissensstrukturen freilegen. Diese Gruppendarstellungen über sich selbst, zeigen ihren konjunktiven Erfahrungsraum, der dann ihre Orientierungsrahmen, ihre Handlungspraxis dokumentiert (ebd. S. 62ff.).

Datenerhebung und Auswertung

Da die Arbeit darauf abzielt, die Bedeutung des Markenschuhs innerhalb einer szenetypischen Markengemeinschaft zu eruieren, bietet sich die Gruppendiskussion als Erhebungsmethode regelrecht an. Innerhalb der Gruppendiskussion können die gruppen-immanenten Sinnstrukturen über Leitfragen, die die Selbstläufigkeit der interaktiven Gruppendiskussion einleiten soll, aufgedeckt werden. Im diskursiven Miteinander der Gruppe kann somit der Orientierungsrahmen rekonstruiert werden, der sich durch die Diskussion dokumentiert. Es wurden als Sampling zwei kontrastive (jugend- bzw. heranwachsenden) natürliche Gruppen untersucht. Die subkulturelle, szenetypische Gruppe, die sich um das Thema des „Gangsterraps“ und des Markenschuhs „Nike“ zentriert. Diese Gruppe nenne ich „Shishabar“, da die Gruppendiskussion in einem Shisha (Wasserpfeifen) Café stattgefunden hat und eine kontrastive Vergleichsgruppe, die ich „Jugendhaus“ genannt habe (da die Gruppe sich gerne in einer Jugendeinrichtung treffen und die Diskussion auch in solch einer Freizeiteinrichtung für Kinder und Jugendliche stattgefunden hat). Um die Vergleichbarkeit herzustellen und die „*Aspekthaftigkeit*“

(Bohnsack 2003, S. 115) des Gruppenwissens darzustellen (vgl. Bohnsack 2003, S. 115), wurden dieselben vier Leitfragen in beiden Gruppen gestellt, lediglich in der Gruppe „Shishabar“ wurde ein einleitender Stimulus in Form eines Raptextes (den ich versucht habe melodisch-rhythmisch wiederzugeben) gesetzt, um das Diskussionsverhalten zu ihrer eigenen Szene und zu den Inhalten des Textes zu beobachten und zu untersuchen. Im Folgenden werde ich nun die vier Leitfragen kurz vorstellen:

- 1) Wie habt ihr euch als Gruppe zusammengefunden, was macht euch als Gruppe aus und was macht eure Gruppe besonders?
- 2) Wie redet ihr über den Kleidungsstil/Stil anderer Gruppen, wie verlaufen Gespräche innerhalb eurer Gruppe zum Kleidungsstil anderer ab (ihr seht zum Beispiel jemanden, der anders gekleidet ist und keine *Nike Free* oder *Air Max* trägt). Wie könnte so ein Gespräch ablaufen?
- 3) Was verbindet ihr als Gruppe mit den *Nike*-Schuhen, was stellen die Schuhe für euch dar?
- 4) Wie positioniert ihr euch zu anderen Gruppen und welche Rolle haben die Schuhe dabei bzw. welche Bedeutung haben die Schuhe dabei?

In der ersten Frage geht es um die Gruppenentstehungshistorie, um den konjunktiven Erfahrungsraum der Gruppe freizulegen, in denen sie ihre maßgeblichen Erlebnisse teilen. In der zweiten Frage geht es darum, dass kommunikative Gruppenverhalten innerhalb ihres Orientierungsrahmens zu anderen Kleidungsstilen zu rekonstruieren. Die dritte Frage zielt auf die gruppeninterne Bedeutung und Genese des Schuhs innerhalb ihres Orientierungsrahmens ab. Die vierte Frage inkorporiert das Wissen aus der zweiten und dritten Frage und versucht über die reflexive Erklärung der Gruppenpositionierung, die generierte Bedeutung des Schuhs in die subkulturelle Gruppenidentität einzuordnen. Die Gruppendiskussion wurde über eine Tonbandaufzeichnung mithilfe des Transkriptionstools *f4transkript* transliteriert.

Im folgenden Kapitel werden die relevanten Ergebnisse der Auswertungen beider Gruppendiskussionen in Bezug auf die Forschungsfrage zusammengefasst und fallvergleichend dargestellt werden. Dabei ist anzumerken, dass die Jugendgruppe „Jugendhaus“ im Fallvergleich als Vergleichshorizont für die hier behandelte Schwerpunktgruppe „Shishabar“ dient. Die über die Forschungsliteraturrecherche gewonnenen Erkenntnisse werden in die gesamte Fallbeschreibung einfließen und bilden somit den Forscherstandpunkt als theoretisch erworbener, zusätzlicher Vergleichshorizont.

Ergebnisse und Fazit

Im Fallvergleich bestätigen sich die über die reflektierende Interpretation gewonnenen Aussagegehalte mithilfe der Vergleichshorizonte. Als Vergleichshorizont zur Schwerpunktgruppe „Shishabar“ wurde eine nicht szenegebundene, natürliche Gruppe – „Jugendhaus“ – befragt. Im direkten Fallvergleich bestätigen sich die Gegenhorizonte der Gruppe „Shishabar“ in Bezug auf den Kleidungsstil als

immanentes Gruppenmerkmal. Für die Gruppe „Shishabar“ stellt der Kleidungsstil eine symbolische Repräsentation ihrer Alltagswelt als ‚Ritualwelt‘ dar. Das bedeutet, dass das äußere Erscheinungsbild lediglich einen Teil der symbolischen Gesamterscheinung ausmacht. Man muss sich dies folgendermaßen vorstellen: Die Teilelemente wie Markenschuhe, Frisur, Verhalten, Wertvorstellungen, ‚Ortsgebundenheit‘ etc. sind in der Einzelbetrachtung bedeutungslos. Die Teilelemente gewinnen ihre symbolische „Kraft“ bzw. Bedeutungsgenese erst im gesamten Zusammenspiel aller Elemente. Das Zusammenkommen dieser Teilelemente re-aktualisiert immer wieder aufs Neue die symbolische Bedeutungskraft für die Gruppe. Die Teilelemente sind somit sinnkonstitutiv für die Bildung der Subsinwelt der Gruppe „Shishabar“. Ein wichtiges weiteres sinnkonstitutives Teilelement (neben den äußeren Merkmalen) ist die Ortgebundenheit im „Ghetto“ bzw. auf der „Straße“. Das Teilelement des Ortsmerkmals ist insofern sinnkonstitutiv, als es auf den symbolischen Austragungsort bzw. die Möglichkeit des Auslebens bezieht und keinen alltagsweltlichen Überquerungs- und Übergangsbereich meint. Die heimische Sphäre (vgl. Bohnsack/Nohl 1998, S. 269) des Elternhauses stellt demnach einen Raum der traditionellen Gehorsamkeit und Traditionsverpflichtung dar und die „Straße“ die Kontrastsphäre. Die freiwillige Traditionsverbundenheit an die Grundwelt und dem Einfluss der heimischen Sphäre macht die Gruppe „Shishabar“ mit dem unumgänglichen, baldigen Umstand der arrangierten (Zwangs-)Ehe und dem Heiratswillen deutlich:

Lm: Ach ich werde doch eh versprochen in zwei drei Jahren deswegen wofür soll ich mir irgendwelche Mühe geben

Tm: Bei mir ist zum Beispiel so ich bin noch jung ich weiß dass ich noch jung bin ich gehe gerne feiern ich hab schön noch bisschen Spaß haben bis vor irgendwann die Frau kommt mit der ich heiraten werde und Familie aufbauen werde und so ja (.) das dauert noch bei mir

Y: Ihr wollt dann heiraten ja?

Tm: Auf jeden Fall ja

Lm: Hundert Prozent

In dieser Sphäre bleiben die Teilelemente wie der *Nike*-Schuh, die Frisur und so weiter lediglich vereinzelte Entitäten ohne sinnstiftende Bedeutung. Erst außerhalb dieser Sphäre beginnen die Teilelemente ihr Aktivierungspotential zurückzuerlangen. Dabei ist die *Transitionsphase* von der heimischen Sphäre zur Ritualwelt erst beendet, wenn alle Teilelemente im Zusammenspiel zu einem Gesamtelement verschmelzen und *sinnkonstitutiv* werden. Die Ritualwelt ist somit das Gesamtelement und ist ferner noch wesentlich mehr als die Summe seiner sinnkonstitutiven Teilelemente. Denn in ihr organisiert sich die Gruppe – als Szene-Markengemeinschaft – stets ritualisiert, d.h. einzelne Interaktionen mit der Umwelt laufen rituell nach festen Ritualmustern ab. Die Ritualisierung entsteht

dadurch, dass raumzeitliche Festschreibungen und Verhaltensmuster als Gruppencharakter festgelegt werden: Das gemeinsame Rauchen der Wasserpfeife in einer Wasserpfeifen-Gaststätte und das gemeinsame Feiern – innerhalb dessen sexualisierte Verhaltenskolorite aktualisiert werden – an immer festgeschriebenen Wochentagen. Die Ritualwelt der Gruppe „Shishabar“ ist somit eine *Parallelwelt* zur häuslichen, traditionellen ‚Grundwelt‘. Die Ritualwelt gewinnt für ihre Mitglieder an Verdinglichung durch die ritualisierten Sozialpraktiken der Gruppe (habituell-symbolische Interaktionen u.a. Begrüßungsformen, Sprachfloskeln, betont aggressive Körpersprache etc.) als Teilelement gepaart mit den relevanten Teilelementen des Erscheinungsbildes, dazu gehören der Markenschuh *Nike*, die Bürstenfrisur (möglichst kurzrasierte am besten glattrasierte Seitenbereiche einschließlich des Hinterkopfbereichs – die Haarlänge des oberen Kopfbereiches kann nach Belieben gewählt werden). Die Musik des Gangsterraps, die stets in ähnlicher Form die gleichen Themen besetzt u.a.: sexualisierte Handlungspraktiken, illegaler Verkauf von Substanzen und der Verdienst daran, symbolische Gewaltakte, Gewaltverherrlichungen, das schwere Leben im „Ghetto“, „Block“, „Straße“ etc. bietet Verge- wisserung für den eigenen rituellen Lebensstil und neue Sinnangebote zugleich. Die Musik als Verge- wisserungsrahmen in der Ritualwelt stützt somit diese Subsinnwelt durch wiederholte kommunika- tive Aufarbeitung und Verarbeitung: die Raptexte sprechen lebensweltliche Inhalte der Jugendlichen und Heranwachsenden an und bieten in Teilen für lebensweltliche Krisen Sinnangebote an. Der Sym- bolverkäufer als Rapper gewinnt damit eine rituelle Passung und Festigkeit als Sinnlieferant in der Subsinnwelt – der Ritualwelt. Die Ritualwelt als Gesamtheit aller sinnkonstitutiven Elemente dient somit als vorschreibendes, symbolisch festgelegtes Regelwerk und erhebt sich durch die auslebende Partizipation der Mitglieder in und mit ihr zur Legitimationsinstanz, welche das subsinnweltliche All- tagsleben ihrer Mitglieder im kommunikativen Ritualvollzug simultan legitimiert. Auffällig sind die synkretistischen Kulturelemente, die aus der Grundwelt, der häuslichen Sphäre entstammen und in die Ritualwelt adaptiert und importiert werden: u.a. das Ehrverständnis, Respekteinforderungen, Ehrwahrung bzw. die gewalttätige Wiederherstellung bei symbolischen Ehrverlust. Freundschaftsko- dizes werden mit diesen synkretisierten Praktiken untermauert und die Befolgung dieser synkretisti- schen Kulturelemente werden in der Gruppe als Loyalitätsgefühl kommunikativ-symbolisch verhan- delt. Die Gruppe „Shishabar“ drückt dies metaphorisch folgendermaßen aus:

Km: Das ist schon (.) das macht etwas aus (.) also ich hab mit den ich hab mit euch was erlebt ich würde nicht zulassen dass jetzt jemand über euch redet weil wir haben etwas erlebt das schweißt zusammen und (..) und (.) Zusammenhalt einfach Loyal

Y: Was macht ihr was tut ihr füreinander was würdet ihr füreinander tun?

Km: Viel

Lm: Ins Feuer springen

Lm: Ja

Km: Ich schneid mein Arm ab für meine Jungs

Tm: Ja Mann

...

Tm: Wenn zum Beispiel was passiert und zum Beispiel jemand unsere Jungs anmacht muss man unsere Jungs auch verteidigen die Ehre den Stolz

Tm: Und dann werden wa vielleicht mal handgreiflich

Problemlösungen werden gewaltzentriert behandelt und dienen bei der Selbstopferung und dem selbstlosen Einspringen, wenn man sich nicht scheut, für die Gruppe in Gewalthandlungen zu verwickeln, als loyale Handlung. Die Gruppe „Jugendhaus“ löst Konflikte stattdessen argumentativ ohne symbolisch-rituellen Zusatz der Ehrwahrung, sondern mit dem Ziel der Befriedung:

Y: Wie schafft ihr die aus der Welt also was macht man dann als Gruppe?

Bn: Ja man kann ja über alles reden (.) ich sag mal wenn man ein Problem hat und mal eben über das Problem quatscht paar Minuten dann ist das meistens aus der Welt geschaffen ja

Jm: So wie mein Vater immer sagt: "Nur sprechenden Menschen kann geholfen werden"

Die Gruppe „Shishabar“ wäre ohne eine Legitimation durch ihre eigens geschaffene Ritualwelt mit ihrem Handeln in zwieträchtiger, hadernder Konfrontation zur Grundwelt und den sozialen Normen und Werten dieser Sinnwelt. Die sekundäre Sozialisation in dieser Subsinnwelt als Ritualwelt mit klaren synkretistischen Importen aus der Sinnwelt der Grundwelt findet nur fruchtbaren Boden, weil die Legitimation in der Ritualwelt über Ritualpraktiken vonstattengeht. Eindeutige synkretistischer Importe stellen durch die Ritualisierung eine Vereinbarkeit her: wie symbolisch-traditionelle Sprachfloskeln z.B. „Wallah“ (gemäß: Bei Allah schwöre ich bzw. Allah sei mein Zeuge) symbolische Ehrverständnisse, islamisch-traditionelle Heiligspreekungen der Mutter und die sexualisierte Verunglimpfung der Frauen als „Lustobjekte“ bei nicht traditionellen Lebensweisen. Die offenkundige Paradoxie des eigenen untraditionellen Handelns (z.B. dem Schwur zur Glaubwürdigkeitsbegründung einer zutiefst unislamischen, traditionswidrigen Handlung) können nur in Einklang gebracht werden, da das Mitglied in seiner Ritualwelt immer tiefer eingebunden ist und seine rituelle Rolle durch den habitualisierten Vollzug tiefgreifender internalisiert. So rücken kritisch-reflexive Prüfungen des eigenen Handelns, der subjektiven Wirklichkeit zunehmend in den Wahrnehmungshintergrund.

In dieser Ritualwelt beginnt der Schuh im zweiten, symbolischen Schritt einen kultähnlichen Huldigungsstatus zu erlangen. Er dient in diesem Schritt als symbolisches Distinktionsmerkmal zu fremden

Gruppen und als ein soziabler Eigenschaftsträger innerhalb habituell-ritueller Sinn- und Relevanzstrukturen der eigenen Gruppen. Die Jugendgruppe „Jugendhaus“ sieht in dem Markenschuh kein symbolisches Ausgrenzungsmerkmal. Der Markenschuh wird auf seine Funktionalität und sein schönes Erscheinungsbild reduziert. Dabei wird der Schuh kritisch-reflektiert und auch bemängelt. Der Markenschuh wird als Modeschuh konstatiert und verbleibt in der Stufe des ‚bloßen‘ Kleidungsstücks. Die Jugendgruppe „Jugendhaus“ setzt den Markenschuh nicht in die Mitte ihrer Gruppenorientierung genauso wenig grenzen sie andere Nicht-Besitzer eines Markenschuhs nicht aus. Die persönlichen Werte (umgängliche, aufgeschlossene, mitfühlende Persönlichkeit) eines Menschen sind das Hauptkriterium zur Gruppenaufnahme; der Kleidungsstil und die „Schuhart“ lediglich Indiz für den individuellen Modegeschmack.

Es ist also ein synkretistisches, kultähnliches Ritual bzw. eine Gesamtfiguration dessen, was die Heranwachsenden mit dem Schuh als sinnkonstitutives Teilelement im ritualisierten Auftreten „draußen“ auf der Straße einnehmen. Die „Straße“ ist Teilelement und gleichzeitig die ‚Ausstrahlungsbühne‘ des rituellen Aggressionsauslebens und Distinktionsverhalten. Dabei bedienen sie sich gleicher Kleidungsstile und ähnlicher Haarschnitte als Zeichen der Zugehörigkeit und Gemeinschaftlichkeit: „Der aktiv Involvierte erfährt sich als Teil einer Einheit, welche sich auch nach außen als solche präsentiert und mittels ihrer Verhaltensregeln eine Art ‚erlernte Distanzierung‘ gegenüber den Zuschauern“ (Schorch 2009, S. 347) einnimmt.

Die Rapper werden als Sinnlieferanten innerhalb der Ritualwelt gesehen, die viel Authentizität ausstrahlen. Symbolverkäufer werden von der Ritualwelt „auserkoren“ und das Kürkriterium ist die „Echtheit“, die Authentizität, das real existierende Verrohungspotenzial in der Kunstfigur. Die Aussagegehalte werden mit höherer Wahrscheinlichkeit zu Sinnangeboten und bekommen somit eine gewichtigere Bedeutung. Die Ritualwelt der Szene-Markengemeinschaft nimmt diese strafrechtlichen Verhaltensweisen mit Bewunderung auf und glorifiziert sie. Authentische Rapper mit hohem Verrohungspotenzial sind demzufolge exponierte Sinnlieferanten innerhalb der Ritualwelt. Ihre Sinnangebote treffen auf eine subsinnweltlich ähnliche Erfahrungs- und Erlebniswelt der Gruppe „Shishabar“.

Betrachtet man diese Gruppe und *homologe* Gruppen als einen kleinen Teil der subkulturell fragmentierten Gesellschaft, dann können immer weitere subkulturell fragmentierte Gruppenzusammenballungen entstehen. Das glückliche oder unglückliche Schicksal der Marken ist es nun, den sinnstiftenden Beitrag in einer Zielgruppe fast ausschließlich über die Symbolverkäufer zu erreichen. Die Wahrscheinlichkeit eine Zielgruppe nach äußeren Merkmalen zu kategorisieren und zu erreichen, wäre somit sehr gering. Die Zielgruppe bzw. Menschen mit bestimmten Merkmalsindizes müssten innerhalb ihrer Subsinnwelt betrachtet werden, um dann symbolische Verhaltensweisen und gewich-

tige Symbolverkäufer zu ermitteln. Dennoch benötigt die Institution des Symbolverkäufers ihren deutungsvollen und gestalterischen Freiraum – ‚Fremdregievorgaben‘ bezüglich der Markenbotschaften oder ‚sinnweltfremde‘ Einflüsse auf den kreativ-gestalterischen Freiraum könnten mit dem Verlust der Authentizität enden. Markenunternehmen könnten Symbolverkäufer als kreativ-ungebundene Intermediäre bzw. Testimonials anwerben und vertraglich binden, aber damit auf einen Gutteil der Deutungsgestaltung der Markenidentität verzichten. Der Rapper bleibt seiner vorgeprägten (Sub-)Sinnwelt treu, da diese „Treue“ ihn zu einem Symbolverkäufer seines Szenepublikums macht – Devianz könnte den Status des Symbolverkäufers bzw. Sinnlieferanten gefährden. Davon hätten der Rapper und das Markenunternehmen keinen Vorteil.

Der Markenschuh Nike hat in der Szene-Markengemeinschaft der Gruppe „Shishabar“ zwei Bedeutungsebenen. Die erste Bedeutungsebene ist die oberflächliche, reflexiv zugängliche Ebene: Zusammengehörigkeitsmerkmal, Identifikation zwischen Mitgliedern und Mitgliedern fremder, aber ähnlicher Gruppen und Distinktionsmerkmal gegenüber gänzlich fremder Gruppen bzw. Gesellschaftsschichten. Die zweite Bedeutung liegt in der tieferen Sinnschicht, die im impliziten Wissen der Gruppe verortet ist: der Markenschuh Nike als sinnkonstitutives Teilelement neben anderen Teilelementen wie die Bürstenfrisur, gewaltzentrierte Ritualpraktiken und dem Austragungsort des sozialen Brennpunktes „Ghetto“ (auch „Straße“). Die zweite Bedeutungsebene bildet im Zusammenhang aller Teilelemente die Bedeutungsgenese einer Ritualwelt, in der der Markenschuh als sinnkonstitutives Teilelement eine sinnstiftende Teilbedeutung ausmacht. Die Frage nach der Einzelbedeutung des Markenschuhs in dieser zweiten Ebene ist damit unzulässig, da sie ‚lediglich‘ Teilstück des Gesamtbildes aller Teilelemente ist. Rapper dienen innerhalb dieser Ritualwelt als Menschen gleichartiger Herkunftserfahrungen und Milieuverbundenheit. Sie dienen somit als exponierte Sinnlieferanten und können einen maßgeblichen kommunikativen Sinnbeitrag mittels ihrer kreativ-ästhetischen Auseinandersetzungen innerhalb ihrer Raptexte und ihres Erscheinungsbildes leisten.

Literaturverzeichnis

- Beck, U./ Beck-Gernsheim, E. [1994]. Individualisierung in modernen Gesellschaften – Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie, in: Beck, U./ Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Risikante Freiheiten*. Frankfurt am Main, S. 10-43.
- Berger, P. L./Luckmann, T. [2010]. *Die Gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt am Main.
- Bohnsack, R. [2003]. *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden*. Opladen.
- Bohnsack, R./Nohl, A.-M. [1998]. Adoleszenz und Migration – Empirische Zugänge einer praxeologisch fundierten Wissenssoziologie, in: Bohnsack, R./Marotzki, W. (Hrsg.): *Biographieforschung und Kulturanalyse. Transdisziplinäre Zugänge qualitativer Forschung*. Opladen.

- Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. [2012]. *Identitätsbasierte Markenführung. Grundlagen – Strategie – Umsetzung – Controlling*, Wiesbaden.
- Daftari, S. [2000]. *Fremde Wirklichkeiten. Verstehen und Mißverstehen im Fokus bikultureller Partnerschaften*. Münster.
- El-Mafaalani, A./Toprak, A. [2011]. *Muslimische Kinder und Jugendliche in Deutschland. Lebenswelten – Denkmuster – Herausforderungen*. Sankt Augustin/Berlin.
- Hitzler, R./Niederbacher, A. [2010]. *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden.
- Hitzler, R./Honer, A. [1994]. Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung, in: Beck, U./Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main.
- Hofmann, W. [1996]. *Karl Mannheim zur Einführung*. Hamburg.
- Kizilhan, I. [2006]. „Ehrenmorde“. Der unmögliche Versuch einer Erklärung. Hintergründe – Analysen – Fallbeispiele, in: Kempf, W./Lind, G. (Hrsg.): *Friedens- und Demokratiepsychologie*, Bd. 4. Berlin.
- Mannheim, K. [1970]. Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk, in: Wolf, K. H. (Hrsg.): *Soziologische Texte*, Bd. 28, Neuwied.
- McAlexander, J./Schouten, J. W./Koenig, H. F. [2002]. Building Brand Community, in: *Journal of Marketing*, Vol. 66, No. 1, S. 38-54.
- Neckel, S./ Sutterlüty, F. [2008]. Negative Klassifikation und die symbolische Ordnung sozialer Ungleichheit, in: Neckel, S./ Soeffner, H.-G. (Hrsg.): *Mittendrin im Abseits. Ethnische Gruppenbeziehungen im lokalen Kontext*. Wiesbaden, S. 15-26.
- Nonn, C. [2013]. Die Integration von ‚Gastarbeitern‘ in Nordrhein-Westfalen, in: *Geschichte im Westen (GiW) Jahrgang 28 (2013)*, 183–199. Verfügbar unter: http://www.brauweiler-kreis.de/wp-content/uploads/GiW/GiW2013/GiW_2013_NONN_INTEGRATION.pdf [Zugriff am: 06.11.2016].
- Ottersbach, M. [2009]. Jugendliche in marginalisierten Quartieren Deutschlands, in: Ottersbach, M./Zitzmann, T. (Hrsg.): *Jugendliche im Abseits. Zur Situation in französischen und deutschen marginalisierten Stadtquartieren*. Wiesbaden.
- Ottersbach, M./Zitzmann, T. [2009]. Jugendliche im Abseits? in: Ottersbach, M./Zitzmann, T. (Hrsg.): *Jugendliche im Abseits. Zur Situation in französischen und deutschen marginalisierten Stadtquartieren*. Wiesbaden.
- Schiffauer, W. [2006]. *Muslimische Identitäten in Europa*, in: *inamo*, 12(46), S. 4-8.
- Schiffauer, W. [1983]. *Die Gewalt der Ehre. Erklärungen zu einem türkisch-deutschen Sexualkonflikt*. Frankfurt am Main.
- Schröder, S. [2013]. *HipHop als Jugendkultur?* Berlin.
- Seeliger, M. [2013]. Deutscher Gangstarap. Zwischen Affirmation und Empowerment, in: Hecken, T. (Hrsg.): *Schriften zur Popkultur*, Bd. 9, Berlin.
- Toprak, A. [2016]. *Jungen und Gewalt. Die Anwendung der Konfrontativen Pädagogik mit türkeistämmigen Jungen*. Wiesbaden.
- Toprak, A. [2010]. *Integrationsunwillige Muslime? Ein Milieubericht*. Freiburg im Breisgau.
- Toprak, A. [2005]. *Das schwache Geschlecht – die türkischen Männer. Zwangsheirat, häusliche Gewalt, Doppelmoral der Ehre*. Freiburg im Breisgau.

von Loewenfeld, F. [2006]. *Brand Communities. Erfolgsfaktoren und ökonomische Relevanz von Markengemeinschaften*. Wiesbaden.

Willems, H. [2009]. Theatralität als (figurations-)soziologisches Konzept: Von Fischer-Lichte über Goffman zu Elias und Bourdieu, in: Willems, H. (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*, Bd. 1. Wiesbaden, S. 75-113.