

Andreas Wagenknecht

„Trotzdem sollte man als Metalfan dieses Album besitzen.“ Online-Rezensionen auf *Amazon* als Form der Fankommunikation

Abstract: Using the example of online reviews of the *Black Metal* album *Sons of Northern Darkness* by the band *Immortal* on the eCommerce platform *Amazon*, the following article illustrates that this variant of electronic word-of-mouth can also be described as a form of fan communication and fan productivity. In this context online reviews are considered in the tradition of fanzines and discussed regarding how fan and scene knowledge is specifically communicated. The aim of this article is not to work out stylistic characteristics and review criteria of the reviews or to describe *Black Metal* reviews on *Amazon* as a separate genre that can be distinguished from other music reviews. Rather, it shows how the reviews on *Amazon* are used by fans for textual production and how a marketing tool is thus appropriated and creatively decoded in the sense of *Cultural Studies*. This is considered creative, as the reviews are not only used for the sole purpose of valuation and making a possible buy recommendation but also to highlight a form of expertise as a fan, to get in touch with other fans and to communicate with them.

Key words: Online reviews, Fan communication, Black Metal, Fan productivity, eCommerce, Electronic word-of-mouth

1 Einleitung

Der Fokus des vorliegenden Beitrags liegt auf Rezensionen von Tonträgern aus dem *Heavy Metal*-Genre im Allgemeinen und solchen aus dem Sub-Genre *Black Metal* im Besonderen. Dabei wird der Frage nachgegangen, in welcher Art und Weise die Möglichkeit der Bewertung von Tonträgern auf *Amazon* von Fans genutzt wird und inwieweit sich die Rezensionen sowie die sich um diese entfaltende Kommunikation vor dem Hintergrund der Fanforschung diskutieren lassen. So ist beispielsweise die Betonung von Experten_innenwissen ein wesentliches Merkmal der Kommunikation unter Fans. Dieses zeigt sich beispielhaft in folgendem Auszug aus einer Rezension des Albums *Sons of Northern Darkness* der Band *Immortal*: *Ich*

würde es als Mischung aus *At the heart of winter* und *Damned in Black* bezeichnen¹. Der Rezensent zieht hier einen Vergleich zwischen dem besprochenen Album und dessen beiden Vorgänger-Alben. Dieser konkrete Verweis ist eine Entäußerung des spezifischen Wissens des Rezensenten über eine Band, welches sich in ähnlicher Art und Weise sowohl in zahlreichen professionellen Musik-Rezensionen aus dem Bereich des *Heavy Metal* (vgl. Diaz-Bone 2010) als auch in Metal-Fanzines beobachten lässt. Es ist somit einerseits ein Merkmal von Musik-Rezensionen, aber andererseits auch wiederum eine Form der Generierung von populärem kulturellem Kapital unter Fans (vgl. Fiske 1997) – in diesem Fall auf den Seiten des Onlineversandhändlers *Amazon*.

Das Ziel des Beitrags ist es zu zeigen, dass Online-Reviews für die Fanforschung fruchtbar gemacht werden können, da sie sich im Spannungsfeld zwischen Emergenz und Strategie der Fans verorten lassen. Dazu werden Online-Rezensionen auf *Amazon* als eine Art Ausweitung der Fanproduktivität über spezifische Fanzines und andere Online-Angebote hinaus in das eigentlich als Marketing-Tool angelegte Rezensions- und Bewertungssystem des Online-Händlers *Amazon* betrachtet und diskutiert. Die Analyse der stilistischen Eigenschaften und der dezidierten Bewertungskriterien der Rezensionen oder die Frage danach, ob *Black Metal*-Rezensionen auf *Amazon* eine eigene, zu anderen Musik-Rezensionen abgrenzbare Gattung darstellen, ist hier nicht von Interesse bzw. allenfalls Mittel zum Zweck, um beispielhaft zu verdeutlichen, wie ein spezifisches Fansein vermittelt wird und auf welche Art und Weise Rezensionen auf *Amazon* als eine Form von Fankommunikation betrachtet werden können – unabhängig davon, ob sich dieses auf andere Musik-Fandoms überragen lässt.

1 Die Online-Reviews bzw. die Auszüge aus diesen oder Angaben von Amazon wurden im Original übernommen – d.h. Rechtschreibfehler, Zeichensetzung, Formatierungen etc. wurden nicht bereinigt. Die Reviews und Auszüge wurden kursiv gesetzt und gegebenenfalls (wie längere Literaturzitate) formal abgesetzt. Alle zitierten Online-Reviews finden sich unter: https://www.amazon.de/Sons-Northern-Darkness-Immortal/product-reviews/B00005V6QB/ref=cm_cr_getr_d_paging_btm_prev_1?ie=UTF8&reviewerType=all_reviews&pageNumber=1&sortBy=recent (retrieved: 01.10.2020).

Was das Verständnis und die Verwendung des Begriffs Fan betrifft, orientiere ich mich an Roose / Schäfer / Schmidt-Lux (2010). Sie definieren Fans als

Menschen, die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren (12).

Weiterhin stehen Fans einer bestimmten Musikrichtung – und besonders die des Musikgenres *Heavy Metal* – in enger Verbindung zur entsprechenden Szene, was nachfolgend auch immer wieder argumentativ von Bedeutung sein wird. Unter Bezug auf Hitzler / Bucher / Niederbacher (2005) werden nachfolgend als Szenen

thematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materiale und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln (20)

verstanden. Im Szenekonzept der Autoren nehmen Musik und Medien sowie deren spezifische Stellung und Verwendung innerhalb der Szene eine zentrale Rolle ein².

2 (Online-)Rezensionen: Begriffsdiskussion, Entwicklung und Perspektiven

Rezensionen von neuen aber auch bereits etablierten Musik-Alben sind von jeher ein fester Bestandteil des (pop)musikalischen Diskurses. Als journalistische Gattung finden sie sich im Feuilleton von Tageszeitungen ebenso wie in einschlägigen professionellen Print-Musikmagazinen oder Fanzines. Seit der Entwicklung des Web 2.0 und der Möglichkeit der Erstellung von nutzergenerierten Inhalten hat sich das Internet zu einem Sammelplatz von Reviews³ jeglicher Form und jeglichen Inhalts entwickelt – von denen Kritiken und Bewertungen populärer Musik nur einen Bruchteil darstellen.

2 Zu den spezifischen Merkmalen der *Heavy Metal*-Szene vergleiche Weinstein (2000) und zu denen der *Black Metal*-Szene Chaker (2014).

3 Die Begriffe Rezension und Review werden im weiteren Verlauf synonym verwendet.

Damit geht neben dem Anstieg der Anzahl professioneller Rezensionen vor allem eine Explosion der Anzahl von Laienrezensionen einher, da nun nahezu alle, die einen Internetzugang besitzen, ihre Meinung zu aktuellen oder auch historischen Tonträgern online stellen und damit öffentlich machen können. Sei es auf der eigenen Homepage, in professionellen oder von Fans herausgegebenen Webzines oder auf den Seiten von Online-Händlern wie *Amazon*, die die technische Möglichkeit zur Bewertung jeglicher dort gehandelter Produkte und somit auch von Produkten der Musikindustrie (CD, LP, DVD, mp3 etc.) fest in ihren Online-Auftritt integriert haben.

2.1 Online-Reviews von Tonträgern als Form des Electronic Word-of-Mouth

Die Entscheidung, ein Produkt zu kaufen, geht nicht selten auf die Empfehlung von Bekannten zurück. Soll beispielsweise ein neues Auto angeschafft werden, holt man sich Informationen und Rat von der Person im Bekanntenkreis, die sich mit Autos auskennt, oder man erinnert sich an Freund_innen, die erwähnt haben, dass sie mit ihrem neuen Fahrzeug einer bestimmten Marke sehr zufrieden sind. Auch der Kauf von Tonträgern oder das Downloaden und Streamen von Musik kann auf persönliche Empfehlungen von Arbeitskolleg_innen, Freund_innen oder Verwandten zurückgehen, die im Gespräch ein bestimmtes Album lobend erwähnen. Nicht selten tauschen sich Fans im Gespräch mit anderen Fans einer bestimmten Musikrichtung oder Band über die neuesten Veröffentlichungen des Genres oder auch über kanonische Alben aus und geben Kaufempfehlungen – unter anderem dadurch motiviert, dass sie an ihrem Fanobjekt partizipieren und dieses unterstützen wollen. So zeigt eine Untersuchung von Roose / Schäfer (2010), dass 55 Prozent der Musikfans bereit sind, ihr Fanobjekt (beispielsweise eine Band oder ein Genre) zu unterstützen (vgl. 374–375) – ideologisch, aber auch monetär, so zum Beispiel durch den Kauf der Musik, in welchem Format auch immer.

Tonträger (audiovisuelle Medien inklusive) stellen die wichtigsten Medien des Black- und Death Metal dar. SzenegängerInnen investieren nach eigener Auskunft einen Großteil des Geldes, das ihnen für Szene-Produkte zur Verfügung steht, in Tonträger. [...] Das zentrale Tonträgermedium ist nach wie vor die CD, unter Sammlern ist ferner Vinyl verbreitet. MP3s werden vorwiegend als

Ergänzung zu physischen Tonträgern oder zum ‚Reinhören‘ in Musik verwendet. Gerade die Musik ihrer Lieblingsbands wollen die meisten AnhängerInnen aber nach wie vor in den Händen halten. [...] Wenn Black- und Death Metal-AnhängerInnen MP3s also primär ergänzend gebrauchen, ist dies nicht auf eine prinzipielle ‚Technikfeindlichkeit‘ zurückzuführen, sondern dieses Trägermedium widerspricht häufig der erwünschten Art der Musikeignung im Metal. (Chaker 2014: 177)

Der wirtschaftswissenschaftliche Fachbegriff für die sehr gut erforschte Form der mündlichen Produktwerbung – umgangssprachlich formuliert: der Mundpropaganda – lautet Word-of-Mouth. Arndt (1967) definiert diese wie folgt: „oral, person-to-person communication between a perceived non-commercial communicator and a receiver concerning a brand, a product, or a service offered for sale“ (190). Mit der Entwicklung des Web 2.0 ist durch die Möglichkeit der nutzergenerierten Produktbewertungen dem interpersonalen Word-of-Mouth das Electronic Word-of-Mouth an die Seite getreten. So finden sich auf den Seiten des Onlineversandhändlers *Amazon* Reviews und Bewertungen zu nahezu allen dort gehandelten Produkten und damit eben auch Rezensionen von *Heavy Metal* respektive *Black Metal*-Alben. Hennig-Thurau et al. (2004) beschreiben Electronic Word-of-Mouth als „any positive or negative statement made by potential, actual, or former customers about a product or company, which is made available to a multitude of people and institutions via the Internet“ (39).

Vor diesem Hintergrund werden die hier im Mittelpunkt der Darstellung stehenden Rezensionen von Musikveröffentlichungen auf den Seiten des Online-Händlers *Amazon* aus dem Bereich des *Heavy Metal* respektive des *Black Metal* als Online-Reviews und damit als eine Form des Electronic Word-of-Mouth verstanden.

2.2 Fanzines, Webzines und Online-Reviews als Formen der Textproduktivität von Fans

Veröffentlichte und damit anderen Personen als Leser_innen zugängliche Rezensionen von Tonträgern durch (musik-)journalistische Laien gab es bereits lange vor Rezensionen auf *Amazon* in musikbezogenen Fanzines. Fanzines sind von Fans für Fans produzierte Magazine, die prinzipiell jedes

Fandom zum Gegenstand haben können – von Fußball über Horrorfilme bis hin zum *Black Metal*.

Sie zirkulieren als Sprachrohr und Meinungsmacher in Szenen. Fanzines verfolgen inhaltlich ein 'special interest', und sind an bestimmte Zielgruppen gerichtet. Das herausgegebene Organ ist Teil der Zielgruppe und besitzt hohe Kompetenz bezüglich des Gegenstandes. Die Gründungsmotivation erfolgt primär aus ideellem Interesse. Erscheinungsweisen, Auflagen und formale Kriterien (wie z. B. Umfang, Format, Druckqualität, Layout etc.) sind uneinheitlich und variabel. Der Vertrieb erfolgt größtenteils über alternative Strukturen an die relevanten Plätze des Szene-Netzwerkes, durchaus auch über Postzustellung aus privaten Haushalten. (Greiner 2001: 11f.)

Fanzines und somit auch die in ihnen enthaltenen Rezensionen von Tonträgern werden in der Fanforschung als Form der textuellen Fan-Produktivität verstanden. „Fans stellen Texte her, die sie untereinander tauschen“ (Fiske 1997: 62). Damit erzeugen sie in einer Art kultureller Schattenökonomie populäres kulturelles Kapital (vgl. Fiske 1997). Dieses Kapital hat keinen monetären Wert für die produzierenden Fans. „Die Dividenden werden in Form von Spaß und Anerkennung innerhalb einer Gemeinschaft mit den gleichen Vorlieben durch Gleichgesinnte ausbezahlt“ (Fiske 1997: 57). Gerade für die Entstehung der *Heavy Metal*-Szene spielen Fanzines eine wichtige Rolle. Laut Shuker (2005) schufen *Heavy Metal*-Fanzines in den 1980er Jahren ein globales Informationsnetzwerk zwischen Fans und Bands und hatten einen Einfluss auf die Verbreitung der Musik, die von den Radiostationen ignoriert wurde. Weinstein (2000) schreibt in dem für die *Heavy Metal*-Forschung grundlegenden Buch *Heavy Metal. A Cultural Sociology*, „Fanzine editors are fans in the true sense of that term's etymology. They adhere *fanatically* to the metal conventions, standards, and practices“ (178, Herv. i. O.).

Aus vielen Fanzines – nicht nur denen der *Heavy Metal*-Szene – entwickelten sich mit der Zeit regelmäßig erscheinende und kommerziell vertriebene Musikzeitschriften. So ging beispielsweise das heute sehr etablierte deutsche *Heavy Metal*-Magazin *Rock Hard* aus einem Fanzine hervor. Neben dem Abwandern zahlreicher Fanzines in den Markt der offiziellen Presse führte die Entwicklung des Internets und vor allem des Web 2.0 zur Veränderung der Produktion und Distribution von Fanzines. „In den 1990er Jahren wurde das Internet zum bevorzugten Medium dieser Publikationen, die sich nun entsprechend *e-Zines* nennen“ (Wicke /

Ziegenrucker / Ziegenrucker 2007: 241). Neben *e-Zines* bzw. *Webzines* wie *Bloodchamber*, *Metal.de* oder *Powermetal.de* sind jedoch auch weiterhin gedruckte Fanzines wichtige Medien der *Heavy Metal*-Szene. So zählt Chaker (2014) in ihrer Studie über die *Black*- und *Death-Metal*-Szene Deutschlands Fanzines wie *Mystical Music* oder *Carnage* auf und beschreibt diese als „Gegenpol zu den gewerbsmäßigen Magazinen“ (174).

Reviews von Tonträgern aus dem Bereich des *Heavy Metal* respektive *Black Metal* finden sich aber nicht nur in von Fans physisch und/oder online herausgegebenen Magazinen, sondern ebenso in physisch vertriebenen oder online abrufbaren Mailorder-Katalogen, auf privaten oder von Labels betriebenen Home- und Fanpages, auf einschlägigen Info-Portalen, in Foren und Communities oder eben auf den hier im Fokus stehenden Seiten des Onlineversandhändlers *Amazon*. Generell ist es bei den Online-Angeboten zum Thema *Black* und *Death Metal* „teilweise schwierig, zwischen gewerbsmäßigen und nicht-gewerbsmäßigen Angeboten zu unterscheiden, da sich die Übergänge fließend gestalten“ (Chaker 2014: 388).

Auch wenn sich Diaz-Bone (2010) mit Musik-Rezensionen von professionellen Journalist_innen aus dem Bereich des *Heavy Metal* beschäftigt, sind seine Analysen auch für den Bereich der Fankommunikation bzw. Fan-Rezensionen relevant. Einerseits stellen sie die einzige mir bekannte detaillierte wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Rezensionen zu *Heavy Metal*-Alben dar, andererseits sind – wie bereits im Vorfeld verdeutlicht – im *Heavy Metal* die Grenzen zwischen professionellen Magazinen und Fanzines fließend und beide werden in der Szene gleichermaßen gelesen und akzeptiert. So beschreibt Weinstein (2000) die identitätsstiftende Funktion von Rezensionen für den *Heavy Metal* während Chaker (2014) in ihrer Studie über die *Black*- und *Death-Metal*-Szene Deutschlands Fanzines wie *Mystical Music* oder *Carnage* als „Gegenpol zu den gewerbsmäßigen Magazinen“ (174) bezeichnet.

Konkret hat sich Diaz-Bone (2010) im Rahmen einer vergleichenden Diskursanalyse der Musikwelten des *Techno* und des *Heavy Metal* mit dem *Heavy Metal*-Diskurs und wie sich dieser in den Printausgaben des *Heavy Metal*-Magazins *Metal Hammer* darstellt, auseinandergesetzt. Neben Artikeln, Konzertberichten etc. analysierte er dazu auch Musik-Rezensionen.

Die Rezension von Heavy Metal-Alben hat ihr eigenes Regelwerk, ein eigenes Repertoire von Kategorien und Adjektiven. Die Aufgabe der Rezension ist es, die Leser über den Neuigkeitswert und die Klasse einer Neuveröffentlichung zu informieren. Hier werden Alben zu Ereignissen oder zu Ärgernissen, wird bestätigt, was man erwartet hatte, wird Qualität zertifiziert oder Durchschnittlichkeit und Minderwertigkeit bescheinigt. (Diaz-Bone 2010: 244)

Ein wesentliches Moment der Rezension ist laut Diaz-Bone (2010), die Musik und den Sound innerhalb der Kulturwelt *Heavy Metal* zu diskursivieren, was dadurch geschieht, dass sie metaphorisiert und evaluativ kategorisiert werden. Das zentrale Wissenskonzept, in welches – so könnte man es formulieren – die Musik und der Sound übersetzt werden, sind Genre- und Subgenrebezeichnungen. Die Rezensionen als solche folgen – so Diaz-Bone (2010) – einem Schema, welches sich vor allem an den Dimensionen der Musik orientiert. Die Qualität der Musik wird bestimmt anhand der stilistischen Verortung – z. B. der (Sub)Genrezugehörigkeit und einer Beschreibung des Sounds – sowie hinsichtlich der Größen Melodie / Rhythmus, Komposition / Text, Instrumenteneigenschaften (wozu auch die Gesangsleistung zählt) und der Erlebnisintensität der Musik und des Sounds. Aus dem Zusammenspiel aller skizzierten Dimensionen unter besonderer Berücksichtigung der (Sub)Genreverortung und des Verhältnisses zu anderen Genres ergibt sich dann letztlich die Bewertung in Form einer Punktevergabe und der Abgabe einer Empfehlung oder Nicht-Empfehlung. Die in den Rezensionen angelegten positiven oder negativen Beschreibungen und Beurteilungen innerhalb der einzelnen Dimensionen sowie innerhalb der abschließenden (Gesamt)Bewertung geben den Leser_innen die Möglichkeit, sich ein Bild von dem rezensierten Tonträger zu machen.

3 Rezensionen von Tonträgern auf *Amazon* als Form der Fankommunikation am Beispiel des *Black Metal*-Albums *Sons of Northern Darkness* der Band *Immortal*

Amazon wurde 1994 als Online-Buchhandel in den USA gegründet und ist mittlerweile einer der größten Onlineversandhändler der Welt.

Alle auf *Amazon* verkauften Produkte können über ein integriertes Bewertungstool durch die (potentiellen) Kund_innen über die Vergabe von maximal fünf Sternen als Höchstnote evaluiert und mit einer

Online-Rezension versehen werden. *Amazon* selbst überwacht und reguliert die Online-Rezensionen hinsichtlich rassistischer, sexistischer usw. – kurz strafrechtlich relevanter Inhalte. Was jedoch nicht kontrolliert werden kann, ist, ob die Reviews tatsächlich von Laien bzw. Kund_innen geschrieben wurden, ob Reviews gekauft sind, von PR-Profis stammen oder von den Herstellern und Händlern gar selbst verfasst wurden.

Unabhängig von diesen Unsicherheiten in Bezug auf die Verfasser_innen und deren Glaubwürdigkeit, sowohl für diejenigen potentiellen Kund_innen, die an dem bewerteten Produkt interessiert sind, wie auch für die Wissenschaftler_innen, die sich mit diesen Online-Rezensionen beschäftigen, stellen die Rezensionen und Kommentare ein ständig wachsendes Archiv nicht nur an produktbezogener Kommunikation dar, sondern wie die nachfolgenden Ausführungen veranschaulichen sollen, auch eine Ressource für die Fanforschung.

Online-Rezensionen sind Texte, die in der Regel nach dem Hören des Mediums Tonträger (CD, LP, mp3 etc.) entstanden sind und damit als mediale Anschlusskommunikation und Form der kommunikativen Aneignung verstanden werden können. Sie können – wie bereits erläutert – beschrieben werden als: “any positive or negative statement made by potential, actual, or former customers about a product or company, which is made available to a multitude of people and institutions via the Internet“ (Hennig-Thurau et al. 2004: 39).

Besonders affin für Musik sind Fans dieser Musik, eines Genres oder von konkreten Künstler_innen. Diese Fans haben nun die Möglichkeit – neben Rezensionen in spezifischen Medien (Fanzines, Webzines etc.) zu verfassen und zu lesen – auch auf *Amazon* Online-Reviews zu veröffentlichen und zu rezipieren. Neben der Tatsache, dass in vielen der hier im Mittelpunkt der Analyse stehenden Rezensionen mit Formulierungen wie

Ich muss echt sagen das dieses Album wirklich eines der besten der Black Metal Geschichte ist sogar ich als Cradle fan bin süchtig nach dem Teil! oder *Immortal legen mit ihrem letzten Album ein super Ergebnis nieder, dass kein Fan von der “unsterblichen” Band nicht in der Platten-sammlung haben sollte!*

direkt auf das eigene *Black Metal*-Fansein oder auf *Black Metal*-Fans als Zielgruppe der Rezensionen verwiesen wird, spricht auch theoretisch einiges dafür, die Verfasser_innen als Fans zu beschreiben und die

Rezensionen als Musik-Kritiken von Fans (für Fans) zu verstehen. Denn in das Schreiben einer Rezension muss der_ die Autor_in – zieht man die eingangs aufgeführte Fandefinition von Roose / Schäfer / Schmidt-Lux (2010) heran – „Zeit und/oder Geld investieren“ (12). Zeit für das Schreiben und Onlinestellen der Rezension sowie für das Hören der Musik und, wenn nicht auf kostenfreie Varianten von Streamingdiensten wie Spotify ausgewichen wird, Geld für den Erwerb des Albums. Es ist zu vermuten, dass der Fan durch das Schreiben einer Rezension an seinem Fanobjekt partizipieren möchte und durch eine positive Kritik Einfluss auf den Status und den Erfolg – in diesem Fall eines speziellen Musik-Albums einer konkreten Band – nehmen möchte. „Gerade das Internet mit seinen Diskussionsforen bietet hier ein günstiges Medium“ (Roose / Schäfer 2010: 372).

An dieser Stelle sollen nun einige konkrete Beobachtungen und Reflexionen vorgestellt werden, die darauf hinweisen, dass – so die Vermutung – Online-Reviews von Musikalben als Fanaktivität und -produktivität verstanden werden können. Im Fokus steht hier nicht die konkrete Analyse der stilistischen Eigenschaften der Rezensionen oder das Eruiere, ob diese eine eigene Gattung darstellen, sondern die Frage, wie hier beispielhaft ein spezifisches Fansein kommuniziert wird und auf welche Art und Weise die Rezensionen als Form von Fankommunikation betrachtet werden können, unabhängig davon, ob sich dieses auf andere Musik-Fandoms übertragen lässt. Die hier beispielhaft an Online-Rezensionen aus dem Bereich des *Black Metal* gemachten Beobachtungen sind erste Erkundungen des Feldes und gehen nicht über den Status eines konzeptionellen Ordners des Materials in Anlehnung an die Grounded Theory (Glaser / Strauss 1998) hinaus. Sie beziehen sich auf den deutschen Internet-Auftritt von *Amazon*.

„Black Metal entstand als eine Spielart des Heavy Metal bereits zu Beginn der 1980er-Jahre“ (Wagenknecht 2011: 153) und kreiert musikalisch und soundtechnisch „ein dreckig verwaschenes, atmosphärisch hochtöniges und dichtes Klanguniversum aus keifendem und textlich zumeist unverständlichem Gesang, einfachem Rhythmus, hoher Geschwindigkeit bei minimaler und sehr direkter Produktion“ (Wagenknecht 2011: 154). Die Texte drehen sich in der Regel um „Okkultismus, Satanismus, Naturverbundenheit, Heidentum sowie skandinavische und germanische Folklore und Mythologie“ (Wagenknecht 2011: 155).

Alle im weiteren Verlauf erklärend herangezogenen Beispiele sind Online-Reviews zum Album *Sons of Northern Darkness* der norwegischen *Black Metal*-Band *Immortal* oder Auszüge aus diesen. *Immortal* wurden 1990 gegründet (vgl. Patterson 2013) und gehört zu den führenden Bands der zweiten Welle des *Black Metal* (vgl. Wagenknecht 2011). Das Album *Sons of Northern Darkness* wurde 2002 veröffentlicht und erreichte Platz 58 der deutschen Albumcharts. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt (Oktober 2020) wurde es 58mal auf *Amazon* rezensiert. Aus Deutschland stammen dabei 25 Rezensionen – diese bilden die Grundlage der vorliegenden Betrachtungen. Die älteste Rezension stammt vom 02. Februar 2002, die aktuellste vom 11. Oktober 2020.

Formal bewegen sich die Online-Rezensionen vom Umfang her zwischen einem Satz und mehreren hundert Wörtern. Etliche Texte sind hochelaboriert und sorgfältig komponiert. Auch stilistisch vermitteln die Texte den Eindruck, dass einige der Verfasser_innen sehr viel Wert auf sprachliche und sachliche Präzision legen, wie z. B. folgende Rezension verdeutlicht.

“Sons of Northern Darkness” aus dem Jahr 2002 ist nicht nur das letzte Album, das Immortal vor ihrer temporären Auflösung veröffentlicht haben, sondern auch eines der besten Alben der Norweger. Ob Immortal nun wirklich dem Black Metal zugeordnet werden können, soll an dieser Stelle mal nicht zur Diskussion stehen – ich werfe sie einfach mal mit in den Topf. Jedenfalls zeigte sich das Trio kurz vor dem vorübergehenden Aus auf seinem musikalischen Höhepunkt: “Sons of Northern Darkness” hat für mich alles, was diese Band ausmacht. Es gibt rasante Blastbeat-Passagen, epische Midtempo-Abschnitte und beinahe schon hymnenhafte Stampfer, alles verbunden mit instrumentalem Können und hervorragendem Songwriting. Und welche Black-Metal-Band kann schon von sich behaupten, dass man sie auf Anhieb an den Riffs und dem Gitarrensound erkennt? Übertroffen wird dieses meisterhafte Werk nur durch “At the Heart of Winter” (1999), welches mein liebstes Immortal-Album ist – aber das ist eine andere Geschichte.

So wird hier einerseits mit Bewertungskriterien wie der Beschreibung von Sound und Rhythmus sowie der Schilderung der Erlebnisintensität der Musik und des Sounds gearbeitet, die Diaz-Bone (2010) bereits auch anhand professioneller Rezensionen in *Heavy Metal*-Magazinen

herausgearbeitet hat. Andererseits erfolgt ein Verweis auf das Lieblingsalbum des_der Rezensierenden, was kein neutrales Bewertungskriterium darstellt, sondern eher den Charakter einer persönlichen Einschätzung hat, wie sie von einem Fan an andere Fans weitergegeben wird. Lieblingsalben spielen unter (*Black*) *Metal*-Fans eine wichtige Rolle, wie zum einen beispielsweise die Kategorie „Listenwahn“ im weit verbreiteten und fanbasiertem Heavy Metal-Magazin *Deaf Forever* verdeutlicht, unter der Lieblingsalben der Redakteur_innen und Rezensent_innen hinsichtlich der unterschiedlichsten und abwegigsten Kriterien aufgeführt werden. Zum anderen stellt die Diskussion um kanonische Alben und persönliche Lieblingsalben einen wichtigen Bestandteil der Fan- und Szenekommunikation dar.

Die Rezensionen-Texte sind unterschiedlich formatiert – die Spanne reicht von Textblöcken ohne Absätze bis zu Texten mit Zwischenüberschrift und Großschreibungen zur Hervorhebung von Textelementen oder einzelnen Wörtern. Die Reviews sind bis auf eine Ausnahme in deutscher Sprache verfasst. Die Regeln der deutschen Orthographie und Grammatik werden in unterschiedlichem Maße befolgt.

Die Rezensionen sind mit einer Überschrift versehen, die meist den Inhalt der Kritik kurz auf den Punkt bringt. Wie beispielsweise im nachfolgenden Fall recht lakonisch und evaluativ formuliert: *Absolut perfekt!* Bereits in den Überschriften wird oft spezifisches Fanwissen transportiert und zur Einordnung benutzt: *Modern und doch traditionell – Immortal mit Ihrem eingängigsten Album*. So erfolgt in dieser Überschrift eine gezielte und kenntnis- sowie voraussetzungsreiche Bewertung vor dem Hintergrund der Diskografie der Band. Überschriften wie: *Kings of northern Black Metal* huldigen der Band und ordnen sie in den Kanon anderer *Black Metal*-Bands ein, wodurch sie *Immortal* eine bestimmte Position und Stellung innerhalb der Szene zuweisen – im erwähnten Fall die der Könige des *Black Metal*. Die Betonung der herausragenden Stellung der Band *Immortal* zeigt sich auch in den Rezensionstexten direkt, so beispielsweise in folgendem Auszug: *Mit diesem Album beweisen Immortal, dass sie neben Dimmu Borgir zu den vielleicht besten Black Metal Bands gehören.*

Unmittelbar vor dem Rezensionstext steht, von wem die Kritik stammt und wann sie verfasst wurde. Die Rezensent_innen können ihren Klarnamen angeben, in den meisten Fällen werden jedoch Pseudonyme verwendet.

Im Bereich der Rezensionen zu *Black Metal*-Alben haben die Pseudonyme nicht selten einen Bezug zur Welt des *Heavy Metal*. So verweist zum Beispiel *Crueltybeast* auf einen Albumtitel namens *Cruelty and the Beast* der *Black Metal*-Band *Cradle of Filth*. Außerdem sind Pseudonyme vor allem bei Musiker_innen in *Black Metal*-Bands sehr verbreitet und ein zentrales Merkmal der Szene (vgl. Wagenknecht 2011, Chaker 2014), welches die Rezensent_innen hier sicherlich auch benutzen, um sich als Mitglieder der Fankultur des *Black Metal* auszuweisen.

Konkret können zwei Formen von Rezensionen unterschieden werden – solche ohne direkte Kaufaufforderung und solche mit konkretem Kaufappell. Bei der ersten Form wird ein Album bewertet und die Leser_innen können aus dem Text ableiten, ob das Album ihren Geschmack trifft oder nicht. Die Rezension gibt jedoch einerseits keine direkte Kaufempfehlung und rät andererseits aber auch nicht direkt vom Erwerb ab, wie folgende Rezension verdeutlicht.

Ein episches Album. Punkt. Es erwischt einen doch auf einer Ebene, die man von sich ggf. nicht kannte. Dieses Album erzählt einem etwas von sich selbst indem es von sich erzählt. Schwer zu beschreiben, muss man erleben. Ich habe das Album seit Veröffentlichung und ich höre immer wieder gerne hinein...es wird nicht alt, überholt oder oder oder...es ist episch und nicht jeder wird das greifen können.

Die zweite Form von Rezensionen arbeitet mit einem direkten Appell an die Leser_innen, ein Album zu kaufen oder es auf gar keinen Fall zu erwerben. Der positive oder negative Appell wird in der Rezension direkt herausgestellt, wie folgendes Beispiel zeigt.

Ich will nicht viele Worte verlieren, also: Ein absolutes GEILES, BRACHIALES und MITREISSENDES BM-Album!!! Für mich neben "Enthroned Darkness Triumphant" von Dimmu Borgir das beste Black-Metal-Album, was jemals hervorgegangen ist!!!! Einfach wahnsinn, was die da abliefern! Schade ist nur, dass sie sich aufgelöst haben.... echt traurig! also, wer dieses Album wirklich noch nicht hat, der MUSS es einfach KAUFEN!!

Eine besondere Form des Appells ist der an das Fansein, wie folgende Auszüge aus verschiedenen Reviews veranschaulichen:

Trotzdem sollte man als Metalfan dieses Album besitzen;

Es lohnt sich auf jeden Fall dieses Album zu holen, und es sollte in keinem Black Metal-Regal fehlen, besonders nicht bei Immortal Fans;

Keine Lückenfüller, volles Programm für Metaller mit gutem Geschmack.

Formulierungen wie diese geben nicht nur eine Kaufempfehlung ab, sondern verknüpfen den potentiellen Besitz eines Albums direkt mit dem Fansein. Ist man ein Fan der Band oder ist man ein *Heavy Metal*-Fan mit sicherem Musikgeschmack, muss dieses Album besessen werden. Andererseits kann das Fansein in Frage gestellt werden.

Fanwissen und Fanexpertise spielen auch bei der Bewertung und Einordnung der Musik-Alben eine entscheidende Rolle und stellen eine feste Größe in den Rezensionen dar. Neben Bewertungskriterien wie Sound, Produktion, technischem Können an den Instrumenten und am Gesang, Gestaltung der Cover und Inhalt der Texte – die sich mit den von Diaz-Bone (2010) für professionelle Rezensionen in *Heavy Metal*-Magazinen herausgearbeiteten Kriterien vergleichen lassen – ist es besonders das ausgestellte und angewandte (Fan)Wissen über die *Heavy Metal*-Szene und/oder die Band, welches kennzeichnend für die untersuchten Rezensionen auf *Amazon* ist. Zum Anzeigen des Expertentums bedienen sich die Rezensent_innen verschiedener Strategien und lassen unterschiedliche Formen von (Fan)Wissen in die Texte einfließen. Häufig erfolgt, um die Bedeutung und die Qualität eines Albums einzuschätzen, der Verweis auf andere Veröffentlichungen der Band und damit eine Ausstellung des spezifischen Wissens über diese konkrete Band. Formulierungen wie – *Ich würde es als Mischung aus At the heart of winter und Damned in Black bezeichnen* – ziehen einen Vergleich zwischen dem rezensierten Album *Sons of Northern Darkness* und dessen beiden Vorgänger-Alben. Ein noch differenzierterer Bezug in diesem Kontext wird an folgendem Auszug aus einer anderen Rezension deutlich.

Immortal sind wieder etwas klirrender und kälter geworden im Vergleich zu dem Vorgänger "Damned in Black". Zurück zu den Wurzeln kann man

allerdings nicht sagen, dazu ist die Produktion zu druckvoll. Sons ist eher ein Bastard aus “Damned..” und “At the Heart of...” geworden.

Kenntnisse über die Band werden aber auch demonstriert, wenn in den Online-Reviews die Namen der Bandmitglieder verwendet werden bzw. die im *Black Metal* üblichen Pseudonyme (vgl. Wagenknecht 2011). *Das Zusammenspiel zwischen Abbath, Horgh und Iscariah stimmt einfach, und das hört man auch raus.* Das Wissen über die Szene wird ebenfalls expliziert, in dem auf andere Bands des Genres verwiesen wird. So schreibt ein Rezensent: *Meiner Meinung nach neben “Rebel Extravaganza” und “Under a funeral Moon” eines der größten Blackmetalalben aller Zeiten* und verweist damit auf Alben der *Black Metal*-Bands *Satyricon* und *Dark-throne*, die innerhalb des Genres eine prominente Stellung einnehmen (vgl. Patterson 2013). Dadurch, dass das rezensierte Album in eine Reihe mit diesen beiden kanonischen Werken der *Black Metal*-Szene gestellt wird, verleiht ihm der Rezensent einerseits eine gesonderte Stellung und verortet es andererseits gleichzeitig innerhalb der Geschichte des *Black Metal*. Die Historie wird häufig auch in anderer Hinsicht bemüht, um Fanwissen auszustellen und anzuwenden. So stellen drei der 25 Rezensionen Bezüge zu der schwedischen Band *Bathory* her. Diese gilt mit ihrem 1984 erschienen Debüt *Bathory* als einer der Begründer des *Black Metal* und kann als eine der Säulenheiligen des *Black Metal*-Genres bezeichnet werden (vgl. Patterson 2013, Wagenknecht 2011). Die Stellung von *Bathory* im *Black Metal*-Kanon zeigt sich auch in folgendem Auszug aus einer Rezension.

Der Song ist eine Verbeugung vor den großartigen Bathory, deren Kopf Quorthon leider allzu früh verstarb. Doch solange es solche Heroen gibt, die die Fahne des epischen Metals so hoch halten wie es Immortal tun, solange ist das Vermächtnis des Vaters des Black Metals gesichert.

Abstrakteres Szenenwissen wird deutlich, wenn sich in zwei der 25 Rezensionen Anspielungen und Verweise auf den *Trueness*-Diskurs im *Black Metal* finden. Die Diskussion, ob eine Band *true* ist und damit im Sinne des *Black Metal*-Kontextes glaubwürdig, spielt eine zentrale Rolle in der Szene (vgl. Chaker 2014, Wagenknecht 2011). Der Bezug auf die *Trueness*-Diskussion wird beispielsweise in folgender Art und Weise formuliert.

Ein Album, das gute Kritiken bekommen hat, sich sehr gut verkauft hat und wohl auch immer noch verkauft bei einem großen Label (keine Diskussion um Trueness und Ausverkauf – bitte!), das es versteht Werbung gut umzusetzen...aus und vorbei.

Der_die Rezensierende verteidigt *Immortal* hier sozusagen und weist jeden Verdacht, dass die Band nicht (mehr) *true* ist, da sich ihr aktuelles Album gut verkauft etc., von sich und bittet, die Diskussion um die *Trueness* gar nicht erst zu beginnen. Ebenfalls eher ironisch nimmt folgende Aussage Bezug auf das Thema.

Alle Fans von Immortal oder Blackmetal im Allgemeinen, kann ich dieses Album in der Vinylversion wärmstens empfehlen. Das ist dann nicht nur grim and true, sondern auch black und analogue ... Aber Spaß beiseite

Das Expertwissen der Fans wird weiterhin ausgestellt, wenn die Rezensent_innen darauf verweisen, dass sie *Immortal* im Konzert gesehen haben oder betonen, wie oft sie das Album hören oder wie lange sie es schon besitzen. So schreibt ein_e Rezensent_in: *Mittlerweile habe ich das gute Stück schon 4 Jahre im Regal und regelmäßig wandert es immer wieder in meinen Player.*

Interessant ist, dass sich neben der Demonstration von Fanwissen auf *Amazon* regelrechte Diskussionen zwischen Fans entfalten. So wird die Kommentarfunktion genutzt, um auf Aussagen in Rezensionen durch Zustimmung, Kritik oder auch Korrektur zu reagieren. In Bezug auf den obigen Auszug wurden Kommentare dahingehend formuliert, dass der_die Rezensent_in das Album nicht schon vier Jahre besitzen kann, da die Rezension 2003 verfasst, das Album aber erst 2002 veröffentlicht wurde und somit zum Zeitpunkt der Rezension erst ein Jahr auf dem Markt war. *Geil, das Album kam 2002 raus und du behauptest 2003, dass du es schon 4 Jahre im Regal stehen hast. Hast nachträglich editiert?* Hier wird deutlich, was in der Fanforschung als „gegenseitige Infragestellung der Authentizität und somit auch der Legitimation des Fandoms von Mitgliedern der gleichen Community“ (Einwächter 2014: 159) beschrieben wird.

Kommunikation zwischen den Fans entfaltet sich aber nicht nur über die Kommentarfunktion, sondern auch dadurch, dass Rezensionen

aufeinander intertextuell Bezug nehmen – *Ich kann meinem Vorredner da nur zustimmen.*

Grundsätzlich lässt sich beobachten, dass die Anzahl der negativen Rezensionen auf *Amazon* verschwindend gering ist. Das bezieht sich nicht nur auf die Rezensionen zu *Immortals* Album *Sons of Northern Darkness*, sondern ist eine allgemeine Beobachtung. Es dominieren positive Bewertungen, was darauf zurückzuführen sein könnte, dass Fans – so die Erkenntnis der Fanforschung – ihr Fanobjekt unterstützen und nicht verunglimpfen wollen (vgl. unter anderem Roose / Schäfer 2010). Dafür spricht auch die Beobachtung, dass immer wieder Alben, die seit Jahren oder Jahrzehnten existieren, bewertet und damit in der Diskussion und im Bewusstsein der Fans und Szene gehalten werden (sollen). So ist das Album von *Immortal* bereits 2002 erschienen und rezensiert worden – es folgten jedoch kontinuierlich und über die Jahre hinweg weitere Rezensionen, so die aktuell letzte Rezension im Oktober 2020.

4 Fazit und Ausblick

Für die betrachteten Rezensionen aus dem Bereich des *Black Metal* lässt sich vermuten, dass *Amazon* Fans hier einerseits sicher nicht gezielt eine Plattform zur Verfügung stellt, damit diese an ihrem Fanobjekt partizipieren und dieses durch positive Bewertungen unterstützen können. Andererseits profitiert *Amazon* aber ganz klar davon, dass – wie zahlreiche Arbeiten zum Phänomen des Word-of-Mouth es beschreiben – Empfehlungen von Privatpersonen gegeben werden, denen eine hohe Relevanz zugeschrieben wird. Cheung / Lee / Rabjohn (2008: 229) „found comprehensiveness and relevance to be the most effective components of the argument quality construct (...), making them key influencers of information adoption“.

Damit macht sich *Amazon* die Motivationen der Nutzer_innen des Onlineversandhandels und genauer der (potentiellen) Käufer_innen von Produkten, ihre erworbenen Waren für andere zu beschreiben und zu bewerten, zunutze. So hat eine Studie zum Antrieb, Online-Reviews zu verfassen, das Folgende herausgefunden:

Our results suggest social benefits, economic incentives, concern for others, and extraversion/self-enhancement to be the primary reasons consumers publish their experiences on opinion platforms (Hennig-Thurau et al. 2004: 50).

Die hier beschriebenen Motivationen lassen sich nahezu direkt zu dem in Beziehung setzen, was in der Fanforschung als Gründe und Ziele von Fanproduktivität, zu der auch das Verfassen von Rezensionen zu zählen ist, beschrieben wird.

Aus der Perspektive der Fanforschung lassen sich nun konkret vor allem Erkenntnisse aus dem Bereich der Media Fan Studies spezifisch zur Beschreibung und Diskussion des Phänomens der Rezensionen von Tonträgern auf *Amazon* heranziehen. So kann dieses mit Jenkins (2006) als eine Folge der *Convergence Culture* beschrieben werden. Mit dem Terminus beschreibt er, „wie der mediale Wandel befördert, dass die immer stärker involvierten und aktiver partizipierenden Rezipienten in ihrem Verhalten stark an klassisches Fanverhalten erinnern“ (Busse 2014: 26 unter Verweis auf Jenkins 2006). Das Verfassen von Rezensionen könnte demnach einerseits als Verhalten betrachtet werden, welches mit den textproduktiven Verfahren von Fans fassbar wird und jede_n Rezensent_in in die Nähe eines Fans rücken würde. Andererseits eröffnet sich vor diesem Hintergrund auch die Möglichkeit, die Rezensionen von Tonträgern auf *Amazon* als konkrete Fantexte zu verstehen, zu deren Verbreitung die Fans die Möglichkeit des Verfassens von Rezensionen auf *Amazon* nutzen und mehr noch, sich diese im Sinne der *Cultural Studies* aneignen und sie kreativ dekodieren. Kreativ daher, da die Rezensionen nicht nur allein zur Bewertung genutzt werden, sondern auch dazu, eine Form der Expertise als Fan auszustellen, mit anderen Fans in Kontakt zu treten und zu kommunizieren. Oder wie Gebhardt (2010) es formuliert: „Fans verfügen über ein enormes Faktenwissen und sind immer bereit, es zu präsentieren, um ihre Kennerschaft und ihr Expertentum unter Beweis zu stellen“ (197). Kurz, Fans nutzen *Amazon*, um populäres kulturelles Kapital zu produzieren, welches ihnen eine Vielzahl von Distinktionen ermöglicht – die Abgrenzung gegenüber Nichtfans oder die Hierarchisierung innerhalb ihrer Fankultur. Das Verfassen und damit das Ausstellen eines Expertenwissens lässt sich vergleichen mit dem Status von Herausgeber_innen von Fanzines, die Tulloch (1995) als „executive fans“ (150) beschreibt. Damit sind Fans gemeint, die in der Fanhierarchie weiter oben stehen als andere. So ist der Fanforschung seit langem bekannt, dass Fancommunities hierarchisch strukturiert sind (vgl. u.a. Fiske 1997). Die Expertise, also der Besitz und Erwerb, aber auch das Ausstellen von Wissen (wie anhand der

Rezensionen gezeigt) nimmt dabei eine zentrale Stellung ein. Ebenso verschafft das Ausstellen des spezifischen Fanwissens in den Rezensionen den Verfasser_innen eine Art Authentisierung und Legitimierung als Fan, da auch das gegenseitige Infragestellen des Status als Fan ein Teil des Fandiskurses darstellt. Auf diese Weise wird „diskursiv verhandelt, was ein ‚richtiger‘ oder ein ‚echter‘ Fan eines bestimmten Gegenstandes sei“ (Einwächter 2014, 159).

In der Nutzung der Rezensionsmöglichkeit auf *Amazon* zeigt sich nun allerdings kein subversives Potential der Fans, sondern vielmehr, „wie sich die Medienindustrie dieser Verschiebung im Rezeptionsverhalten profitabel bedienen kann“ (Busse 2014: 27 unter Verweis auf Jenkins / Ford / Green 2013). *Amazon* nutzt – so verstanden – die Möglichkeiten des Electronic Word-of-Mouth und macht sich die Expertise der Fans zu Nutze, in dem es ihnen ein Sprachrohr bzw. eine Kommunikationsmöglichkeit bietet, die sie annehmen. Damit vermischen sich vormals getrennte Sphären, da auf diese Weise Fanproduktivität nicht nur populäres kulturelles Kapital generiert, sondern auch zur Steigerung des ökonomischen Kapitals – in diesem Fall sowohl des Onlineversandhandels *Amazon* als auch der Bands und Labels, was mehr als die Steigerung des Profits von *Amazon* auch im Interesse der Support leistenden Fans liegen sollte – beiträgt. Eine Tendenz zur Ökonomisierung von Fankulturen und Fanproduktivität, die sich als „Transformation von Fankultur“ (vgl. Einwächter 2014) in Folge organisatorischer und ökonomischer Veränderungen durch die globale Vernetzung im Online-Zeitalter beschreiben lässt. Digital transformiert wird hier jedoch nicht nur die Fankultur, sondern auch die Musikwirtschaft erfährt Veränderungen, da Online-Rezensionen zu einem Faktor im Marketing-Mix der Produkte der Musikindustrie werden.

Inwieweit sich diese ersten Beobachtungen und Reflexionen zu den Online-Reviews von Tonträgern aus dem *Black Metal*-Genre auf andere Musikstile übertragen und verallgemeinern oder konkretisieren lassen, müssen weitere systematische Untersuchungen zeigen. Auch, ob es Unterschiede zwischen verschiedenen Musik-Szenen und Fans unterschiedlicher Musik-Genre gibt, gilt es zu sondieren. Hierzu müsste der Fokus jedoch konkret auf die Analyse der stilistischen Eigenschaften und dezidierten Bewertungskriterien der Rezensionen gelegt werden und nicht allein die Entäußerung und Kommunikation des Fanseins oder die Betrachtung

der Art und Weise, wie Rezensionen als Form der Fankommunikation beschrieben werden können, im Mittelpunkt stehen. Ebenfalls wäre es mit Sicherheit ertrag- und erkenntnisreich, Fans konkret nach ihrer Motivation zum Verfassen von Rezensionen gerade auf *Amazon* zu befragen bzw. zu interviewen und somit auch zu eruieren, inwieweit sie ihre Position und Funktion als Werbende im Sinne eines Electronic Word-of-Mouth reflektieren. Es bleibt zu hoffen, dass doch noch etwas Subversion und fankommunikatives Unterwandern des Online-Händlers im Spiel ist, da im Sinne Lawrence Grossbergs (1999) allein die potentiellen Möglichkeiten zum widerständigen Verhalten Residuen des Alltags sind, die das Leben erst erträglich machen.

5 Literatur

- Arndt, Johan, 1967: „Word of Mouth Advertising and Informal Communication“. In: Cox, Donald F. (Hrsg.): *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*. Graduate School of Business Administration Havard Univ: Boston, 188–239.
- Busse, Kristina 2014: „Media Fan Studies. Eine Bestandsaufnahme“. In: Cuntz-Leng, Vera (Hrsg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Büchner-Verlag: Darmstadt, 17–34.
- Chaker, Sarah, 2014: *Schwarzmetall und Todesblei. Über den Umgang mit Musik in den Black- und Death-Metal-Szenen Deutschlands*. Archiv der Jugendkulturen Verlag: Berlin.
- Cheung, Christy M.K / Lee, Matthew K.O / Rabjohn, Neil, 2008: „The Impact of Electronic Word-of-Mouth. The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities“. In: *Internet Research* 18(3), 229–247.
- Diaz-Bone, Rainer, 2010: *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie*. VS Verlag: Wiesbaden.
- Einwächter, Sophie G, 2014: *Transformationen von Fankultur. Organisatorische und ökonomische Konsequenzen globaler Vernetzung*. Phil. Diss., Goethe-Universität Frankfurt am Main, retrieved 1.10.2020, from <http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/36146>.

- Fiske, John, 1997: „Die kulturelle Ökonomie des Fantums“. In: SPOKK (Hrsg.): *Kursbuch Jugend Kultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Bollmann: Mannheim, 54–69.
- Gebhardt, Winfried, 2010: „Fans und Distinktion“. In: Roose, Jochen / Schäfer, Mike S. / Schmidt-Lux (Hrsg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. VS Verlag: Wiesbaden, 183–204.
- Glaser, Barney G. / Strauss, Anselm L., 1998: *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Hans Huber: Bern.
- Greiner, Kerstin, 2001: „Fanzines in der Technoszene“. In: Husslein, Uwe / Surey, Lothar (Hrsg.): *Zines! Fandom Research 2001. Reader und Index zur Fanzine-Szene*. Ventil Verlag: Mainz, 10–31.
- Grossberg, Lawrence, 1999: „Zur Verortung der Populärkultur“. In: Bromley, Roger / Göttlich, Udo / Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*, zu Klampen: Hamburg, 215–236.
- Hennig-Thurau, Thorsten / Gwinner, Kevin P. / Walsh, Gianfranco / Gremler, Dwayne D., 2004: „Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms. What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet?“. In: *Journal of Interaktive Marketing* 18(1), 38–52.
- Hitzler, Ronald / Bucher, Thomas / Niederbacher, 2005: *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Leske + Budrich: Opladen.
- Jenkins, Henry, 2006: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. University Press: New York.
- Jenkins, Henry / Ford, Sam/Green, Joshua, 2013: *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. University Press: New York.
- Patterson, Dayal, 2013: *Black Metal. Evolution of the Cult*. Feral House: Port Townsend.
- Roose, Jochen / Schäfer, Mike S. / Schmidt-Lux, Thomas, 2010: „Einleitung. Fans als Gegenstand soziologischer Forschung“. In: Dies. (Hrsg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. VS Verlag: Wiesbaden, 9–25.
- Roose, Jochen / Schäfer, Mike S., 2010: „Fans und Partizipation“. In: Roose, Jochen / Schäfer, Mike S. / Schmidt-Lux, Thomas (Hrsg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. VS Verlag: Wiesbaden, 363–386.

- Shuker, Roy, 2005: „Fanzines“, In: Ders.: *Popular Music. The Key Concepts*. Routledge: London, 101–103.
- Tulloch, John, 1995: „We’re Only a Speck in the Ocean. The Fans as Powerless Elite“. In: Tulloch, John / Jenkins, Henry (Hrsg.): *Science Fiction Audiences. Watching “Doctor Who” and “Star Trek”*. Routledge: London, 144–172.
- Wagenknecht, Andreas, 2011: „Das Böse mit Humor nehmen. Die Ernsthaftigkeit des Black Metal und deren ironisierende Aneignung am Beispiel von Fanclips auf YouTube“. In: Nohr, Rolf F. / Schwaab, Herbert (Hrsg.): *Metal Matters. Heavy Metal als Kultur und Welt*. Lit Verlag: Münster, 153–164.
- Weinstein, Deena, 2000: *Heavy Metal. The Music and Its Culture*. Da Capo Press: Leipzig.
- Wicke, Peter / Ziegenrucker, Wieland / Ziegenrucker, Kai-Erik, 2007: „Fanzine“. In: Dies. (Hrsg.): *Handbuch der populären Musik. Geschichte, Stile, Praxis, Industrie*. Schott: Mainz, 240–241.