

[WLG]

WIENER LINGUISTISCHE GAZETTE

Die Prekarität der Anderen

Anne Storch

Vorabdruck aus: *Wiener Linguistische Gazette* (WLG) 85: 1–21

Themenheft *Prekaritätserfahrungen: Soziolinguistische Perspektiven*
Hg. v. Mi-Cha Flubacher, Jonas Hassemer, Christian Bendl &
Jürgen Spitzmüller

Universität Wien · Institut für Sprachwissenschaft · 2020

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:

Universität Wien, Institut für Sprachwissenschaft
Sensengasse 3a
1090 Wien
Österreich

Redaktion: Markus Pöchtrager (Allgemeine Sprachwissenschaft),
Mi-Cha Flubacher, Jonas Hassemer & Sabine Lehner
(Angewandte Sprachwissenschaft),
Stefan Schumacher (Allgemeine und Historische Sprachwissenschaft)

Kontakt: wlg@univie.ac.at

Homepage: <http://www.wlg.univie.ac.at>

ISSN: 2224-1876

NBN: BI,078,1063

Dieser Beitrag wurde einer Doppelblindbegutachtung unterzogen.

Die *Wiener Linguistische Gazette* erscheint in loser Folge im Open-Access-Format.

Alle Ausgaben ab Nr. 72 (2005) sind online verfügbar.



Dieses Werk unterliegt der Creative-Commons-Lizenz CC BY-NC-ND 4.0
(Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen)

Die Prekarität der Anderen

Anne Storch*

Wiener Linguistische Gazette (WLG)
Institut für Sprachwissenschaft
Universität Wien
Ausgabe 85 (Vorabdruck): 1–21

Abstract

Discourses of uncertainty and ambivalence are analysed in this contribution as being peculiar for the ways in which Otherness is constructed: it is always the Other, and not the Self, who is precarious and undergoing status change. In an utterly contradictory setting that frequently involves carnivalesque performances of inversion, the Other is integrated in these performances in order to negate the potential precariousness of the Self. The fragile status of party tourists on the Spanish island of Mallorca and the attempts of West African migrants, who in various ways cater for the needs of the tourists, to establish themselves as immigrants, are explored in terms of the discursive resonances they produce as well as in terms of cultural mobility and social dynamics.

Schlüsselwörter: Tourismus, Mehrsprachigkeit, Meta-Repertoires, Mallorca, Migration.

* Anne Storch, Universität zu Köln, Institut für Afrikanistik und Ägyptologie, astorch@uni-koeln.de

Ich danke meinen Kolleginnen und Kollegen Fatou Cisse Kane, Angi Mietzner, Nico Nassenstein, Janine Traber und Ahmed Cisse und Festus Badaseraye für den gemeinsamen Weg. Chris Bongartz danke ich für das Weitergehen. Den Herausgeberinnen und Herausgebern des Sonderbandes und einem anonymen Gutachter bin ich für die vielen guten Ideen und Hinweise dankbar. Pascal Wilke (Agentur Wilhelmina) hat sich bereit erklärt, die Motto T-Shirts vom Ballermann zu modeln – Danke!

1. Chronotopien erzählter Prekarität

Damals, zu Beginn der ersten großen Ferien, Siebziger. Die Mutter meines Schulfreundes G. kommt vorbei, bringt irgendetwas, verabschiedet sich dann hastig: Morgen geht es in den Urlaub. Wohin denn, frage ich. Ach, wir fliegen wieder auf die Putzfraueninsel, sagt sie. Aus meiner Perspektive macht das Sinn, denn bei G. ist es immer penibel sauber. Man wagt es kaum, einen Keks anzunehmen, aus Sorge vor Krümeln. Und so vermute ich, dass gewisse Mütter auch im Urlaub putzen, dies regelrecht wollen, und daher auf eine dafür vorgesehene Insel geflogen werden müssen. Meine Mutter putzt nicht besonders gerne, und in den Ferien schon gar nicht.

Mit den Jahren flogen auch andere Schulkameraden auf die Insel, und irgendwie verstand ich dann wohl auch, dass es nicht darum ging, zu putzen, sondern darum, dass Familien dorthin reisten, in denen die Frau ein bescheidenes zweites Einkommen beizusteuern vermochte und somit ein bis dahin nicht gekannter Reiseluxus ermöglicht wurde. Pauschalreisen an die Sonne, für diejenigen, deren Wohlstand aus der Sicht des damaligen Mittelstands (das war meine Familie, die im klapprigen Kleinwagen reiste) irgendwie prekär, vorläufig, war. Arbeiterferien.

Viele weitere Jahre später bin ich dann doch auch auf der Insel gelandet, mit dem Billigflieger und mit Projektauftrag. Die Inbesitznahme der Ferieninsel durch die Tourismusindustrie hat mittlerweile zu einer metonymischen Repräsentation geführt, bei der Ausdrücke wie *Putzfraueninsel* keine Rolle mehr spielen. Mallorca ist zu *Malle* geworden und Malle zum *Ballermann* (Szabo 2011). Der recht überschaubare Strandabschnitt nahe Palmas und des Flughafens ist dabei zu einem Topos der Kulmination geworden, an dem sich alles ballt – die lächerlich überzeichneten Urlaubsgewohnheiten der deutschen Touristen, die angeblich auch in Spanien nach Schnitzel und Wurst verlangen und deutsche Volksmusik hören möchten, die entfesselt feiernden Trinker, das Karnevaleske der Bierschwemmen und Partylokale (Nassenstein & Storch i. Vorb.). Der Ballermann wird in dieser Überzeichnung zum 17. Bundesland, einer deutschen Kolonie im Mittelmeer, hinter der es aber auch noch ein Hinterland geben soll, in dem die weniger stereotypisierten Feriengäste wandern gehen. Bundesland und Hinterland, Klischee und Wirklichkeit. Nichts daran ist Zufall, denn die diskursive Gestaltung und mediale Repräsentation von *Malle* beziehungsweise *Ballermann* als einem Raum unkontrollierter Entgleisung und Transgression, in

dem nichts peinlich ist, sorgt vor allem dafür, dass hier ein vermeintlich unerschöpflicher Bedarf an Konsum erzeugt werden kann.

Die dort Urlaubenden kommen, um wiederzukommen, um immer wieder gleiche Dinge zu erwerben, in denselben Gaststätten zu feiern, in denselben Hotels zu nächtigen. »Buenos días, Matthias, mer sin widder do, am Strand vun Mallorca wie jedes Johr. Met alle Mann, am Ballermann. Nur amore un Sunnesching, un kei Bett jesinn«, geht das Lied der Karnevalsmusiker *Die Paveier*. Ganz unverblümt und recht schamlos (wenn man bedenkt, dass es hier immerhin um ein ziemlich ausbeuterisches Geschäftsmodell geht) wird davon gesungen und erzählt, dass man hier Konsum in seiner Extremform betreiben muss, um – immerhin – zuhause sein zu können (»in Mallorca da bin ich daheim«, singt die Unterhaltungsmusikerin Mía Julia; vgl. auch Andrews 2006). Und weil es sich um eine nahezu ganzjährige Massenveranstaltung handelt, also Tausende unentwegt zuhause sind, gibt es einen gewissen Druck. Man tut, was getan werden muss: Trinken, XXL-Wurst kaufen, ein Plüschföckchen oder eine bunte Plastiksonnenbrille kaufen, einen blauen Eimer und Sangria kaufen, fünfzig extralange Strohhalme kaufen, eine aufblasbare Sexpuppe als Luftmatratzenalternative kaufen, Motto-T-Shirts kaufen, phallusförmige Flaschenöffner kaufen. Das alles wieder wegwerfen und das nächste Mal exakt den gleichen Mist erneut kaufen. Hazel Andrews beschreibt am Beispiel der Architektur und Inszenierung Magalufs, des britischen Pendants des Ballermanns auf der gegenüberliegenden Seite der Bucht von Palma, wie sich Konsum durch recht einfache Maßnahmen in unvorstellbarem Ausmaß erreichen lässt. Alles eine Frage der Landschaft, der Bebauung, der Präsentation:

There is a feeling that the move through Magaluf [...] is forced [...]. There are few options to turn off roads once on them, and then only to other roads with more shops. The provision of little to gaze upon other than commodities means one is forced to look. Some tourists expressed a sense of restriction in Magaluf. [...] Notions of enclosure are linked to being hemmed in, being safe and controlled. Being funnelled through a space in which many of the activities undertaken are mediated adds to the sense of an exertion of power over the tourists by the tour operators. [...] The way in which power is exerted over the tourists is in the guise of fun [...]. (Andrews 2006: 228)

Der Ausdruck *fun* ›Spaß‹ steht für das dominant gemachte Dispositiv in diesem Raum: Man entgleist nicht einfach, mit allen unangenehmen Konsequenzen, sondern trinkt, konsumiert, hat Sex usw. weil dadurch in etwas investiert wird. Der Exzess beheimatet und er verspricht *Spaß*; das heißt, dass selbst wenn der Spaß längst aufgehört hat, der Konsum fortgeführt werden muss, weil es zur Beheimatung, zum Dazugehören dazugehört, sich zu amüsieren, dem Amusement standzuhalten, nicht die Regeln des touristisch zugerichteten Orts zu verletzen (Andrews 2009). In den Großraumgaststätten und Biergärten der Partyzone ›Ballermann‹ – dem *Bierkönig*, *Oberbayern*, *Megapark* – ist Spaß folglich ein durchaus riskantes Projekt, das in exzessivem Konsum von Alkohol und Narkotika und sozial riskanten Sexualpraktiken wie *Mamading* (s.u.; Andrews 2017: 188) besteht. Nach Frederick Ruf (2007) kommen hier Aspekte des Reisens zum Tragen, die in ihrer Disruptivität religiösen Praktiken gleichen und eine Sehnsucht nach einem anderen Selbst erfüllen sollen (vgl. Storch & Traber im Druck). Die extreme Ruptur, das Abenteuer und die temporäre Transformation der Reisenden (Ruf schreibt in diesem Zusammenhang von Bewegung, die einer Pilgerfahrt gleiche) sind hier die verheißungsvollen Versprechungen des Konsums, und es stehen insbesondere die Wirkungen dieser Praktiken auf den touristischen Körper im Vordergrund des Diskurses über den Ballermann.

2. Performanz der Nichtung

Ein besonderes Merkmal dieses Diskurses ist die Negation der Prekarität des touristischen Körpers (etwa im Sinne von Bourdieu 1979). Seine Vulnerabilität – die Effekte der körperlichen Entgleisung, der Alkoholvergiftung, des öffentlichen Sich-Entleerens, der Orientierungslosigkeit – sind dabei höchst präzente Motive in den überall gespielten Liedern, in den Beiträgen der einschlägigen sozialen Medien und in lokal geteilten Erzählungen (in der Kneipe, am Strand, am Flughafen). Insbesondere der Musikproduzent Matthias Distel, der unter dem Künstlernamen *Ikke Hüftgold* auftritt, hat diese Motivik zum Kennzeichen seiner Auftritte und der von ihm betreuten Künstler gemacht. Die Bühneninszenierungen der Künstler wie auch die Texte der dargebotenen Lieder sind in der Regel ironische Kommentare zum Zustand des eigenen Körpers und der Körper der anderen Feiernden: »Jetzt lieg ich auf der Straße und alle schaun mich an / Habt ihr den Arsch auf, ihr

wisst dass ich nicht kann.« Im Lied *Leck die Tussy* behandelt Distel die maskuline Entsprechung zum feminin belegten Mamading. Hier vollzieht nicht eine Frau öffentlich Oralverkehr mit Männern, sondern soll die Figur Ikke Hüftgold – ein mit unmoderner dunkler Perücke und unpassendem fallschirmseidenen Freizeitanzug inszenierter Protagonist der deklassierten Arbeiterklasse – öffentlich Oralverkehr mit einer Frau haben. Das Lied beschreibt das Setting, nämlich die Straße oder den Bürgersteig und die Mitfeiernden im Publikum, sowie die emotionale Verfassung des Protagonisten, den nicht Scham vom Oralverkehr mit der ihm offenbar fremden Frau abhält, sondern Ekel: »Denn ich hab Angst, die Dame schmeckt nach Sushi [...]«. Der Text beschreibt den vermuteten Intimgeruch der Frau und ruft damit die wesentlichen Elemente der Abscheu auf, die nach Sanders-McDonagh (2017: 114 ff.) sextouristische Machtbeziehungen definieren. Dies sind der soziale Ekel vor dem Anderen, die Distanzierung des sozial Unterlegenen vom Selbst durch Strategien der Objektifizierung und Verfremdung der Begegnung durch Pornographisierung. Im Lied wird die völlig sprachlose und namenlose Frau (»Tussy«) zu »Sushi« und zur Gefahr des moralischen Abstiegs (»Jetzt lieg ich auf der Straße«).

Die sich aktiv an öffentlich aufgeführter Promiskuität beteiligende Touristin wird ähnlich konzeptualisiert, medial reproduziert und als Motiv für das Motto-T-Shirt mimetisch inszeniert: als bereits moralisch ruiniert und im Rausch ebenso der Entwürdigung preisgegeben wie die Figur in Distels Lied. Textaufdrucke wie »Gute Mädchen kommen in den Himmel, böse Mädchen nach El Arenal« oder »What happens in Mallorca stays on facebook and youtube forever« (vgl. Abbildung 1) weisen auf die prekäre Situation der Feiernden hin, die bereits einen Statuswandel durchlaufen haben und nun nicht länger als klassengesellschaftlich etablierte Person, sondern als in die Marginalität der Sexarbeiterin und unkontrollierten Frau verschobene Figur aufgerufen werden: wenn zuhause, in der Alltagsumgebung, bekannt wird, was in Mallorca geschehen ist, was dann?



Abb. 1: Party T-Shirt aus El Arenal (Sammlung Storch)

Die Inszenierung ist jedoch nahezu immer durchschaubar. Die Texte Distels und anderer Produzenten von Stimmungsmusik werden stets so arrangiert, dass sie leicht mitzusingen sind, in der Gruppe, und dabei deutlich die Ausnahmesituation markierend, in der sich die Gruppe befindet. Stimmungsmusik indiziert Liminalität und Transgression, als Genre und Praxis gleichermaßen, und dies nicht nur am hier beschriebenen Ort, sondern auch im Straßenkarneval und auf Après-Ski-Feiern. Der besungene Protagonist ist in der Regel als ironische Selbstkarikatur zu verstehen und nicht als Topos sozialer Kritik. Ebenso verhält es sich mit den Texten der die Stimmungslieder oft aufgreifenden Motto-T-Shirts, die in El Arenal häufig von kompletten Reisegruppen kollektiv getragen werden und stets zur Inszenierung transgressiver Absichten gehören.

Die als derangiert beschriebenen oder tatsächlich derangierten Körper der Feiernden sind daher potentiell stets Bestandteile lustvoller Inszenierungen von Prekarität, nicht notwendigerweise aber tatsächlich prekär: Der Konsument des Nicht-Ortes, also eines Ortes, der nur eine ganz spezifische Aufgabe erfüllt (Augé 1995), ist immer auch legitimiert, diesen überhaupt zu betreten und zu nutzen, durch die Tatsache, dass ein Pauschalarrangement bezahlt wurde, Eintritt entrichtet, ein Getränkebon gekauft

wurde. Der Absturz infolge des Exzesses wird folglich in einem Theater der Prekarität als Prekarität der Anderen konstruiert, der wirklichen Obdachlosen, Alkoholiker, Ausgestoßenen, eben derjenigen Menschen, deren Körper das Bühnenkostüm Distels mimetisch inszeniert.

Das Spiel mit Transgression und Inversion des sozialen Status findet nicht nur als Inszenierung im öffentlichen Raum statt, sondern auch in der Zirkulation von Memes, dem Posten einschlägiger Motive in sozialen Medien und im Bereich des Humors, etwa in Kinoproduktionen wie Gerhards *Ballermann 6* (1997). In diesen Beiträgen wird der Feiernde durchweg als scheiternd und lächerlich präsentiert, wobei das überraschende Moment ist, dass die derangierte Figur des Ballermann-Touristen zwar prekär anmutet, aber eben doch die Kontrolle behält. Der Ort scheint als Kolonie des Eigenen, als »17. Bundesland«, fest etabliert zu sein und bleibt dadurch am Ende seltsam enthoben, ein Norden im Süden, der nach den Regeln derer zu funktionieren scheint, die hier Regeln außer Kraft zu setzen vorgeben.

Deutlich wird im Spiel mit den Emblemen des prekären Lebens, dass es hier immer auch um soziale Klasse geht (Heller, Jaworski & Thurlow 2014): Die Inszenierung proletarischer Kultur verleiht in diesem Imaginationsraum ein Überlegenheitsgefühl, das denen, die Prekarität anderswo und nicht im eigenen Leben zu verorten vermögen, Sicherheit bietet (Block 2013, Steinwachs 2015). Der andere Prekäre wird aus dem eigenen Körper ausgestoßen, weggewürgt, genichtet. Die karnevalistische Vertreibung prekariätsbezogener Lebensängste wiederholt sich, wie gesagt, im nächsten Jahr.

3. Prekäre Presenzen

In den vernachlässigten Straßen hinter dem Ballermann und den heruntergekommenen Vierteln hinter El Arenal haben sich diejenigen angesiedelt, die als jahrelang hier verbleibende westafrikanische Immigranten ebenfalls an der exzessiven Tourismusindustrie partizipieren. Eine ganz alltägliche Gegend, diverse Lebensentwürfe, Berufe, Kenntnisse, Absichten, Herkünfte. Dennoch: die Rollen der hier Untergekommenen sind längst geskriptet, bevor sie überhaupt einen Fuß an die Playa gesetzt haben.

Genau wie die am Ballermann Urlaubenden als Teilnehmer einer mimetischen Inszenierung von Deklassierung konstruiert werden und so zu Mitgliedern einer großen Gemeinschaft Gleicher werden, die sie aber nur bleiben können, indem sie ihren Konsum nicht unterbrechen (Briggs 2013,

Storch & Traber im Druck), werden die Migranten aus Senegal und Nigeria als Illegale und somit nicht in diese Gemeinschaft integrierbare konstruiert (Nassenstein & Storch im Druck a). Sie sind die fundamental Anderen in diesem Spiel, wie die Feiernden bunt verkleidet mit deutschlandfarbenen Kraushaarperücken, Partyhüten und Plastiksonnenbrillen, während sie als ambulante Händler Plüschäffchen und Sonnenbrillen anbieten. Begegnungen, die dennoch keine Nähe zulassen; hier geht es um koloniale Mimesis (Roque 2015), in einem bunten Kostüm. Das drückt sich vielleicht am klarsten in der Anrede aus: Man wird am Ballermann einander zum *Helmut*. Wer wen zuerst so tituliert hat, bleibt dabei unklar, ist am Ende auch unwichtig. Wesentlich ist, dass die mimetische Interpretation des Anderen darin kulminiert, dass es keine Namen mehr gibt, nur noch *Helmut*; *Gisela* oder *Monika* für Frauen. Individuelle Geschichten werden ausradiert, in einem Raum, in dem erwartet wird, dass alle das gleiche tun; die westafrikanischen ambulanten Händler werden also einheitlich mit *Helmut* angesprochen und referiert. Und *Helmut* ist Kult. Gehört dazu, wird gefeiert (mitfeiern ist nicht möglich, denn die Türsteher würden Strandhändler nicht in die Bierhallen hineinlassen; Nassenstein & Storch im Druck b). Zum Kult gehören die in den sozialen Medien zirkulierten *Helmut-Bester-Mann*-T-Shirts¹, -Kappen², -Getränkemischungen und Memes.³

Anders als die Armen der eigenen Gesellschaft sind die Armen aus dem Anderen gegenwärtig und in die örtlich vorgegebenen Praktiken integriert. Mimesis, die Michael Taussig als eine Fähigkeit begreift, »zu kopieren, nachzuahmen, Modelle hervorzubringen, Unterschiede auszumachen, Anderes zu erschaffen und selbst anders zu werden«, und die das Wunder vollbringt, »die Eigenschaft und die Kraft des Originals in dem Maße [zu behalten], dass die Darstellung selbst dessen Eigenschaft und Kraft übernehmen kann« (1993: 15), wird hier exzessiv eingesetzt. Sie bringt nicht sich ständig wandelnde Formen hervor, sondern ein Stakkato von Spiegelungen, eine totale Verkörperung von Andersartigkeit, die eine Änderung des Skripts kaum mehr zulässt. Und so sind wir am Ballermann entweder Feiernde oder Gestrandete. Diese Differenz wird sprachlich und rassistisch markiert. Die von der geteilten gewaltvollen Verflechtungsgeschichte geskriptete Rolle

¹ <https://www.teezily.com/store/malle-helmut-ultras?prop%5Bcolor%5D=black&product=32&side=front> (Abruf 15. November 2019)

² <https://helmut-online.de> (Abruf 15. November 2019)

³ <https://www.instagram.com/helmut.bester.mann/?hl=de> (Abruf 15. November 2019)

des Touristen bedarf weißer Körper, zu denen eine behördliche Legitimation und eine staatlich verwaltete Sprache gehört. Der in diesen Körper bereits eingeschriebene Andere ist schwarz, *sin papeles* und repräsentiert eine höchst vage kommunikative Existenz. So jemand kann eigentlich nichts sagen, er spricht sein Gegenüber bestenfalls an. Von den westafrikanischen Strandhändlern wird wenig mehr erwartet als der Spruch »Neue Kollektion, andere Farbe, hundert Jahre Garantie.«



Abb. 2: Helmut-Getränkemischung, Sangriaeimer (Bild Storch)



Abb. 3: Helmut-Meme
(<https://www.instagram.com/helmut.bester.mann/?hl=de>
[Abruf 15. November 2019])

Die Inszenierung dieses prekären Anderen am Ballermann ähnelt in gewisser Weise der *Freak Show* mit ihren kolonialen Bildern des Anderen. Hautfarbe, die Herkunft aus ›Afrika‹ als einheitlich gedachtem Ort des Andersseins, sowie die Nichtung von sprachlichen Beziehungsmöglichkeiten sind Merkmale der jenseits sozialer Klassen positionierten Migranten in diesem Raum. Sie produzieren Bilder des fundamental Anderen, der auch nicht mit einer gewissen Zurückhaltung im Sinne der sprachlichen Gastfreundschaft Derridas (2016) behandelt werden muss, sondern dem alles zugemutet werden kann: Beleidigungen, Verunreinigungen, Gewalt.

Und dies mit großem Erfolg – der Unterhaltungsmusiker *Honk!* hatte in 2017 beträchtlichen Erfolg mit *Hallo Helmut*, einem Lied, in dessen Video-Produktion mehrere weitere von Distels Produktionsfirma vertretene Musiker auftraten.⁴ Hier werden zahlreiche Register der kolonialen Bild-Produktion bedient – Blackfacing, Infantilisierung, rassistische Mimikry. Der Text imitiert einige der Verkaufssprüche der Händler (die ihrerseits die Sprache der Touristen imitieren): »Aber Hallo, andere Farbe / Hallo Helmut, andere Modell / Heute billig, morgen teuer / Looklooki, neue Kollektion.« Der Refrain verfremdet dann diese Imitation, indem er Senegal als imaginiert einheitliches Herkunftsland der Händler im Rahmen eines älteren Spruchs variiert:

Wir singen:

Senegal, gal, gal, illegal

Scheiß egal, gal, gal, Wuppertal

Senegal, gal, gal, illegal

Scheiß egal, gal, gal, Wuppertal

Einer der Kommentatoren unter dem YouTube-Clip des Musikvideos schreibt, dass es schön sei, dass auch einmal Wuppertal in einem populären Song vorkomme. Die im Clip, aber auch auf den Plakaten und anderen Werbematerialien im Partybereich verbreiteten Bilder werden entweder gar nicht oder nur zurückhaltend kommentiert. Die Verkleidung mag nahezu unverdächtig erscheinen, denn sie gehört zum karnevalesken Ort dazu. Der Screenshot zeigt, wie Sprache, Kostüm und Ware miteinander in Beziehung gesetzt werden, um die Doppelbödigkeit des Prekären zu zeigen: Auch dies nur eine Inszenierung, so tun als ob, mit Schminke auf dem weißen Gesicht. Die Prekären, das sind hier die anderen Anderen, denen Klassenzugehörigkeit wie auch das Benennen ihrer Situation gleichermaßen unmöglich gemacht werden.

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=TKfxKktQGKY> (Abruf 15. November 2019)



Abb. 4: Screenshot des Musikvideos zu Hallo Helmut (s. Fußnote 4)

Zu derartigen Bildern bemerkt Achille Mbembe (2014), dass sie gerade deswegen wirkmächtig werden und es auch bleiben, weil sie zum einen den kolonisierten Menschen in einer anderszeitlichen Konstruktion (Fabian 1983) als in jeder Hinsicht unterlegenen Menschen verorten, als einen Menschen, der die eigene Vergangenheit (Steinzeit, Mittelalter) repräsentiert, zum anderen aber den kolonisierten Menschen dazu zwingen, diese Konstruktion anzunehmen und als Verortung zu akzeptieren.

Wenngleich diese Konstruktionsmechanismen offensichtlich als Teil kolonialer Kontinuitäten fortwirken, ist die Situation noch weitaus unübersichtlicher, denn im Kontext des Exzesses als Konsumprogramm repräsentieren westafrikanische Akteure aus Sicht derer, denen sie in der Partyzone begegnen, auch ein globalisiertes Prekariat, die auf dem Weg in eine zweifelhafte Zukunft befindlichen Armen des globalen Südens, deren vermutliche Aussichtslosigkeit der Souveränität der Feiernden entgegengesetzt wird. Prekarität ist hier nicht einfach performte Nichtung, sondern eine Realität des Spaßorts. Der österreichische Unterhaltungskünstler Stefan Scheichel, der unter dem Namen *Lorenz Büffel* am Ballermann auftritt, hat dies auch zum Thema seiner Öffentlichkeitsarbeit gemacht. Die Mallorca-Zeitung berichtet darüber:

Zweieinhalb Jahre hat er als Animateur im Hotel Aldiana Senegal gearbeitet. »Aldiana, das bedeutet auf Wolof Paradies.« Lorenz Büffel redet schnell. Seine Worte hetzten wie Gazellen durch das Gras der Savanne. Stillstand ist der Tod. Seine blauen Augen sind ständig in Bewegung.

»Die Senegalesen hier haben es schwer, leben zu 30 in einem Zimmer.« Nicht jeder sei freiwillig hier, um Sonnenbrillen an der Playa zu verkaufen. »Ich kann auch verstehen, dass das nervt. Aber das schlimmste sind die

Drahtzieher. Die sieht man nie. Frauen werden zur Prostitution gezwungen, das Geld schicken sie ihren Familien. Im Senegal ist man, wie in allen armen Ländern, sehr auf die Familie angewiesen. Ich habe eine Kuh und eine Ziege geschenkt bekommen, als ich wegging?« Moment! (Kreye 2017)

Wenngleich dieser Text, wie zahlreiche weitere, vor allem Klischees aufzurufen scheint, ist die Absicht erkennbar, die strukturellen Bedingungen, die der Prekarität der Anderen zugrundeliegen, zu benennen, die Heimatlosigkeit etwa. Wenn man sich als Partytourist am Ballermann jedoch vor einem nicht fürchten soll, dann ist das wohl Heimatlosigkeit, die sich beispielsweise darin äußert, dass einem nicht einmal ein Zimmer bleibt. Aus den Bierlokalen klingt es, den Animateur auf der Bühne wiederholend, im Chor »Mallorca, da bin ich daheim«, »Megapark, du bist unser Zuhause und unser Herz«, »wir sind alle Kinder von Malle«. Diese Soundscapes sind durchgängig Programm (Storch & Nassenstein 2018), weisen auf Grenzen hin, die auch jenseits dieser Orte eingefordert werden:

Na, immer noch Ramadan? [Händler nickt.] Aha. Na, wenn der nichts trinken darf, hat der kein Elan beim Verkaufen. Unglaublich, wie gläubig die sind, wie die ihren Gott angöttern. Das ist bei denen viel mehr als bei evangelisch-katholisch.

(Badegast, Notiz Storch 2018)

Tut mir leid, aber die oben genannten Zustände sind nur die halbe Wahrheit und die Kehrseite einer Mafiosen [sic] Struktur, die von den eigenen Landleuten betrieben wird. Diese streng organisierte Mafia agiert rund ums Mittelmeer und auf den Canaren [sic]. Die Ausbeuter sind die eigenen Landsleute und machen Millionen, die sie wo weiss [sic] der Teufel anlegen aber nicht in der Heimat oder den ihren Sklaven davon was abgeben.

[...] gut ausgebildete Auswanderer aus Afrika ? [sic] Legendebildung [sic], das ist doch der größte Quatsch, die Flüchtlinge aus Syrien sind vom Bildungsstand auch mindestens 5 Jahre zurück. Die Senegalesen sind überwiegend Analphabeten. Die bösen Touristen feiern und die armen Flüchtlinge [sic] hungern, mein Gott wie verlogen.

(Leserkommentare, *Mallorca-Zeitung* 19.06.2018⁵)

⁵ <https://www.mallorcazeitung.es/gesellschaft/2018/06/19/el-arenal-rausch-anderen-uberlebenskampf/60538.html> (Abruf 15. November 2019)

4. Inszenierungen von fragiler Dauer

Die beständige Inszenierung sozialer Klasse, ihre gleichzeitige Negation, die performativ aufgerufenen Topoi des Prekären und die Zuweisung von Marginalität bilden einen komplizierten und intransparenten Diskursraum, der unangenehm wirkt. Der geringen Dauer von Beziehungen steht gleichzeitig eine Kontinuität der sozialen Entgrenzung gegenüber, die Nähe stiftend wirkt und zur Komplizenschaft mit dem Ort und seinem Geschäft einlädt. Nichts scheint zu sein, was es zu sein vorgibt, jede Bedeutung wird permanent in Frage gestellt. Was gibt es also zu beschreiben, analysieren und zu schließen? Wer beschreibt Sprache an diesem Ort, dessen Zweck darin zu liegen scheint, jede einzelne Person als geskriptete Rolle zu inszenieren?

Anstelle der soziolinguistischen Beschreibung oder der Diskursanalyse tritt hier das Gehen. Ähnlich wie die eingangs mit Ruf zitierte Nähe zwischen der transgressiven Reise, dem Abenteuer und dem Pilgern hat auch das Gehen als wissenschaftliche Methode eine gewisse Ähnlichkeit mit dem Pilgern. Im Mittelpunkt steht hier die Erfahrung, die Präsenz des eigenen Körpers am Ort des Geschehens, der sich in das Selbst einschreibt. Horvath und Szokolczai (2018: 26) fassen diese Situation als Zwiesprache, stummes Gespräch: »walking is also source of an ongoing conversation between the body and the soul«. Dies wird von O'Neill & Roberts (2020) als grundlegende Verbindung von Beobachtung, Denken, Kunst und Theorieproduktion verstanden. Indem *walking methods* in soziolinguistisches Arbeiten eingebracht werden, wird der Blick radikal auf das Gespräch – bei Heidegger die »Heimat der Sprache« (2010a: 103) – gelenkt und auf die Grenzen des eigenen Blicks. Was wir gehend am uns stetig immer neu verschlingenden und wieder ausspeienden Ort erkennen können, bleiben kleine Geschichten (Storch 2017); hier entsteht und nützt kein großes Korpus und kein quantitativer Ansatz; hier kommt die Linguistik zur Zwiesprache mit sich selbst. Diese Arbeit des Denkens hat Heidegger (2010b) als Weg begriffen, im konkreten Sinne wie auch metaphorisch:

Der Punkt dabei ist, dass es hier nicht darum geht, Wirklichkeit abzubilden und alles zu erklären, sondern die Probleme im eigenen Denken dort aufzuspüren, wo sie nicht vermutet werden. Das Gespräch, das der Linguistik wenig genug bedeutet, wird zum wesentlichen Gegenstand des Denkens über Sprache, wobei es darum geht, zu erkunden, wie jedes

menschliche Leben gelebt wird im Lichte dessen, was frühere Generationen weitergegeben haben (Poesie, Kunst, Denken, Wort). Was auch immer tradiert worden sein mag, wird hier nie als passiv ererbt, sondern als aktiv gedeutet und aufgegriffen verstanden, ist also Arbeit. Gedankenlosigkeit, die Verweigerung der Mühen des Denkens über Bringen und Befreien, ist für Heidegger ein wesentliches Merkmal des Umgangs mit Technik und der Modernität gewesen. Dazu gehört auch das Unverständnis unserer eigenen Historizität, was, wie wir wissen, in den Katastrophen unserer Gegenwart resultiert. (Bongartz & Storch 2019: 15–16)

Das Weitergehen und Denken an diesem Strand erbringt also nicht eine Zustandsbeschreibung diskursiver Konstellationen, die Prekarität abbilden und konstituieren, und auch keine Analyse der kommunikativen Strategien prekär lebender Personen, sondern die Einsicht, dass es nicht mehr um die Beschreibung des Anderen, das stete Othering in der Linguistik gehen kann, sondern dass der Linguist immer auch Teil des Geschehens ist, hier in der geskripteten Rolle der Touristin, und dass diese Beteiligung und Rolle diese Figur besonders prekär machen. Der Statuswechsel betrifft die hier forschende Person andauernd, nicht nur in der aufgebürdeten Rolle, sondern auch im Erkenntnisprozess. Nichts bleibt ungespiegelt, unerwidert; die Figuren kippen in ihr Gegenteil, inszenieren prekäres Leben, negieren ihre Prekarität, die sich aus den Bedingungen ihrer Emigration ergibt.

Die Sprache, die diesen Nicht-Ort mit seinen Widersprüchen füllt und das Gehen begleitet, ist unbeheimatet – kein Gespräch. Was geschieht also? Was verwandelt sich in dieser Inszenierung von Liminalität? Nochmals auf Heideggers Gedanken zum Gespräch zurückkommend, liegt es nahe, diese Frage mit *nichts* zu beantworten:

Gespräch (eigentlich)

ist *nicht* Mitteilen – Kundgabe – Unterrichten. Es gibt für seine Wesens-Bestimmung kein Schema außer dem Wort selbst. [...]

»*Gespräch*« – scheint im Unterschied zum Handeln und Leisten wie bloßes Rede und Gerede; es sieht so aus, als geschähe nichts, und hier geschieht alles. Alles Tun und Lassen eine Folge bzw. Austrag.

Gespräch – die Inständigkeit im Wort; das Zögern, das Überholen, die Scheu und das Wagnis, das Unvermutete und das Vermuten.

(Heidegger 2010a: 114)

Hier hingegen eröffnet sich lediglich ein Weg, der uns im Vermuteten unsere Kreise ziehen lässt. Die Verwandlung setzt erst dann ein, wenn das Unvermutete eintritt und das Spiel sein Ende nimmt.

Obgleich die Umsatzzahlen von Magaluf und dem Ballermann unfassbar lukrative Geschäfte vermuten lassen (Daly 2016), geht es noch besser. Und so weichen die Absteigen der Partytouristen puristisch gestalteten Luxusunterkünften, ist der unordentliche *Ballermann 06* zu einem gesylteten *Club Six* umgebaut worden und bieten die Wirte an der Playa nunmehr Bioburger an; alles *Premium* (Thurlow 2018).

El Arenals neue Tourismuspolitik ist 2014 durch eine neue Gesetzgebung vorbereitet worden. Um Anwohner nicht noch stärker mit Lärm und Abfall zu belasten, sollten bestimmte Praktiken der Partytouristen – beispielsweise öffentlicher Geschlechtsverkehr, Balconing (d.h. das Springen vom Balkon in den Pool) und öffentliches Eimersaufen – stärker strafrechtlich verfolgt werden. Der seit 2017 im Amt befindliche Bürgermeister von Palma, Antoni Noguera, hat sich explizit zu »Sauftouristen«, »Neonazis« und dem aus Deutschland nach El Arenal reisenden touristischen »Müll« und »Abschaum« geäußert und ist mit diesen Äußerungen insbesondere in den deutschsprachigen Medien ausgiebig zitiert worden.⁶

Der abjekte eigene Prekäre, der bislang abgespalten werden konnte, wird zu einem Dispositiv der Entortung, oder besser, der Entheimatung. Auffällig ist, dass mit dieser Entwicklung eine Austilgung bestimmter Ausdrücke einherging, beispielsweise des *17. Bundeslands* und des *Königs von Mallorca* (unter diesem Namen trat der deutsche Sänger Jürgen Drews in El Arenal auf). Sie verschwanden ohne großen Aufhebens und in dem Maße, wie Ausdrücke wie *Müll* und *Abschaum* in medialen Diskurs zunahmen. Die Prekarität der Ballermann-Besucher war nun nicht mehr ein Ausdruck theatralischer Abwehr, sondern ein unverblümtes Mittel der Vertreibung. Der Musiker Tim Bibelhausen, der als *Tim Toupet* am Ballermann auftritt, hat diesen Prozess in einem Lied behandelt, das dort als ironischer Kommentar ein großer Erfolg geworden ist: »Auf Wiedersehen, auf Wiedersehen / Geh nach Haus, du hast Inselverbot / Du fliegst raus, denn du bist ein Idiot«. Die Texte, die jenseits der Partyzone auf Mauern und Wänden zu sehen sind, erweisen sich hingegen nicht als erfolgversprechendes Songmaterial. Sie

⁶ <https://malloramagazin.com/nachrichten/politik/2017/07/06/56201/palma-sucht-kampf-gegen-playa-gelage-deutsche-hilfe.html> (Abruf 15. November 2019); Storch (2017).

sind eindeutig, verweigern die Möglichkeit einer ironischen Lesart und drücken stattdessen ein Ressentiment aus, das sich nicht mehr um Verbindlichkeiten im Kontext tourismusindustrieller Verwertungsketten (d'Eramo 2018) schert. Die beiden folgenden Abbildungen zeigen Graffiti auf Bauzäunen, die eine Tiefbau-Baustelle sichern:



Abb. 5–6: Graffiti in Barcelona (Storch 2018)

Hier wird neben Englisch auch Spanisch gebraucht, um Touristen wie auch lokalen Akteuren der Tourismusindustrie den Standpunkt derer, die hier Diskursheftigkeit beanspruchen, zu vermitteln. Auf dem Bauzaun in Abbildung (5) ist in der oberen weißen Bänderung zu lesen *NO TIRAR BASURA* ›Abfall wegwerfen verboten‹, darunter im grauen Feld in roter Farbe mit Hammer und Sichel *TOURISTS GO HOME*. *Basura* ›Abfall‹ ist, das geht aus den weiteren Graffiti hervor, der touristische Körper, der das Balconing nur zertrümmert übersteht: hier steht *BALCONING IS FUN*, eine zynische Aufforderung, sich vom Balkon zu stürzen und dabei umzukommen. Neben Graffiti dieser Art, die sich in Städten wie Palma und Barcelona gegen *Overtourism*, die Übernahme der Kontrolle über urbane Räume durch die Tourismusindustrie, richten, finden sich im öffentlichen Raum vielfach auch Plakate und Flyer mit Nachrichten an die Gäste, sich bitte massenhaft umzubringen, um endlich wieder weg zu sein.

Am Ballermann, auf einem der vielen Betonblöcke, die nach den Attentaten in Spanien dort errichtet wurden, findet sich ein lakonischer Kommentar, der die andere hier lokal gebrauchte Sprache, Wolof, nutzt:



Abb. 7: Graffiti aus El Arenal (Storch 2019)

Das, was da steht, ist wiederum uneindeutig, vielleicht auch ein Witz. *XAAR YALLA* ›erwarte Gott‹, an einem Ort, der als gott- und sittenlos stereotypisiert wird und gleichzeitig alle Merkmale eines Raums trägt, der Ekstase und Epiphanie zulässt (Ruf 2007). Warum hier auf Gott gewartet werden soll, ob es sich um ein Versprechen oder eine Drohung handelt, bleibt unklar. Über dem Graffiti sitzen die Plüschaffen, die ein senegalesischer Strandverkäufer den vorbeilaufenden Touristen anbietet. Es ist einer der wenigen öffentlich platzierten Texte, die aus der westafrikanischen Bevölkerung heraus an die touristische Öffentlichkeit adressiert sind.

Sehr viel sichtbarer sind die Projekte der Emanzipationsbewegung der *manteros*, wie die Straßenverkäufer aus Westafrika in Spanien genannt werden. Die Initiative *Top Manta* wendet sich dabei an eine Öffentlichkeit auch jenseits des touristischen Markts, mit Bildungs- und Informationsangeboten – etwa in Form eines französischsprachigen Literaturangebots in der Geschäftsstelle und Rassismusaufklärung für Schulen – sowie praktischen Hilfsprojekten (<http://manteros.org> [Abruf 15. November 2019]). Und auch hier gibt es T-Shirts und Accessoires: Klamotten, die nicht illegal sind, so wie auch ihre Träger dies nicht sein sollten.



Abb. 8–9: Ladengeschäft, T-Shirt der Organisation Top Manta (Storch 2018)

Die am Ballermann arbeitenden westafrikanischen Migranten investieren dabei schon lange in das, was ihnen eine einträgliche Teilhabe an diesem Geschäft sichert, und darüber hinaus eine Zukunft in der Emigration, nämlich in Sprache. Die sprachlich reduzierte *Helmut*-Inszenierung hält längst in keiner Weise den tatsächlichen kommunikativen Fähigkeiten der westafrikanischen Migranten stand. Sowohl im Alltag (was Schneider 2016 als *grassroots languages* bezeichnet) als auch in institutionalisierten Kontexten werden Kenntnisse des Deutschen, aber auch Spanischen, Englischen usw. erworben, die eine ganz andere Kommunikation als die in der *Helmut*-Rolle vorgegebene ermöglicht (Nassenstein 2017). Die als namenlose Akteure eines neokolonialen Schauspiels konstruierten Bewohner El Arenals bedürfen keiner Stimme, die für sie spricht, betonten viele der Personen, mit denen wir geredet haben, sondern eine weniger ausbeuterische Regelung von Aufenthaltsrechten, und für die setze man sich ein.

Die Inszenierung des Prekären verbirgt eine Verschiebung von Prekariätzuschreibungen, die die Partytouristen zunehmend als diejenigen, deren Zeit abgelaufen ist, positioniert, und die westafrikanischen Migranten mehr und mehr als Eingewanderte konstruiert. Dass ohne diese Inszenierung die Geschäfte nicht mehr laufen könnten, wird dabei von vielen Akteuren bezweifelt. Der aus Nigeria eingewanderte Taxiunternehmer Festus

Badaseraye setzt sich mit der große Öffentlichkeit findenden Publikation seiner Autobiographie, juristischen Schritten gegen Alltagsrassismus sowie durch Bildungsarbeit für eine gerechte Behandlung von Migranten ein (Badaseraye 2014, 2018). Viele der Strandverkäufer betonten außerdem, dass sie ihre Rolle nicht so sehr als Unterhalter sähen, sondern eigentlich lieber etwas zur Erziehung der jungen Europäer, denen sie begegneten, beitragen würden.

5. Beheimatung im Moment

Zwei Verkäufer, die einen Moment Pause machen, sitzen an der Playa im Schatten und unterhalten sich auf Spanisch, bis es wieder weitergeht. Ein Händler schickt eine Botschaft auf Englisch per Whatsapp irgendwohin, in der senegalesischen Bar kann man seine Bestellung auf Deutsch aufgeben. A.C., der als Krankenpfleger ausgebildet wurde und auf einen Erwerbsberuf in Europa hofft, erzählt beim gemeinsamen Spaziergang am Rand der Klippen hinter El Arenal von der sprachideologischen Offenheit afrikanischer Immigranten in Palma und dass ihre Großzügigkeit allem Fremden gegenüber ein besonderer Beitrag an das Leben an diesem Ort sei, ein Akt der Zivilisation. Man integriert sich, um andere integrieren zu können, verweilt im Gespräch.

Ich habe mich gefragt, was für Geschichten in den Nachrichten der Immigrierten erzählt werden, und welche Arten von Beziehungen zwischen den Akteuren in ihnen konstruiert und thematisiert werden. Festus Badaserayes Bruder, der in El Arenal lebt und dort als Taxifahrer arbeitet, hat uns Einblick in die Bilder und Geschichten gegeben, die unter den auf Kundschaft wartenden Fahrern zirkuliert werden. Kurze Filme, die zeigen, was gerade passiert, mit einer Stimme aus dem Off, die dies auf Spanisch ungläubig wieder und wieder bestätigt: *Esto lo que pasa en El Arenal*, »dies geschieht in El Arenal«. Die Figuren in diesen Filmen erbrechen sich auf belebten Plätzen, onanieren öffentlich auf einem Bürgersteig oder laufen in einem unpassenden Partykostüm durch eine morgendliche Straße. Auch diese Prekarität ist die der Anderen, die das leise Lachen der Beobachter nicht zu hören scheinen.

Im senegalesischen Laden, der unweit in einer Straße mit zahlreichen längst aufgegebenen Geschäften und Wirtshäusern bestehen bleibt, verkauft ein alter Mann chinesische Sonnenbrillen *en gros* und senegalesische

Produkte *en détail*. Das Raumparfüm aus der Sprühflasche der Marke *Afrique* verleiht dem Geschäftsraum einen Hauch von Sorgfalt und Pflege. Es erinnert an den Geruch im frischgeputzten Haus meines Schulfreundes G. Eine feste Bleibe auch dies, die nichts mehr von der allem innewohnenden Not wissen möchte.

Literaturangaben

- Andrews, Hazel. 2006. Consuming pleasures: package tourists in Mallorca. In Kevin Meethan, Alison Anderson & Steven Miles (Hgg.), *Tourism Consumption and Representation*, 217–235. Wallingford & Cambridge MA: Cabi.
- Andrews, Hazel. 2009. »Tits out for the boys and no back chat« – Gendered space on holiday. *Space and Culture* 12(2). 166–182.
- Andrews, Hazel. 2017. Mass tourism in Mallorca: examples from Calvià. In David Harrison & Richard Sharpley (Hgg.), *Mass Tourism in a Small World*, 181–190. Wallingford & Boston: Cabi.
- Augé, Marc. 1995. *Non-places: Introduction to an anthropology of supermodernity*. London & New York: Verso.
- Badaseraye, Festus. 2014. *De África llegué*. Palma.
- Badaseraye, Festus. 2018. African Journey – A Memoir. The Mouth, Special Issue 1.
- Block, David. 2013. *Deviance and Risk on Holiday*. Basingstoke: Palgrave.
- Bongartz, Christiane & Anne Storch. 2019. Radikales Begegnen. *Weitergehen* 1. 14–17.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction: Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Briggs, Daniel. 2013. *Deviance and Risk on Holiday*. Basingstoke: Palgrave.
- Daly, Max. 2016. I spent a summer undercover to find out how Magaluf became the UK's favourite hedonistic holiday spot. *Vice* 07.11.2016, https://www.vice.com/en_nz/article/exk9gz/magaluf-mania-british-holiday-daniel-briggs (Abruf 15. November 2019).
- D'Eramo, Marco. 2018. *Die Welt im Selfie*. Berlin: Suhrkamp.
- Derrida, Jacques. 2016. *Von der Gastfreundschaft*. Wien: Passagen.
- Fabian, Johannes. 1983. *Time and the Other*. New York: Columbia University Press.
- Heidegger, Martin. 2010a. *Zum Wesen der Sprache und zur Frage nach der Kunst*. Gesamtausgabe 74. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heidegger, Martin. 2010b. *Der Feldweg*. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heller, Monica, Adam Jaworski & Crispin Thurlow. 2014. Introduction: Sociolinguistics and tourism – mobilities, markets, multilingualism. *Journal of Sociolinguistics* 18(4). 425–458.
- Horvath, Agnes & Arpad Szokolczai. 2018. *Walking into the Void*. London: Routledge.
- Kreye, Lars. 2017. Lorenz Büffel aus dem Senegal. *Mallorca Zeitung* (18.12.2017). <https://www.mallorcazeitung.es/gesellschaft/2017/07/12/lorenz-buffel-senegal/52609.html> (Abruf 15. November 2019).
- Mbembe, Achille. 2014. *Kritik der Schwarzen Vernunft*. Berlin: Suhrkamp.

- Nassenstein, Nico. 2017. A promenade linguistique with a Senegalese street vendor: Reflecting multilingual practice and language ideology in El Arenal, Mallorca. *The Mouth* 2. 80–95.
- Nassenstein, Nico & Anne Storch. Im Druck a. Balamane: Variations on a ground. In Ingo H. Warnke & Elisa Erbe (Hgg.), *Macht im Widerspruch*.
- Nassenstein, Nico & Anne Storch. Im Druck b. Divisions and schisms in the party space: voices from the margins. In Hazel Andrews (Hrsg.), *Tourism and Brexit*.
- Nassenstein, Nico & Anne Storch. In Vorbereitung. *Café Senegales*.
- O’Neill, Maggie & Brian Roberts. 2020. *Walking Methods*. Abingdon & New York: Routledge.
- Roque, Ricardo. 2015. Mimesis and Colonialism: Emerging Perspectives on a Shared History. *History Compass* 13(4). 201–211.
- Ruf, Frederick J. 2007. *Bewildered Travel*. Charlottesville: University of Virginia Press.
- Sanders-McDonagh, Erin. 2017. *Women and Sex Tourism Landscapes*. Abingdon & New York: Routledge.
- Schneider, Edgar. 2016. Grassroots Englishes in tourism interactions. *English Today* 32(3). 2–10.
- Steinwachs, Britta. 2015. *Zwischen Pommestube und Muskelbank. Die mediale Inszenierung der »Unterschicht«*. Münster: Edition Assemblage.
- Storch, Anne. 2017. Small Stories. *The Mouth* 2. 98–117.
- Storch, Anne & Nico Nassenstein. 2018. Sound is a border: On social inequalities and language-as-burdens. Vortrag gehalten auf der Konferenz *Languages and Borders*, 26–27. März 2018, Bristol.
- Storch, Anne & Janine Traber. Im Druck. Quick encounters. In Sandra Kurfürst & Martin Zillinger (Hgg.), *Communities of Practice*.
- Szabo, Sacha. 2011. Ballermann. *Das Buch. Phänomen und Marke. Eine wissenschaftliche Analyse eines außeralltäglichen Erlebnisses*. Marburg: Tectum.
- Taussig, Michael. 2014. *Mimesis und Alterität. Eine eigenwillige Geschichte der Sinne*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Thurlow, Crispin. 2018. Seduction and subordination in »premium« travel: Beyond the managed heart? Vortrag gehalten auf dem Workshop *Language and Intimacy: Discourses and Narratives*, El Arenal.

Musiktexte

- Honk!. 2017. *Hallo Helmut (andere Farbe)*. Kuppenheim: Summerfield.
- Hüftgold, Ikke. 2015. *Leck die Tussy*. Kuppenheim: Summerfield.
- Toupet, Tim. 2018. *Inselverbot*. Köln: Xtreme Sound.