

Inhalt

Vorwort	9
1 Auftakt	11
1.1 Tour d'horizon	11
1.2 Feldzugang und Gesprächspartner	18
2 Eine Momentaufnahme	23
2.1 Die Medien	26
<i>Fernsehen</i>	26
<i>Print</i>	28
2.2 Volksmusik & Folkmusik	29
<i>Der Begriff der Heimat im volkstümlichen Lied...</i>	29
<i>...und im Folk</i>	31
<i>Abgrenzungen</i>	33
2.3 Ist volkstümliche Musik rechts?	37
2.4 Gigs um jeden Preis	39

3 Die Fangruppen	43
3.1 Die Inszenierung des Besonderen	43
3.2 Die Organisation	46
3.3 Das Clubleben	52
<i>Inszenierte Treffen</i>	53
<i>Konzerte</i>	54
3.4 Clubinterne Fanzines	57
 4 Die organisierten Fans	 65
4.1 Voreinstellung	65
<i>Die Kritik an der Kulturindustrie</i>	66
<i>Individualisierung und Erlebnisgesellschaft</i>	71
<i>Die kulturelle Ökonomie der Fans</i>	75
<i>Der aktive Fan</i>	78
4.2 Das Engagement	79
<i>Marktplatz der Information</i>	81
<i>Gruppengefühl</i>	82
<i>Ort der action</i>	84
<i>Fanclubs sind familienverbindend</i>	87
<i>Zwanglos</i>	91
4.3 Die Fans als Teil des Publikums	92
<i>Das Publikum</i>	92
<i>Das Publikum im Medienzeitalter</i>	94
<i>Das Bierzelpublikum</i>	95
<i>Exkurs: Das Bierzelt</i>	97
<i>Räumliche Trennung: Vorn und Hinten</i>	107
<i>Habituelle Trennungen</i>	109
<i>Distinktive Trennungen</i>	112
<i>Identitätsproduktion: Die „tough guys“</i>	113

4.4 Der Fan als Partner der Musik	117
„Sie wünschen, wir spielen“	118
Tatkräftige Unterstützung	120
Der Fan als Anheizer	121
Identifikationsprozesse	122
„Seither sind wir per Du“	127
Autonomiestreben	133
4.5 Herausgehoben: Die Fanclubleiter	134
„Das ist ja ein Ein-Mann-Betrieb“	134
Das Amt des Vorsitzenden	135
Professionalisierung	137
Legitimationszwang	141
Sandwichposition	146
Selbstkonstruktion	150
4.6 Der Fan – ein Swinger	153
Sinnbastelei	155
Die zwei Arten des Geschmacks	158
5 Taktende	161
Literatur	165