

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>11</b>
------------------------	-----------

<b>1. DIE SPEZIFISCHEN VERHALTENSWEISEN UND DIE IHNEN ZUGRUNDE LIEGENDEN MOTIVE VON SERIENFANS.....</b>	<b>15</b>
---	-----------

1.1 Entstehung von Fernseh- und Serienaffinität.....	17
--	----

1.2 Entstehung von Star-Fan-Beziehungen.....	29
--	----

1.3 Theorien und Modelle massenmedialer Interaktionsformen.....	33
---	----

1.3.1 Stimulus-Response-Theorie.....	34
--------------------------------------	----

1.3.2 Two-Step-Flow-Theorie.....	35
----------------------------------	----

1.3.3 Uses-and-Gratifications-Ansatz.....	37
---	----

1.3.4 Nutzenansatz.....	39
-------------------------	----

1.3.5 Cultural Studies Approach.....	41
--------------------------------------	----

1.3.6 Konzept der parasozialen Interaktion.....	43
---	----

1.3.7 Dynamisch-transaktionales Modell.....	46
---	----

1.4 Die spezifischen Interaktionen innerhalb von Fanclubs.....	50
--	----

1.4.1 Eignung vorhandener Modelle zur Erklärung des Phänomens „Fanclub“.....	50
--	----

1.4.2 Zusammenfassung der Merkmale fanclub-typischer Verhaltensweisen und Interaktionen.....	58
--	----

1.5 Typische Eigenschaften spezifischer Fanclubs, Fans und Stars.....	62
---	----

1.5.1 Arten von Fanclubs.....	62
-------------------------------	----

1.5.2 Arten von Fans.....	64
---------------------------	----

1.5.3 Arten von Stars.....	66
----------------------------	----

1.6 Kognitive und emotionale Aktionen und Reaktionen von	
--	--

Fanclubmitgliedern und ihren Stars.....	68
---	----

1.6.1 Wünsche und Ziele von Fanclubleitern.....	69
---	----

1.6.2 Analyse der Fehlannahmen von Fanclubleitern.....	71
--	----

1.6.3 Fanclub-typische Interaktionen und psychische Mechanismen.....	74
--	----

1.6.4 Kognitive und sozio-emotionale Prozesse.....	80
--	----

1.6.5 Der Fan zwischen sozialer und parasozialer Interaktion.....	86
---	----

1.7 Zusammenfassung.....	91
--------------------------	----

<b>2. DIE ROLLE VON STARS UND FANS BEI ENTSTEHUNG UND VERLAUF VON FANCLUB-TYPISCHEN INTERAKTIONEN.....</b>	<b>95</b>
--	-----------

<b>3. FUNKTIONEN UND BEDEUTUNGEN VON STARS UND FANCLUBS IM ALLTAGSLEBEN DER SERIENFANS .....</b>	<b>99</b>
<b>3.1 Auswahl und Vorstellung des empirischen Materials.....</b>	<b>106</b>
3.1.1 Erläuterung der empirischen Vorgehensweise .....	106
3.1.2 Vorstellung der untersuchten Fanclubs und ihrer Stars.....	108
a) Katja Keller-Fanclub .....	108
b) Viktoria Brams-Fanclub.....	111
c) Gerd Udo Feller-Fanclub.....	114
d) Erwin Aljukic-Fanclub.....	116
e) Katrin Filzen-Fanclub.....	118
f) Ulrike Folkerts-Fanclub .....	121
3.1.3 Vorstellung der befragten FC-Leiter.....	124
a) Sonja, Leiterin des ehemaligen Katja Keller-Fanclubs .....	124
b) Ulrich, Leiter des Viktoria Brams- und des Katrin Filzen-Fanclubs.....	129
c) Barbara, Leiterin des Gerd Udo Feller-Fanclubs.....	132
d) Nadine, Leiterin des Erwin Aljukic-Fanclubs.....	134
e) Yvonne, Leiterin des Ulrike Folkerts-Fanclubs .....	139
<b>3.2 Star- und Fanwesen als soziales Phänomen .....</b>	<b>142</b>
3.2.1 Fanaktivitäten als selbstverständliches Alltagshandeln.....	142
3.2.2 Werbe- und Verkaufsstrategien der Serienproduzenten.....	147
3.2.3 Fancubleitung als „etwas anderes Hobby“? .....	152
<b>3.3. Emotionalität bei fanclub-typischen Interaktionen .....</b>	<b>162</b>
<b>3.4 Der Fanclub als Ausdruck für Lebens- und Weltanschauung.....</b>	<b>164</b>
3.4.1 Der „Marienhof“ als Zuflucht für gesellschaftliche Randgruppen .....	164
3.4.2 Fanclubs und ihre individual-spezifischen Mentalitäten und Sinnkonzepte .....	166
a) Katja Keller-Fanclub .....	167
b) Ulrike Folkerts-Fanclub .....	170
c) Viktoria Brams-Fanclub und Gerd Udo Feller-Fanclub.....	173
d) Katrin Filzen-Fanclub.....	176
e) Erwin Aljukic-Fanclub .....	178
3.4.3 Serienhelden als Trostspender und Ratgeber in allen Lebenslagen .....	179
<b>3.5 Der Fan als Bestätigung und Weitergabe von Star-Symbolik.....</b>	<b>181</b>
<b>3.6 Zusammenfassung .....</b>	<b>188</b>
 <b>4. FANCLUBS ALS ZENTRALER FAKTOR BEI DER ENTSTEHUNG VON FAN-TYPISCHEN VERHALTENSWEISEN .....</b>	 <b>195</b>

<b>5. FANCLUB-TYPISCHE INTERAKTIONEN: EINE EIGENSTÄNDIGE FORM DER MASSENKOMMUNIKATION.....</b>	<b>203</b>
<b>6. ANHANG .....</b>	<b>209</b>
<b>6.1 Beiträge aus dem „Marienhof“-Magazin .....</b>	<b>209</b>
<b>6.2 Interviews .....</b>	<b>213</b>
6.2.1 Auszüge aus den Interviews mit Sonja, Leiterin des ehemaligen Katja Keller-Fanclubs.....	214
6.2.2 Auszüge aus den Interviews mit Barbara, Leiterin des Gerd Udo Feller-Fanclubs.....	222
6.2.3 Auszüge aus dem Interview mit Yvonne, Leiterin des Ulrike Folkerts-Fanclubs.....	226
6.2.4 Auszüge aus den Interviews mit Ulrich, Leiter des Viktoria Brams-Fanclubs...	230
6.2.5 Auszüge aus den Interviews mit Nadine, Leiterin des Erwin Aljukic-Fanclubs.....	234
<b>7. VERZEICHNIS DER ZITIERTEN UND WEITERFÜHRENDEN LITERATUR.....</b>	<b>237</b>
<b>7.1 Selbstständig erschienene Werke und Beiträge aus Herausgeberbänden .....</b>	<b>237</b>
<b>7.2 Beiträge aus Zeitschriften .....</b>	<b>244</b>
<b>7.3 Fanclub-Magazine.....</b>	<b>247</b>
<b>7.4 Internet-Adressen .....</b>	<b>247</b>
<b>7.5 Sonstiges empirisches Material (Privatbesitz) .....</b>	<b>247</b>
<b>8. ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>249</b>