

Wahrnehmung von Authentizität in der Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts aus Sicht der Fans

Forschungsbericht im Modul «Qualitative Forschungsmethoden» WF4
Departement Wirtschaft & Technik der Fernfachhochschule Schweiz

Autor: *Luca Roland Invernizzi*
Via Francesca 17, 6596 Gordola
078 945 80 35
luca.invernizzi@students.ffhs.ch

Einreichdatum: *16.06.2026*

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	II
1 Einleitung	1
1.1 Reflexion der eigenen Perspektive	2
2 Methodik.....	3
2.1 Forschungsdesign, Erhebung und Sampling	3
2.2 Transkription, Auswertung und Qualitätssicherung	4
3 Ergebnisse	5
3.1 Authentizität als Natürlichkeit, Spontanität und Nähe.....	5
3.2 Authentizität durch Ehrlichkeit, Werte, Haltung und Konsistenz	6
3.3 Musik, Ästhetik und künstlerische Darstellung	6
3.4 Grenzen der Authentizität: Promotion, Algorithmus und Wiederholung....	7
3.5 Auswirkungen auf Fanverhalten	8
4 Diskussion.....	8
5 Schlussfolgerung und Reflexion	9
5.1 Beantwortung der Forschungsfrage und praktische Implikationen	9
5.2 Reflexion, Limitationen und Ausblick	10
Literaturverzeichnis.....	11
Anhang A: Interviewleitfaden.....	14
Anhang B: Transkript Interview 1	19
Anhang C: Transkript Interview 2	26
Anhang D: Transkript Interview 3	33
Anhang E: Codesystem mit Codebeschreibungen (exportiert aus MAXQDA) ..	42
Anhang F: Code-Matrix-Browser (exportiert aus MAXQDA)	47

1 Einleitung

Social Media ist für Musikacts zu einem zentralen Raum der Sichtbarkeit, Kommunikation und Beziehungspflege geworden. Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube dienen nicht nur der Verbreitung von Informationen über neue Musik, Konzerte oder Tourdaten, sondern ermöglichen auch eine direkte Beziehung zwischen Musikacts und Fans. Für unabhängige Musikacts ist dies besonders relevant, weil digitale Plattformen helfen können, ohne klassische Gatekeeper Aufmerksamkeit aufzubauen, ein künstlerisches Profil sichtbar zu machen und mit dem Publikum in Kontakt zu bleiben (Haynes & Marshall, 2018). Gleichzeitig entsteht ein Spannungsfeld: Social Media kann Nähe und Authentizität ermöglichen, aber auch als Werbung, strategische Selbstinszenierung oder algorithmusorientierte Kommunikation wahrgenommen werden. Digitale Fanbeziehungen sind nicht nur eine Frage von Reichweite. Baym beschreibt die kontinuierliche Beziehungspflege zwischen Musikerinnen, Musikern und Publikum als «relational labor», also als Arbeit an Verbindung, Austausch und Zugänglichkeit (Baym, 2015). Auch Krause et al. zeigen, dass Interaktionen von Musikerinnen und Musikern auf Social-Networking-Sites mit Fanbindung und Einstellungen gegenüber den Künstlern zusammenhängen können (Krause et al., 2018). Daraus ergibt sich für Musikacts die Herausforderung, sichtbar und ansprechbar zu sein, ohne an Glaubwürdigkeit oder künstlerischer Eigenständigkeit zu verlieren. Im Zentrum dieser Arbeit steht Authentizität. Authentizität wird nicht als objektiv messbare Eigenschaft eines Musikacts verstanden, sondern als Wahrnehmung und Zuschreibung durch das Publikum. In der Markenforschung wird Brand Authenticity unter anderem mit Glaubwürdigkeit, Integrität, Kontinuität und symbolischer Bedeutung verbunden (Morhart et al., 2015). Napoli et al. verstehen konsumentenbasierte Authentizität ebenfalls als Wahrnehmung des Publikums (Napoli et al., 2014). Im musikalischen Kontext betont Moore, dass Authentizität nicht einfach in der Musik oder in der Person eines Künstlers liegt, sondern durch Hörerinnen und Hörer zugeschrieben wird (Moore, 2002). Für Künstlerinnen und Künstler ist zudem Artist Authenticity relevant. Moulard et al. verbinden künstlerische Authentizität mit wahrgenommener Leidenschaft, Hingabe und nicht rein kommerzieller Motivation (Moulard et al., 2014). Gerade bei unabhängigen oder indie-orientierten Musikacts spielt ausserdem die Abgrenzung vom Mainstream eine Rolle. Hibbett beschreibt Indie nicht nur als wirtschaftliche Kategorie, sondern auch als kulturelle und ästhetische Positionierung (Hibbett, 2005). In dieser Arbeit wird der Begriff «unabhängige Musikacts» deshalb als Arbeitsdefinition verwendet. Es wird nicht behauptet, dass die untersuchten Acts objektiv oder rechtlich eindeutig einer bestimmten Label-Kategorie zugeordnet

werden können. Entscheidend ist, wie Fans diese Musikacts und deren Social-Media-Kommunikation wahrnehmen. Aus dem Forschungsstand ergibt sich die Forschungslücke dieser Arbeit. Es gibt Literatur zu Brand Authenticity, Artist Authenticity, Social Media in der Musikbranche und digitalen Fanbeziehungen. Weniger klar ist jedoch, wie Fans die Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts konkret im Hinblick auf Authentizität erleben. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

Wie erleben Fans die Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts im Hinblick auf deren Authentizität?

Ziel der Arbeit ist es, zentrale Muster der Authentizitätswahrnehmung aus Fanperspektive herauszuarbeiten. Dazu werden drei qualitative Leitfadeninterviews mit Fans von Dafina Zeqiri, Dave Hause und Berlioz ausgewertet. Die Auswahl dieser drei Fälle wird im Methodik-Kapitel als kontrastierende Fallauswahl begründet. Die Untersuchung soll zeigen, welche Inhalte als authentisch oder weniger authentisch wahrgenommen werden, welche Unterschiede zwischen den Fällen sichtbar werden und wie Authentizität mit Fanverhalten wie Liken, Konzertbesuchen oder bewusster Nicht-Reaktion zusammenhängt. Praktisch ist dies relevant, weil unabhängige Musikacts Social Media häufig als Kommunikations- und Promotionsraum nutzen und dabei glaubwürdig bleiben müssen.

1.1 Reflexion der eigenen Perspektive

Meine eigene Nähe zum Thema ergibt sich aus einem persönlichen Interesse an Musik, Social Media und der Frage, wann Kommunikation von Künstlerinnen und Künstlern als authentisch wahrgenommen wird. Diese Nähe war hilfreich, weil sie ein grundlegendes Verständnis für Social-Media-Praktiken und Fanverhalten ermöglichte. Gleichzeitig kann sie Interpretationsrisiken bergen, da eigene Erwartungen die Wahrnehmung der Daten beeinflussen können.

Zu Beginn der Untersuchung bestand die Vorannahme, dass persönliche Nähe, private Einblicke und spontane Kommunikation für Fans besonders zentrale Merkmale von Authentizität sein könnten. Im Verlauf der Auswertung wurde diese Annahme jedoch differenzierter. Besonders der Fall Berlioz zeigte, dass auch künstlerische Zurückhaltung, musikalische Kohärenz und eine klare ästhetische Darstellung als authentisch wahrgenommen werden können. Um diese Einflüsse zu begrenzen, wurden Leitfaden, Transkripte, MAXQDA-Codierung und direkte Interviewzitate genutzt. Die eigene Perspektive wurde damit nicht ausgeschlossen, aber im Forschungsprozess bewusst reflektiert.

2 Methodik

2.1 Forschungsdesign, Erhebung und Sampling

Die Forschungsfrage richtet sich auf subjektive Wahrnehmungen, Deutungen und Erfahrungen von Fans. Es geht nicht darum, repräsentative Häufigkeiten zu messen, sondern zu verstehen, woran Fans Authentizität in Social-Media-Kommunikation festmachen. Dafür eignet sich ein qualitativer Forschungsansatz, weil qualitative Forschung die Perspektiven der beteiligten Personen und deren Bedeutungszuschreibungen in den Mittelpunkt stellt (Mayring, 2023, S. 19–23).

Als Erhebungsmethode wurden qualitative Leitfadeninterviews eingesetzt. Diese Methode wurde gewählt, weil sie eine thematische Vergleichbarkeit zwischen den Interviews ermöglicht und zugleich Offenheit für individuelle Erzählungen zulässt. Der Leitfaden stellte sicher, dass in allen Gesprächen zentrale Themen wie Fanbeziehung, Social-Media-Kommunikation, Authentizität, Promotion und Fanverhalten behandelt wurden. Gleichzeitig konnten die Befragten eigene Beispiele und Bewertungen einbringen. Leitfadeninterviews verbinden damit Struktur und Offenheit (Kruse, 2015, S. 148–150). Der Interviewleitfaden wurde aus der Forschungsfrage und den zentralen Themenbereichen der Untersuchung entwickelt. Er umfasst drei Themenblöcke: „Fansein und Social-Media-Alltag“, „Erleben von Social-Media-Kommunikation“ und „Authentizität sowie Reaktionen und Engagement“. Der vollständige Leitfaden befindet sich in Anhang A.

Die Auswahl der Interviewpersonen erfolgte kriteriengeleitet. Die Befragten wurden über das persönliche Umfeld des Autors rekrutiert; die Auswahl erfolgte jedoch nicht zufällig, sondern bewusst fallbezogen, um unterschiedliche Formen von Fanbeziehung und Social-Media-Kommunikation kontrastieren zu können. Entscheidend war, dass die Befragten einen der ausgewählten Musikacts kennen, dessen Social-Media-Kommunikation verfolgen oder einschätzen können und bereit sind, ihre Wahrnehmungen in einem qualitativen Interview zu schildern. Die Auswahl zielte nicht auf statistische Repräsentativität, sondern auf inhaltliche Relevanz und fallbezogene Kontrastierung (Kruse, 2015, S. 240–243).

Die Rekrutierung der Interviewpersonen im persönlichen Umfeld erleichterte den Zugang zum Feld, kann jedoch eine Verzerrung der Stichprobe begünstigen. Deshalb werden die Ergebnisse nicht als repräsentative Aussagen verstanden, sondern als fallbezogene und kontrastierende Deutungen interpretiert.

Tabelle 1*Anonymisierte Übersicht der Interviewpersonen und der Fallauswahl*

Kriterium	Interviewperson 1	Interviewperson 2	Interviewperson 3
Altersgruppe	20–29	40–49	20–29
Musikact	Dafina Zeqiri	Dave Hause	Berlioz
Dauer des Fanbezugs	Fan seit der Kindheit	mehrfähriger emotionaler Fanbezug	ca. 2–3 Jahre
Relevante Plattformen / Kanäle	Instagram; TikTok; Snapchat; YouTube	Instagram; Apple Music; YouTube	TikTok; Instagram

Anmerkung. Eigene Darstellung auf Basis der durchgeführten Interviews. Zur Wahrung der Anonymität werden nur grob kategorisierte und forschungsrelevante Angaben ausgewiesen.

Die drei Fälle bilden keine repräsentative Typologie unabhängiger Musikacts. Sie wurden als kleine, kriteriengeleitete und kontrastierende Fallauswahl verstanden. Entscheidend war, dass die Befragten einen konkreten Fanbezug zu einem der ausgewählten Musikacts hatten und dessen Social-Media-Kommunikation aus eigener Erfahrung beurteilen konnten. Zugleich sollten durch die drei Fälle unterschiedliche Formen von Fanbeziehung, Plattformnutzung und künstlerischer Darstellung sichtbar werden. Der Begriff «unabhängige Musikacts» wird dabei als Arbeitsdefinition verwendet und nicht als objektiv geprüfte Label-Klassifikation. Es wurden drei Leitfadeninterviews online via Microsoft Teams durchgeführt und aufgezeichnet. Vor Beginn wurden die Befragten über Ziel, Ablauf und Verwendung der Daten informiert. Zudem wurde das Einverständnis zur Aufnahme und wissenschaftlichen Nutzung eingeholt. Die anonymisierten Transkripte befinden sich in Anhang B bis D.

2.2 Transkription, Auswertung und Qualitätssicherung

Die Interviews wurden transkribiert und konservativ bereinigt. Offensichtliche automatische Transkriptionsfehler wurden korrigiert, ohne den Sinn der Aussagen zu verändern. Personenbezogene Angaben, private Details und potenziell identifizierende Informationen wurden anonymisiert. Die öffentlichen Musikacts selbst wurden nicht anonymisiert, da sie Gegenstand der jeweiligen Fanwahrnehmung sind. Diese Form der Transkription ist angemessen, da für die Auswertung vor allem die inhaltlich-thematische Ebene und nicht sprachliche Feinheiten relevant sind (Mayring, 2023, S. 77–80).

Die Auswertung erfolgte mithilfe der thematischen Analyse nach Braun und Clarke, unterstützt durch MAXQDA. Sie orientierte sich an den zentralen Schritten dieser Methode: Vertrautmachen mit den Daten, Generieren erster Codes, Suchen und Überprüfen von Themen, Benennen der Themen sowie Darstellung der Ergebnisse (Braun & Clarke, 2006). Die Transkripte wurden zunächst gelesen, danach wurden relevante Textstellen offen und datennah codiert.

Anschliessend wurde das Codesystem überprüft und zu fünf übergeordneten Ergebniskategorien verdichtet. Das vollständige Codesystem befindet sich in Anhang E. Zur Qualitätssicherung wurden zentrale Schritte der Erhebung und Auswertung dokumentiert. Dazu gehören Interviewleitfaden, anonymisierte Transkripte, Codesystem, codierte Segmente und Code-Matrix-Browser. Wichtige Gütekriterien waren Verfahrensdokumentation, Regelkonformität, Nähe zum Gegenstand und empirische Verankerung (Mayring, 2023, S. 119–125). Der Code-Matrix-Browser wurde nur als qualitative Orientierung genutzt; Codehäufigkeiten wurden nicht statistisch interpretiert. Eine formelle kommunikative Validierung und eine methodische Triangulation im engeren Sinne wurden nicht durchgeführt; diese Einschränkung wird in Kapitel 5.2 reflektiert.

3 Ergebnisse

Die Ergebnisse wurden aus dem finalen Codesystem und der thematischen Verdichtung der codierten Segmente entwickelt. Sie werden nicht chronologisch nach Interviews dargestellt, sondern entlang von fünf Ergebniskategorien, die direkt auf die Forschungsfrage bezogen sind. Die Kategorien 3.1 bis 3.3 beschreiben unterschiedliche Formen wahrgenommener Authentizität. Kategorie 3.4 zeigt Grenzen dieser Wahrnehmung, während Kategorie 3.5 Auswirkungen auf Fanverhalten darstellt.

3.1 Authentizität als Natürlichkeit, Spontanität und Nähe

Ein zentrales Ergebnis ist, dass Social-Media-Kommunikation als authentisch erlebt wird, wenn sie natürlich, spontan und wenig geskriptet wirkt. Authentizität entsteht hier durch den Eindruck, dass ein Musikact nicht unecht wirkt, sondern sich direkt und möglichst unverstellt zeigt.

Bei Dafina Zeqiri zeigt sich dies über Selbstaufnahme und visuelle Natürlichkeit. Befragte 1 beschreibt als authentisch, dass sie sich «auch mal ungestylt und ungeschminkt zeigt» und «sich einfach selbst aufnimmt» (Anhang B, Interview 1, 00:06:02). Authentizität wird hier mit einem sichtbaren Verzicht auf perfekte Inszenierung verbunden. Bei Dave Hause steht weniger die visuelle Darstellung im

Vordergrund, sondern Nicht-Perfektion und Spontanität. Befragte 2 sagt, authentisch sei es, «wenn ich sehe, dass es ehrlich ist, dass es halt nicht perfekt ist» (Anhang C, Interview 2, 00:06:00). Im Fall Berlioz wird Spontanität vor allem bei Formaten wie Livestreams oder Q&A sichtbar. Befragte 3 beschreibt dabei «echte, nicht geskriptete Gedanken» und Antworten «in Echtzeit» als besonders authentisch (Anhang D, Interview 3, 00:13:31, eigene Übersetzung).

Gemeinsam ist allen Fällen, dass Authentizität mit Unmittelbarkeit verbunden wird, jedoch je nach Fall über persönliche Sichtbarkeit, Nicht-Perfektion oder Echtzeit-Kommunikation entsteht.

3.2 Authentizität durch Ehrlichkeit, Werte, Haltung und Konsistenz

Eine zweite Ergebniskategorie betrifft Ehrlichkeit, Werte, Haltung und Konsistenz. Authentizität wird nicht nur als spontane Selbstdarstellung verstanden, sondern auch als glaubwürdiges Gesamtbild. Entscheidend ist, ob Musik, Person, Auftreten und Kommunikation zusammenpassen.

Bei Dafina Zeqiri wird Authentizität stark mit gesellschaftlicher Haltung verbunden. Befragte 1 betont, dass sich Dafina «für Frauen, für Menschenrechte und [...] für die Gerechtigkeit» einsetzt (Anhang B, Interview 1, 00:02:58). Dadurch wirkt die Künstlerin nicht nur nahbar, sondern auch werteorientiert.

Bei Dave Hause zeigt sich dasselbe Motiv über persönliche Integrität und Beständigkeit. Befragte 2 sagt: «Ich mag nicht gerne, wenn jemand eine Fahne im Wind ist. Ich finde, man sollte zu seiner Meinung stehen» (Anhang C, Interview 2, 00:07:32). Auch die langfristige Fanbindung wird daran geknüpft: «Er soll sich selbst treu bleiben und ich bleibe ihm treu» (Anhang C, Interview 2, 00:11:22).

Diese Ergebnisse zeigen, dass Authentizität über persönliche Nähe hinausgeht. Fans beurteilen auch, ob ein Musikact als ehrlich, konsistent und glaubwürdig wahrgenommen wird. Je nach Fall wird diese Glaubwürdigkeit über gesellschaftliche Haltung, persönliche Integrität oder künstlerische Stimmigkeit begründet.

3.3 Musik, Ästhetik und künstlerische Darstellung

Ein besonders wichtiger Unterschied zeigt sich im Fall Berlioz. Dort entsteht Authentizität nicht primär über persönliche Offenheit, sondern über Musik, Ästhetik und künstlerische Kohärenz. Befragte 3 beschreibt Berlioz gerade deshalb als authentisch, weil er seine Person nicht stark in den Vordergrund stellt: Die Musik sei die eigentliche Marke, das Gesicht sei «nicht so wichtig», entscheidend sei die Musik

(Anhang D, Interview 3, 00:05:32, eigene Übersetzung). Damit unterscheidet sich Berlioz deutlich von Dafina Zeqiri und Dave Hause, bei denen Person, Haltung und Nähe stärker betont werden.

Im Fall Berlioz wirkt es authentisch, dass die Social-Media-Kommunikation zur Musik passt und ästhetisch konsistent bleibt. Positiv bewertet werden beispielsweise visuelle Formate und Animationen, die die Musik passend darstellen (Anhang D, Interview 3, 00:05:32, eigene Übersetzung).

Dieses Ergebnis ist zentral, weil es eine einfache Annahme relativiert: Mehr persönliche Selbstoffenbarung bedeutet nicht automatisch mehr Authentizität. Bei bestimmten Musikacts kann gerade Zurückhaltung authentisch wirken, wenn sie zum künstlerischen Profil passt.

3.4 Grenzen der Authentizität: Promotion, Algorithmus und Wiederholung

Die vierte Kategorie beschreibt Grenzen wahrgenommener Authentizität. Die Befragten lehnen werbliche oder informative Social-Media-Beiträge nicht grundsätzlich ab. Sie unterscheiden jedoch zwischen notwendiger Information und Kommunikation, die als zu werblich, zu repetitiv oder zu stark algorithmusorientiert erscheint.

Bei Dave Hause wird dies am Beispiel von Festival- oder Line-up-Posts deutlich. Solche Inhalte werden als nützlich, aber nicht als besonders authentisch erlebt. Befragte 2 sagt: «Aber authentisch würde ich das nicht betiteln. [...] Aber das berührt mich dann nicht. Aber ich weiss dann, wo er ist» (Anhang C, Interview 2, 00:04:49). Promotion wird also akzeptiert, verliert aber emotionale Wirkung, wenn sie nur informiert. Auch zu viel Content kann Distanz erzeugen: Befragte 2 sagt, wenn man «nur zuge-spamt» werde, sei es «zu viel» und für sie «nicht mehr authentisch» (Anhang C, Interview 2, 00:08:24).

Am stärksten tritt die Kritik im Fall Berlioz auf. Befragte 3 beschreibt frühere Inhalte als Versuch, «in den Social-Media-Algorithmus zu kommen» (Anhang D, Interview 3, 00:08:24, eigene Übersetzung). Problematisch war vor allem die Wiederholung ähnlicher Inhalte, die sie als «Massenproduktion» beschreibt (Anhang D, Interview 3, 00:08:24, eigene Übersetzung).

Social Media ist damit ein notwendiger Kommunikationsraum, kann Authentizität aber schwächen, wenn Inhalte zu stark nach Werbung, Algorithmuslogik oder serieller Produktion aussehen.

3.5 Auswirkungen auf Fanverhalten

Die fünfte Kategorie betrifft das Fanverhalten. Die Interviews zeigen, dass Authentizität Fanverhalten beeinflussen kann, jedoch nicht automatisch zu sichtbarem Engagement führt. Fans reagieren selektiv. Nicht-Reaktion ist deshalb kein fehlendes Ergebnis, sondern Teil der Fanpraxis.

Bei Dafina Zeqiri reagiert Befragte 1 zwar mit Likes auf Beiträge, kommentiert aber kaum: «ich kommentiere nicht, aber ich like Beiträge» (Anhang B, Interview 1, 00:13:26). Gleichzeitig reagiert die befragte Person nicht auf jeden Inhalt mit einem Like. Bestimmte private Inhalte, etwa Posts mit Kindern, werden kritisch gesehen, weil sie aus ihrer Sicht nicht ins Internet gehören (Anhang B, Interview 1, 00:13:26).

Bei Dave Hause ist die emotionale Verbundenheit stark, das digitale Engagement aber zurückhaltend. Befragte 2 sagt: «Ich like eigentlich nicht und teile auch nicht. Das mache ich quasi bei fast niemandem» (Anhang C, Interview 2, 00:09:55). Fanbindung zeigt sich hier eher über Musik, Erinnerungen und langfristige Treue als über sichtbare Social-Media-Aktivität.

Bei Berlioz hängt Engagement besonders stark von persönlicher Identifikation ab. Befragte 3 beschreibt, dass sie eher mit Inhalten interagiert, wenn sie sich damit identifizieren kann (Anhang D, Interview 3, 00:17:25, eigene Übersetzung). Gleichzeitig grenzt sie sich von repetitiven Inhalten ab: «Ich kann nicht jeden Beitrag mit einem Like versehen» und «ich möchte das nicht ständig tun» (Anhang D, Interview 3, 00:17:25, eigene Übersetzung).

4 Diskussion

Die Ergebnisse bestätigen den Forschungsstand, der Authentizität als Wahrnehmung des Publikums beschreibt. Besonders Glaubwürdigkeit, Integrität und Konsistenz lassen sich mit Brand Authenticity verbinden (Morhart et al., 2015). Auch Napoli et al. verstehen Authentizität als konsumentenbasierte Wahrnehmung (Napoli et al., 2014). Im musikalischen Kontext passt dies zu Moore, der Authentizität als Zuschreibung durch Hörerinnen und Hörer beschreibt (Moore, 2002).

Die drei Fälle zeigen jedoch, dass diese Zuschreibung unterschiedlich erfolgen kann. Bei Dafina Zeqiri stehen persönliche Offenheit und gesellschaftliche Haltung im Vordergrund. Bei Dave Hause wird Authentizität stärker mit Natürlichkeit, Nicht-Perfektion und Integrität verbunden. Bei Berlioz entsteht Authentizität vor allem über Musik, Ästhetik und künstlerische Zurückhaltung. Damit unterstützt die Studie den Begriff „Artist Authenticity“, der künstlerische Authentizität mit wahrgenommener

Leidenschaft, Hingabe und nicht rein kommerzieller Motivation verbindet (Moulard et al., 2014).

Ein weiteres Ergebnis betrifft die Ambivalenz von Social Media. Plattformen ermöglichen Nähe, Sichtbarkeit und direkte Beziehungspflege, was zu Bayms Konzept des „relational labor“ passt (Baym, 2015). Gleichzeitig können zu werbliche, repetitive oder algorithmusorientierte Inhalte Authentizität schwächen. Dies passt zu Haynes und Marshall, die Social Media für unabhängige Musikerinnen und Musiker als wichtigen, aber ambivalenten Kommunikationsraum beschreiben (Haynes & Marshall, 2018). Die Ergebnisse ergänzen zudem Krause et al. (2018), weil sie zeigen, dass Social-Media-Interaktion zwar Nähe und Fanbindung unterstützen kann, sichtbares Engagement wie Liken, Kommentieren oder Teilen aber selektiv bleibt und nicht automatisch aus wahrgenommener Authentizität folgt.

Der zentrale Erkenntnisgewinn der Studie liegt darin, Authentizität nicht nur als persönliche Offenheit zu verstehen, sondern als Verbindung zwischen Musikact, Kommunikationsstil, künstlerischem Profil und Fanerwartungen. Besonders der Fall Berlioz zeigt, dass mehr persönliche Selbstoffenbarung nicht automatisch zu mehr wahrgenommener Authentizität führt. Authentisch wirkt vielmehr, was zum jeweiligen künstlerischen Selbstbild und zur Erwartung der Fans passt. Dies passt zur Aussage von Hibbett: Independent kann nicht nur als Labelstatus, sondern auch als kulturelle und ästhetische Positionierung verstanden werden (Hibbett, 2005).

5 Schlussfolgerung und Reflexion

5.1 Beantwortung der Forschungsfrage und praktische Implikationen

Die Forschungsfrage lautete: Wie erleben Fans die Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts im Hinblick auf deren Authentizität? Die Ergebnisse zeigen, dass Authentizität aus Sicht der Fans nicht durch ein einzelnes Merkmal entsteht. Social-Media-Kommunikation wird dann als authentisch erlebt, wenn sie natürlich, glaubwürdig, konsistent und nicht rein werblich wirkt. Gleichzeitig kann Authentizität auch über künstlerische Stimmigkeit entstehen, ohne dass ein Musikact viele private Einblicke geben muss.

Zwischen den drei Fällen zeigen sich deutliche Unterschiede. Bei Dafina Zeqiri stehen persönliche Offenheit, gesellschaftliche Haltung und Werte im Vordergrund. Bei Dave Hause wird Authentizität stärker mit Natürlichkeit, Nicht-Perfektion, Live-Nähe und dem Eindruck verbunden, sich selbst treu zu bleiben. Bei Berlioz entsteht

Authentizität dagegen vor allem über Musik, Ästhetik und künstlerische Zurückhaltung. Fans beurteilen Authentizität somit immer im Verhältnis zum jeweiligen künstlerischen Profil.

Für die Praxis bedeutet dies, dass unabhängige Musikacts Social Media nicht nur als Werbekanal nutzen sollten. Entscheidend ist eine Kommunikation, die zum eigenen musikalischen Profil passt und von Fans als glaubwürdig wahrgenommen wird. Repetitive oder stark algorithmusorientierte Inhalte sollten vorsichtig eingesetzt werden, da sie Authentizität aus Fanperspektive schwächen können.

5.2 Reflexion, Limitationen und Ausblick

Die Qualität der Untersuchung wurde durch mehrere Elemente unterstützt. Der Forschungsprozess wurde transparent dokumentiert, indem Interviewleitfaden, anonymisierte Transkripte, Codesystem, codierte Segmente und Code-Matrix-Browser bereitgestellt wurden. Zudem wurde regelgeleitet gearbeitet: Die Auswertung orientierte sich an der thematischen Analyse nach Braun und Clarke, die Interviews wurden offen und datennah codiert und anschliessend zu Ergebniskategorien verdichtet. Die empirische Verankerung und argumentative Interpretationsabsicherung wurden dadurch gestärkt, dass zentrale Deutungen mit konkreten Interviewziten, Zeitmarken und fallübergreifenden Vergleichen begründet wurden. Damit wird nachvollziehbar, wie die Ergebnisse zustande kamen. Gleichzeitig weist die Untersuchung klare Limitationen auf. Die Studie basiert auf drei qualitativen Interviews und erhebt keinen Anspruch auf statistische Repräsentanz. Zudem wurden die Interviewpersonen über das persönliche Umfeld des Autors rekrutiert, was den Feldzugang erleichterte, aber Verzerrungen begünstigen kann. Auch die eigene Nähe zum Thema Musik und Social Media kann die Interpretation beeinflusst haben. Dieser Einfluss wurde durch die Reflexion der eigenen Perspektive, die Arbeit mit direkten Datenbeispielen und die Dokumentation des Auswertungsprozesses berücksichtigt, kann aber nicht vollständig ausgeschlossen werden. Weitere Limitationen bestehen darin, dass ausschliesslich die Fanperspektive untersucht wurde und die tatsächliche Label- oder Vertragsstruktur der Musikacts nicht objektiv geprüft wurde. Eine kommunikative Validierung mit den Befragten und eine methodische Triangulation im engeren Sinne wurden nicht durchgeführt. Zukünftige Forschung könnte daher mehr Interviews, unterschiedliche Genres, konkrete Social-Media-Beiträge sowie die Perspektive von Musikacts oder Managements einbeziehen.

Insgesamt zeigt die Arbeit, dass Authentizität in der Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts stark von Passung, Wahrnehmung und Fanerwartungen abhängt.

Literaturverzeichnis

Baym, N. K. (2015). Connect with your audience! The relational labor of connection.

The Communication Review, 18(1), 14–22.

<https://doi.org/10.1080/10714421.2015.996401>

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative*

Research in Psychology, 3(2), 77–101.

<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Haynes, J., & Marshall, L. (2018). Beats and tweets: Social media in the careers of independent musicians. *New Media & Society*, 20(5), 1973–1993.

<https://doi.org/10.1177/1461444817711404>

Hibbett, R. (2005). What is indie rock? *Popular Music and Society*, 28(1), 55–77.

<https://doi.org/10.1080/0300776042000300972>

Krause, A. E., North, A. C., & Heritage, B. (2018). Musician interaction via social networking sites: Celebrity attitudes, attachment, and their correlates. *Music & Science*, 1, 2059204318762923.

<https://doi.org/10.1177/2059204318762923>

Kruse, J. (2015). *Qualitative Interviewforschung: Ein integrativer Ansatz* (2., überarbeitete und ergänzte Auflage). Beltz Juventa.

Mayring, P. (2023). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken* (7., überarbeitete Auflage). Beltz.

Moore, A. (2002). Authenticity as authentication. *Popular Music*, 21(2), 209–223.

<https://doi.org/10.1017/S0261143002002131>

Morhart, F., Malär, L., Guèvremont, A., Girardin, F., & Grohmann, B. (2015). Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 200–218.

<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.11.006>

- Moulard, J. G., Rice, D. H., Garrity, C. P., & Mangus, S. M. (2014). Artist authenticity: How artists' passion and commitment shape consumers' perceptions and behavioral intentions across genders. *Psychology & Marketing*, 31(8), 576–590. <https://doi.org/10.1002/mar.20719>
- Napoli, J., Dickinson, S. J., Beverland, M. B., & Farrelly, F. (2014). Measuring consumer-based brand authenticity. *Journal of Business Research*, 67(6), 1090–1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.06.001>

Eigenständigkeitserklärung und Hilfsmittelverzeichnis

Eigenständigkeitserklärung

Bei der Abgabe von Semesterarbeiten erfolgt die Bestätigung der Eigenständigkeitserklärung direkt über Moodle.

Hilfsmittelverzeichnis

Hilfsmittel	Verwendung	Betroffene Stelle
MAXQDA Analytics Pro	Codierung der Interviews, Code-Memos, Codebuch und Code-Matrix-Browser.	Kapitel 2, Kapitel 3 und Anhang E-F
Zotero	Verwaltung der Literatur und Erstellung der Zitationen nach APA 7.	Alle Stellen mit Quellenangaben und Literaturverzeichnis
ChatGPT	Unterstützung bei Strukturierung, sprachlicher Überarbeitung, Formulierungshilfe und kritischer Prüfung des Textes. Die Interviewdaten und Zitate wurden nicht erfunden, sondern aus den Transkripten übernommen. Die finale Auswahl, Interpretation und Verantwortung für den Text liegen beim Autor.	Gesamter Forschungsbericht

Anhang A: Interviewleitfaden

Thema und Forschungsfrage

Thema der Studie

Wahrnehmung von Authentizität in der Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts aus Sicht der Fans.

Problemstellung

Die zunehmende Bedeutung von Social Media hat die Kommunikationsweise von Musikacts grundlegend verändert. Insbesondere unabhängige Musikacts sind stark auf Plattformen wie Instagram, TikTok oder X (Twitter) angewiesen. In diesem Kontext wird „Authentizität“ häufig als zentraler Erfolgsfaktor wahrgenommen.

Die Problemstellung besteht darin, dass trotz der hohen Relevanz von Authentizität in der digitalen Musikkommunikation bislang nur begrenzt verstanden ist, wie Fans die Authentizität unabhängiger Musikacts wahrnehmen.

Leitende Forschungsfrage

Wie erleben Fans die Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts im Hinblick auf deren Authentizität?

Methodisches Vorgehen

Screening-Fragen (nicht Teil der eigentlichen Analyse)

Folgende Fragen dienen dazu sicherzustellen, dass die interviewten Personen relevante Erfahrungen mit Social-Media-Kommunikation von unabhängigen Musikacts haben:

1. Folgen Sie mindestens einem unabhängigen Musikact auf Instagram oder TikTok seit mindestens drei Monaten?
2. Haben Sie in den letzten 6 bis 12 Monaten eine Release-Promotion eines Musikacts über Social Media mitbekommen?

Interviewformalitäten klären:

- Das Interview dauert ca. 15-20 Minuten
- Die Erkenntnisse aus diesem Interview werden anonym behandelt; Verwendete Aussage werden generell gehalten und nicht rückverfolgbar sein; Zitate mit Klarnamen sind nicht vorgesehen, falls schon, würde ich Sie vorgängig fragen
- Ich würde das Interview gerne aufnehmen. Stimmen Sie dem zu? (Falls Zustimmung: Aufnahme starten)
- Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Gespräch nehmen.

Interviewleitfaden

Der Interviewleitfaden wurde gemäss Kruse (2015) erstellt. Er ist thematisch strukturiert und enthält Stimulusfragen, inhaltliche Aspekte, immanente Aufrechterhaltungsfragen sowie exmanente Nachfragen.

• Thema der Studie: Wahrnehmung von Authentizität in der Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts aus Sicht von Fans. • Die leitende Forschungsfrage: Wie erleben Fans die Social-Media-Kommunikation unabhängiger Musikacts im Hinblick auf Authentizität? • Screening-Fragen (nicht Teil der eigentlichen Analyse): Diese Fragen dienen dazu sicherzustellen, dass die interviewten Personen relevante Erfahrungen mit Social-Media-Kommunikation von unabhängigen Musikacts haben. 1. Folgen Sie mindestens einem unabhängigen Musikact auf Instagram oder TikTok seit mindestens drei Monaten? 2. Haben Sie in den letzten 6–12 Monaten eine Release-Promotion eines Musikacts über Social Media mitbekommen?		
Thema 1: Fansein und Social-Media-Alltag rund um den Musikact	Thema 2: Erleben von Social-Media-Kommunikation und Authentizität	Thema 3: Reaktionen/Engagement im Kontext wahrgenommener Authentizität
Stimulus (Leitfrage/Erzählaufforderung): Erzählen Sie bitte zunächst, wie Sie zur Musik von [Name des Musikacts] gekommen sind und wie sich Ihr Fansein im Laufe der Zeit entwickelt hat.	Stimulus (Leitfrage/Erzählaufforderung): Stimulus 2a (positives Beispiel): Wenn Sie an Social-Media-Inhalte von [Name des Musikacts] denken: Erzählen Sie bitte von einem konkreten Post, Video oder einer Story, die auf Sie besonders authentisch gewirkt hat.	Stimulus (Leitfrage/Erzählaufforderung): Denken Sie nun an Ihr eigenes Verhalten rund um [Name des Musikacts] . Erzählen Sie bitte von Situationen, in denen Sie auf Inhalte reagiert haben (oder bewusst nicht reagiert haben). Welche Rolle hat Ihr Eindruck dabei gespielt, insbesondere in Bezug auf Authentizität?

	Stimulus 2b (kontrastierendes Beispiel): Erzählen Sie bitte auch von einem Post oder Video, das eher inszeniert, werblich oder weniger authentisch gewirkt hat. Reflexionsfrage 2c (Vergleich): Wenn Sie diese Beispiele vergleichen: Woran machen Sie persönlich „Authentizität“ in der Social-Media-Kommunikation fest?	
 Inhaltliche Aspekte (mögliche Themen selbstläufiger Narration): • erste Berührungspunkte mit dem Musikact (Songs, Auftritte, Empfehlungen) • wichtige Erlebnisse als Fan (z. B. Konzerte, Releases, besondere Momente) • heutige Bedeutung des Musikacts im eigenen Alltag • Übergang zum Social-Media-Alltag (z. B. wann begonnen wurde, dem Act online zu folgen)	 Inhaltliche Aspekte (mögliche Themen selbstläufiger Narration): • konkrete Posts, Stories oder Videos • wahrgenommene Signale von Nähe/Distanz, Natürlichkeit, Transparenz • persönliche Reaktionen auf solche Inhalte	 Inhaltliche Aspekte (mögliche Themen selbstläufiger Narration): • Beispiele für Reaktionen (mehr/weniger Interaktion) in Verbindung mit wahrgenommener Authentizität • Unterschiede zwischen „low effort“ (Like) und „high effort“ (Konzert, Merch/Support) • Veränderungen der Beziehung zum Musikact • Rolle von Vertrauen und langfristiger Bindung

Thema 1: Fansein und Social-Media-Alltag rund um den Musikact	Thema 2: Erleben von Social-Media-Kommunikation und Authentizität	Thema 3: Reaktionen/Engagement im Kontext wahrgenommener Authentizität
Aufrechterhaltungsfragen (immanent): • Wie ging es dann weiter? • Können Sie das genauer beschreiben? • Gibt es noch andere Erlebnisse als Fan, an die Sie sich erinnern? • Was war in diesen Situationen besonders wichtig für Sie?	Aufrechterhaltungsfragen (immanent): • Können Sie diese Situation genauer beschreiben? • Was genau hat bei diesem Post den Eindruck von Authentizität ausgelöst? • Wie haben Sie sich dabei gefühlt?	Aufrechterhaltungsfragen (immanent): • Was ist dann konkret passiert, was haben Sie getan oder nicht getan? • Wie haben Sie sich dabei gefühlt? • Wie hat sich Ihre Beziehung zu [Name des Musikacts] dadurch verändert?
 Konkrete Nachfragen (exmanent)*: • Über welche Kanäle haben Sie den Musikact damals zum ersten Mal wahrgenommen (z. B. Freunde, Streaming, Social Media)? • Wie würden Sie Ihre Beziehung zu [Name des Musikacts] heute kurz beschreiben? • Seit wann folgen Sie dem Musikact auf Social-Media-Plattformen, und welche Plattformen nutzen Sie am häufigsten?	 Konkrete Nachfragen (exmanent)*: • Gibt es bestimmte Formate, die Sie besonders authentisch finden? (z. B. Behind-the-Scenes, persönliche Statements, Live-Streams) • Welche Rolle spielt der Umgang eines Musikacts mit Fehlern, Kritik oder schwierigen Themen für Ihren Eindruck von Authentizität?	 Konkrete Nachfragen (exmanent)*: • In welchen Momenten entscheiden Sie sich bewusst, Inhalte von [Name des Musikacts] zu liken, zu kommentieren oder zu teilen? • Spielte Authentizität eine Rolle, als Sie entschieden haben, ob Sie ein Konzert besuchen, mehr streamen oder Merch/Support leisten? • Welche Rolle spielt Authentizität für Ihre langfristige Verbundenheit mit [Name des Musikacts]?

Abschluss

Offene Ausstiegsfrage:

Gibt es noch etwas, das Sie zum Thema Social Media, Authentizität oder zu Ihrer Beziehung zu [Name des Musikacts] ergänzen möchten?

Dank und Abschluss:

Vielen Dank für Ihre Offenheit und Ihre Zeit. Ihre Antworten helfen mir, besser zu verstehen, wie Fans die Social-Media-Kommunikation von Musikacts wahrnehmen und welche Rolle Authentizität dabei spielt. Ihre Angaben werden anonymisiert und nur im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit verwendet.

Anhang B: Transkript Interview 1

Interview 1	
Codesystem:	Siehe Anhang E
Interviewleitfaden:	Siehe Anhang A
Datum:	15.05.2026
Sprache	Deutsch
Dauer:	16:49
Postsript	
Gesprächsatmosphäre:	Gespräch online via Microsoft Teams
Befindlichkeiten:	Wirkte offen und interessiert
Rapport:	Gut
Störungen:	Keine relevanten technischen Störungen

00:00:02 Interviewer

Bevor wir richtig einsteigen, hab ich kurz zwei Einstiegsfragen. Folgst du seit mindestens drei Monaten mindestens einem unabhängigen Musikakt auf Instagram oder TikTok?

00:00:17 Befragte 1

Ja.

00:00:18 Interviewer

Und an welchen Musikakt denkst du dabei?

00:00:21 Befragte 1

Ich denke aktuell an Dafina Zeqiri. Weil ich ein sozusagen Fan, ja, ich bin ein Fan von ihr, seit ich klein bin und deshalb folge ich ihr auch schon seit ich Instagram habe.

00:00:38 Interviewer

Gut, dann beziehen wir die folgenden Fragen auf Dafina Zeqiri. Hast du in den letzten sechs bis zwölf Monaten eine Release-Promotion von diesem Musikakt über Social Media mitbekommen?

00:00:53 Befragte 1

Ja, sie postet immer wieder News und Infos, sei es über ihre Musik, sei es auch privat. Und ja, das hält mich immer up to date, weil ich schaue nebst ihren Posts, schaue ich

auch ihre Stories an. Und ja, dann bin ich ziemlich immer am Laufenden, was gerade passiert.

00:01:21 Interviewer

Super, zum Einsteigen möchte ich gerne verstehen, wie deine Beziehung zu diesem Musikact entstanden ist. Erzähl bitte zunächst, wie du zur Musik von Dafina Zeqiri gekommen bist und wie sich dein Fansein im Laufe der Zeit entwickelt hat.

00:01:40 Befragte 1

Also, es war so früh, ich spreche jetzt über die albanische Musikbranche und dabei ja Pop, Hip-Hop-Pop bei den Albanern damals. Gab es nicht sehr viele Sängerinnen und Sänger wie heutzutage. Deshalb war es ja auch etwas einfacher, um viral zu gehen. Und ja, sie war schon immer ein bisschen einzigartig und ist mit ihrem Look und mit ihrem Verhalten und und ja, der Musik und den Videos jemandem ins Auge gestochen. Und ja, sie hat mir einfach schon von klein an gefallen. Von ihrer Musik hatte ich auch immer einen Ohrwurm. Ich wollte sie nachsingen und ja, das ist so ein bisschen der Grund, warum warum ja so, warum sie jetzt auch da ist, wo sie ist.

00:02:48 Interviewer

Und wie würdest du deine Beziehung zu Dafina Zeqiri heute kurz beschreiben?

00:02:58 Befragte 1

Also, es ist ja. Gut, also ja, meine Beziehung. Ich würde sagen, sie gefällt mir als Person sehr und für mich ist es sehr wichtig. Wenn jemand, also ich finde, jemand kann gute Musik machen, aber mich interessiert immer auch, wie ist diese Musikerin oder dieser Musiker als Person. Und ja, wenn ich dann Sachen höre und lese, die mir als Person gefallen, dann gefällt sie mir als Artistin umso mehr, als Künstlerin. Und ja. Jetzt bei ihr gefällt sie mir vor allem auch so gut, nicht nur weil ihre Musik, weil ich ihre Musik super finde. Sie setzt sich aber auch ein, sei es für Frauen, für Menschenrechte und ja, einfach für die Gerechtigkeit. Sie setzt sich ein. Sie hat schon oft darüber gepostet, sie kommentiert und ich finde das schon speziell, weil meistens bei den Künstlern, sie kommentieren nicht einfach random in anderen Posts. Wenn jetzt jemand nicht so mega bekannt ist und bei ihr hab ich das jetzt schon öfters bemerkt, dass sie bei aktuellen Themen einfach auch kommentiert hat. Und ja, das gefällt mir sehr, weil das zeigt auch, wie authentisch sie ist und ja, wie, wie, wie offen sie in ihrem Profil auch über Themen spricht. Und es ist nicht nur ja, die Paparazzis, die die Bilder macht, sondern sie nimmt sich wirklich auch selbst auf und macht Posts.

00:04:34 Interviewer

Ja, vorher hast du das kurz erwähnt, aber ich würde mehr über diesen Punkt gehen. Über welche Kanäle hast du den Musikact damals zum ersten Mal wahrgenommen? Zum Beispiel Freunde, Streaming oder Social Media? Du hast das schon gesagt ein bisschen?

00:04:54 Befragte 1

Also, zu dieser Zeit, als ich aufmerksam auf sie geworden bin, durch das, dass ich halt jünger war, hatte ich gar kein Social Media. Aber über das Fernsehen, im Fernsehen war sie ganz häufig zu sehen und ja, was damals so in war, war doch Facebook. Oder ich hatte damals kein Facebook. Ja, ich denke, das war damals so die wichtigste Quelle.

00:05:26 Interviewer

Super.

00:05:27 Befragte 1

Und YouTube, YouTube kann man vielleicht auch aufzählen. YouTube ganz wichtig. Dort hab ich oft nach ihren Songs gesucht und sie auch angehört.

00:05:31 Interviewer

Mhm. Vielen Dank. Jetzt würde ich gerne genauer auf die Social-Media-Kommunikation dieses Musikacts eingehen. Wenn du an Social-Media-Inhalte von Dafina Zeqiri denkst, erzähl bitte von einem konkreten Post, Video oder einer Story, die auf dich besonders authentisch gewirkt hat.

00:06:02 Befragte 1

Also. Auf mich wirkt besonders authentisch, dass sie sich auf Social Media auch mal ungestylt und ungeschminkt zeigt, dass sie sich einfach selbst aufnimmt. Und dass sie einfach auch ohne, dass sie irgendwie eine Rede vorbereitet hat, wie viele Künstler an Events, sie spricht einfach von sich aus. Und ja, sie, das, das ist einfach sie. Ich kann mir nicht vorstellen, dass sie live eine andere Person ist, weil es hat sich so, ja ich, also es hat sich so in mir eingeprägt, dass sie so drauf ist und eben so offen und sie nimmt sich einfach auf oder macht zum Teil wie ein Livestreaming. Ja, und ich kann mir vorstellen, dass sie live genauso ist und das zeigt, das wirkt für mich authentisch.

00:07:00 Interviewer

Bei dem Livestreaming, wie hast du dich dabei gefühlt, wenn du das angeschaut hast, wenn du dich noch Erinnerst?

00:07:10 Befragte 1

Also, es kommt natürlich auch darauf an, um welches Thema das ging. Aber ja, dadurch, dass ich sie mag, finde ich es auch ganz interessant, ihr zuzuhören und das anzuschauen. Eben, es kommt immer darauf an, um was es geht. Also. Ja.

00:07:29 Interviewer

OK. Als Zweites, erzähl bitte auch von einem Post oder einem Video, das eher inszeniert, zu Werbezwecken oder weniger authentisch gewirkt hat.

00:07:44 Befragte 1

Entschuldigung, kannst du es noch mal wiederholen?

00:07:47 Interviewer

Ja, erzähl bitte auch von einem Post oder einem Video, das eher inszeniert, zu Werbezwecken oder weniger authentisch gewirkt hat.

00:07:52 Befragte 1

Ja. Hmm. Ich würde sagen. Vielleicht ihre Werbungen zu neuen Alben oder. Ja, wenn es einfach so mega bearbeitet alles ist, das ist so. Aber ja, es ist auch schwierig, weil wie willst du? Du willst ein gutes Cover haben, oder? Und dann zeigst du dich nicht einfach, keine Ahnung, man gibt sich ja Mühe und man will ja auch ein bisschen künstlerisch sein, oder es ist ja nicht einfach ein Porträtbild, aber. Muss jetzt sagen, bei ihr oder etwas kann ich nennen, aber ja, das ist dann vielleicht auch. Ich möchte jetzt nicht in die Persönlichkeit zu fest oder in das Aussehen eingreifen, aber vielleicht auch die Veränderung von ihr im Laufe der Zeit und damit meine ich so ein bisschen die Ästhetik, oder dass sie ja vielleicht viele Operationen gemacht hat, ja, um sich vielleicht schöner oder selbstbewusster zu fühlen. Und ja, das sind vielleicht so Sachen, die mir eher jetzt vielleicht negativ aufgefallen sind, weil sie mir natürlich so gut gefallen hat. Aber ja, das ist in der heutigen Zeit fast bei jedem Künstler so und ich denke, das ist auch ein bisschen der Druck, vielleicht nicht nur von der Gesellschaft, sondern auch in dieser Branche, ja. Man will mehr auffallen. Man will ja. Sie möchten sich besser fühlen und ja. Ich hoffe, diese Antwort hilft dir weiter.

00:09:55 Interviewer

Ja, ich habe noch eine andere Frage. Wenn du diese beiden Beispiele vergleichst, zum Beispiel, hast du vorher erwähnt, das Livestreaming, das authentisch ist, oder das andere Beispiel ist das Cover, das zu viel bearbeitet ist oder auch dass sie Operationen gemacht hat. Woran machst du persönlich Authentizität in der Social-Media-Kommunikation fest?

00:10:31 Befragte 1

Also, woran ich merke, dass sie authentisch ist.

00:10:34 Interviewer

Ja.

00:10:34 Befragte 1

Ist das, alles vergleiche ich am Livestream. Weil ich weiss, dass alles andere, das ist für sie wie Werbung. Also, das ist ihr Erscheinungsbild, aber das sagt jetzt nicht so viel über ihre Person aus. Und wenn sie in einem Livestream spricht, ja, spricht sie von sich aus.

00:10:52 Interviewer

Und gibt es bestimmte andere Formate als das Livestreaming, die du besonders authentisch findest, zum Beispiel Behind the Scenes, persönliche Statements oder so?

00:11:03 Befragte 1

Ja, sicher. Also, wenn du jetzt Plattformen meinst, dann sicher Instagram, TikTok, Snapchat. Was gibt es noch? Ja, das, das verwende ich. Und sonst, innerhalb der Plattformen sind es Beiträge. Es sind Stories, es sind Likes, es sind Kommentare, ganz wichtig, oder auch Reposts. Sie tut auch oft etwas reposten, was ja, was sie unterschreiben kann.

00:11:38 Interviewer

Perfekt. Welche Rolle spielt der Umgang eines Musikacts mit Fehlern, Kritik oder schwierigen Themen für deinen Eindruck von Authentizität?

00:11:56 Befragte 1

Um. Es spielt schon eine Rolle, aber. Man muss auch wie eine Kontrolle darüber haben, weil wenn jemand jetzt mega authentisch ist und vielleicht bei einer Kritik

schlecht reagiert und ja halt einfach das sagt, was er denkt, oder dann kann es oft auch negativ rüberkommen. Deshalb finde ich authentisch sein gut, aber man muss auch eine Kontrolle darüber haben und vor allem, man muss die Grenzen kennen, weil ja, mit Kritik muss man umgehen können. Vor allem in dieser Branche muss man damit rechnen und es sagt dann schon viel über eine Person aus, wie man dann dabei reagiert. Ja, wie wie reif, das sagt auch aus, wie reif jemand ist und wie erwachsen und ja.

00:12:56 Interviewer

Vielen Dank. Im letzten Teil interessiert mich dein eigenes Verhalten als Fan. Denk nun an dein eigenes Verhalten rund um Dafina Zeqiri. Erzähl bitte von Situationen, in denen du auf Inhalte reagiert hast oder bewusst nicht reagiert hast. Welche Rolle hat dein Eindruck dabei gespielt, insbesondere in Bezug auf Authentizität?

00:13:26 Befragte 1

Yeah. Dadurch, dass ich jetzt nicht wirklich aktiv, ja, ich mache nicht grosse Aktivitäten auf Instagram und bei Künstlern erst recht nicht. Also, ich kommentiere nicht, aber ich like Beiträge. Und ich like auch Stories, wenn mir da jetzt etwas gefällt. Es gibt aber auch Stories und Beiträge, die like ich nicht, weil es gibt Beiträge, die, also auch wenn sie mir als Künstlerin gefällt, finde ich es vielleicht kein nötiger Post oder kein nötiger Beitrag oder ist eine Info, die mich vielleicht gerade nicht interessiert. Ja, wo ich es bewusst nicht gemacht hab. Das hat aber jetzt nicht mit ihrer Musik zu tun, weil als sie ihr Kind gepostet hat, weil ich finde, Kinder gehen nicht ins Internet. Aber muss ich sagen, macht sie eigentlich nicht häufig. Ja, das, weil sonst, sonst mag ich sie eigentlich. Und deshalb hab ich nicht viele Sachen, die ich sagen kann, ja, like ich nicht oder find ich nicht gut. Aber ja, das wäre jetzt etwas.

00:14:43 Interviewer

Spielt Authentizität eine Rolle, wenn du entscheidest, ob du ein Konzert besuchen, mehr streamen oder mehr Support leisten möchtest?

00:14:55 Befragte 1

Das spielt schon eine Rolle, weil also ich finde, man kann jetzt Konzert nicht vergleichen mit sonst supporten. Weil ich war oft auch, ich, ich war auch an Konzerten oder in Clubs, wo Künstler aufgetreten sind, mit denen ich jetzt nicht so mega einen Bezug hatte. Aber es ist eine coole Stimmung, weisst du, so die Musik und alles. Aber jetzt, um sie zu supporten, ja, ich finde, sie muss schon authentisch sein und ihre

Persönlichkeit muss mir gefallen. Also, ich supporte nicht einfach, wenn ich jemanden nicht so gut kenne oder mich nicht so gut auch informiert habe, was diese Person macht. Auch in Bezug zur Welt, nicht nur auf ihre Musik.

00:15:43 Interviewer

Ähm. So, wir sind jetzt am Ende des Interviews. Gibt es noch etwas, das du zum Thema Social Media, Authentizität oder deinen Bezug zu diesem Musikact ergänzen möchtest?

00:15:58 Befragte 1

Nein, ich finde einfach ja. Also eben, ich hoffe, die Antworten helfen dir für deine Arbeit. Ja, bei der Authentizität ist wichtig, auch auf Social Media. Man sollte immer sich selbst sein, nicht verstellen. Das ist so, ja, das denke ich darüber, auch wenn ich nicht sehr aktiv bin. Und ja, danke auch für die Fragen.

00:16:23 Interviewer

Vielen Dank für deine Offenheit und deine Zeit. Deine Antworten helfen mir sehr dabei, besser zu verstehen, wie Fans die Social-Media-Kommunikation von Musikacts wahrnehmen und welche Rolle Authentizität dabei spielt. Wie gesagt, werden deine Angaben anonymisiert und nur im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit verwendet.

00:16:46 Befragte 1

Sehr gut, vielen Dank.

Anhang C: Transkript Interview 2

Interview 2	
Codesystem:	Siehe Anhang E
Interviewleitfaden:	Siehe Anhang A
Datum:	17.05.2026
Sprache	Deutsch
Dauer:	13:01
Postskript	
Gesprächsatmosphäre:	Gespräch online via Microsoft Teams
Befindlichkeiten:	Wirkte offen und interessiert
Rapport:	Gut
Störungen:	Keine relevanten technischen Störungen

00:00:03 Interviewer

Bevor wir einsteigen, habe ich kurz zwei Einstiegsfragen. Folgst du seit mindestens drei Monaten mindestens einem unabhängigen Musikact auf Instagram oder TikTok?

00:00:16 Befragte 2

Ja, das mache ich auf Instagram. TikTok habe ich nicht.

00:00:21 Interviewer

Okay, und an welchen Musikact denkst du dabei dann?

00:00:26 Befragte 2

Dave Hause.

00:00:28 Interviewer

Super, gut, dann beziehen wir die folgenden Fragen auf Dave Hause. Die zweite Frage ist: Hast du in den letzten sechs bis zwölf Monaten eine Release-Promotion dieses Musikacts über Social Media mitbekommen?

00:00:46 Befragte 2

Ja, Dave Hause hat auch eine neue Record rausgegeben und die wurde natürlich auf Social Media angekündigt. Und ich habe das auch mitbekommen über Apple Music und ich kriege das gut mit. Auf Instagram folge ich ihm aktiv und dann schaue ich auch.

00:00:58 Interviewer

Perfekt, dann passt das sehr gut für das Interview. Zum Einstieg möchte ich gerne verstehen, wie deine Beziehung zu diesem Musikact entstanden ist. Erzähl bitte zunächst, wie du zur Musik von Dave Hause gekommen bist und wie sich dein Fansein im Laufe der Zeit entwickelt hat.

00:01:31 Befragte 2

Ja, ich habe ihn, glaube ich, auch per Zufall gefunden. Ich glaube, es war YouTube oder Instagram und dann habe ich ihn gehört. Und als ich in [country] war, haben Kumpels, die ich kennengelernt habe, immer einen Song gesungen.

Und deswegen habe ich super gute Erinnerungen und bin ihm auch auf Instagram gefolgt und folge ihm immer noch. Und er ist sehr sympathisch und für mich auch authentisch, weil er nicht, er ist noch nicht so bekannt, dass er nur grosse Gigs spielt. Er spielt viele kleine Konzerte und auch kleine Tours und man findet ihn in Europa und in Nordamerika. Und man sieht auch an den Aufnahmen, dass es nicht so übermarketing ist, sondern Aufnahmen aus dem richtigen Leben. Und das ist etwas, das mir gefällt und mir gefällt auch seine Musik.

00:02:30 Interviewer

Und wie würdest du deine Beziehung zu Dave Hause heute kurz beschreiben?

00:02:35 Befragte 2

Ja, ich würde sagen, dass er mich emotional abholt und dass ich Freude habe, wenn ich die Musik höre und dass es mich, dass ich mich besser fühle. Und wenn es mir gut geht, geht es mir noch besser und wenn es mir schlechter geht, geht es mir auch besser. Das heisst, ich habe eine gute aktive Beziehung zum Künstler, der mir Freude bereitet, die mir Freude bereitet.

00:02:59 Interviewer

Vielen Dank. Jetzt würde ich gerne genauer auf die Social-Media-Kommunikation dieses Musikacts eingehen. Wenn du an Social-Media-Inhalte von Dave Hause denkst, erzähl bitte von einem konkreten Post, Video oder einer Story, die auf dich besonders authentisch gewirkt hat.

00:03:22 Befragte 2

Ja, er spielt da bei einem kleinen Festival, hat er in der letzten Zeit gespielt und da hat er schon im Voraus, ich glaube, er hat es auch mitorganisiert. Hat er schon im Voraus gepostet und da hast du auch Videos gesehen und dass man vorbeikommen soll.

Und mit seinen Kumpels, dass er da spielt. Und es ist auch so, wenn du ihn siehst auf Instagram, er spielt oft mit anderen Künstlern, aber immer etwa die Gleichen. Also, die kennen sich auch gut, zum Beispiel wie Dan Andriano oder Chuck Ragan oder manchmal Brian Fallon. Und das ist schon sympathisch, wenn die dann bei ihm auch auftreten, wenn er was organisiert. Man sieht auch den Umgang untereinander, dass die einander mögen und gerne Musik miteinander machen. Und das ist etwas, was ich schön finde und authentisch.

00:04:15 Interviewer

Und wie hast du dich dabei gefühlt mit diesem Post?

00:04:19 Befragte 2

Alles hat mir Freude gemacht. Ich habe gedacht, ah, schön wäre es, wenn ich da dabei sein könnte. Gute Zeiten, kaltes Bier, gute Musik und Leute, die Spass haben an dem, was sie machen. Ich meine, Band gut, Musik gut. Was will man mehr?

00:04:38 Interviewer

Okay, super. Und erzähl bitte auch von einem Post oder Video, das eher inszeniert, zu Werbezwecken oder weniger authentisch gewirkt hat.

00:04:49 Befragte 2

Ja, ich meine, wenn da grosse Festivals sind, wo er spielt, dann würde ich nicht sagen, dass der Post inszeniert ist. Dann sieht man halt einfach das Wallpaper, das Foto mit dem Festival, mit dem Line-Up. Aber es wirkt nicht sehr authentisch, weil es ist halt Copy Paste. Aber das verstehe ich auch. Ich meine, als Künstler ist das halt, wo du sharest, wo du spielst. Aber authentisch würde ich das nicht betiteln. Ich würde sagen, das ist cool, dass man das weiss und das würde ich auch machen. Aber das berührt mich dann nicht. Aber ich weiss dann, wo er ist. Wenn er eine eigene private Tour spielt und ich das sehe, berührt mich das mehr. Das ist authentisch. Aber die grossen Festivals, man muss es halt auch mitteilen, dass man es weiss. Ich habe schon Verständnis dafür, aber solche Posts sind dann ja, ja, weiter geht's.

00:05:45 Interviewer

Okay, wenn du diese beiden Beispiele vergleichst, also das weniger Inszenierte und das mehr Inszenierte: Woran machst du persönlich Authentizität in der Social-Media-Kommunikation fest?

00:06:00 Befragte 2

Ja, wenn ich sehe, dass es ehrlich ist, dass es halt nicht perfekt ist und dass sie, ich meine, das sieht man schon, ob jetzt ein Video spontan aufgenommen wird, weil man noch einen Post macht oder ob der Post total vorbereitet wurde. Und wenn das halt ein spontaner Post ist, wo nicht alles perfekt ist, aber dafür ist er sympathisch und authentisch. Dann stimmt das für mich. Dann habe ich mehr Freude. Aber das ist schon ziemlich offensichtlich.

00:06:24 Interviewer

Und gibt es bestimmte Formate, die du besonders authentisch findest, zum Beispiel Behind-the-Scenes, persönliche Statements oder Livestreaming?

00:06:39 Befragte 2

Ja, Livestreaming macht er nicht wirklich, aber ja, wenn er manchmal Fotos postet, wo sie halt wie ganz normale Leute Sachen machen, ja, das ist sehr sympathisch für mich. Wenn sie halt ehrlich rüberkommen, nicht so gespielt.

00:07:02 Interviewer

Okay, und welche Rolle spielt der Umgang eines Musikacts mit Fehlern, Kritik oder schwierigen Themen für deinen Eindruck von Authentizität?

00:07:14 Befragte 2

Also, kannst du die Frage nochmal wiederholen? Entschuldigung.

00:07:18 Interviewer

Welche Rolle spielt der Umgang eines Musikacts mit Fehlern, Kritik oder schwierigen Themen für deinen Eindruck von Authentizität?

00:07:32 Befragte 2

Ja, für mich ist es wichtig. Ich mag nicht gerne, wenn jemand eine Fahne im Wind ist. Ich finde, man sollte zu seiner Meinung stehen und die muss nicht immer so sein, wie

ich das empfinde. Aber ich mag nicht, wenn man zu allem einfach Ja und Amen sagt. Von dem her finde ich, dass das schon eine grosse Rolle spielt.

00:07:56 Interviewer

Vielen Dank. Im letzten Teil interessiert mich dein eigenes Verhalten als Fan. Denk nun an dein eigenes Verhalten rund um Dave Hause. Erzähl bitte von Situationen, in denen du auf Inhalte reagiert hast oder bewusst nicht reagiert hast. Welche Rolle hat dein Eindruck dabei gespielt, insbesondere in Bezug auf Authentizität?

00:08:24 Befragte 2

Ja, also ich identifiziere mich natürlich mit manchen Songs und dann höre ich die auch. Und wenn ich am Autofahren bin oder wenn ich sie lange nicht mehr gehört habe, dann habe ich gewisse Erinnerungen und das ist wichtig für mich. Und dann gibt es andere Songs, die mag ich weniger, wie bei jedem Künstler. Aber man weiss auch, dass er die Songs selber schreibt und er macht relativ viele Songs. Und dass er die Musik liebt, deswegen ist es für mich authentisch. Aber ich hinterfrage auch nicht jeden einzelnen Song bis zum Gehtnichtmehr. Und manche Songs sind auch authentisch und ich mag sie nicht. Und manche sind weniger und ich mag sie, aber im Grossen und Ganzen finde ich, dass er und seine Musik authentisch sind.

Und mich auch abholen können und Emotionen bei mir auslösen und das gefällt mir sehr. Und er postet auch nicht allzu viel auf Social Media. Das finde ich auch cool, weil wenn man nur zugespamt wird, ist es dann too much und das mag ich nicht. Dann folge ich den Künstlern nicht mehr. Weil ich werde gerne informiert, wenn ich jemanden mag, aber ich brauche auch nicht jeden Tag 15 Posts oder so, das ist zu viel. Für mich auch nicht mehr authentisch.

00:09:44 Interviewer

Und in welchem Moment entscheidest du dich bewusst, Inhalte von Dave Hause zu liken, zu kommentieren oder zu teilen?

00:09:55 Befragte 2

Ich like eigentlich nicht und teile auch nicht. Das mache ich quasi bei fast niemandem, also liken doch noch ab und zu, aber mehr bei anderen Inhalten. Aber teilen tue ich auch ganz selten. Da bin ich eher noch etwas altmodisch. Von dem her, aber das entscheide ich spontan, wenn ich das mache. Da denke ich nicht so viel darüber nach. Entweder will ich das machen, dann mache ich es oder ich lasse es sein.

00:10:27 Interviewer

Spielt Authentizität eine Rolle, wenn du entscheidest, ob du ein Konzert besuchen, mehr streamen oder Merch und Support leisten möchtest?

00:10:40 Befragte 2

Ja, bei mir schon. Ich mag gerne noch Konzerte, die nicht so, oder für mich gibt es Shows und es gibt Konzerte. Und ich bin auch schon an Konzerten gewesen, die mehr eine Show sind, weil alles durchgeplant ist, die sehr cool waren und sehr gut. Aber wenn ein Konzert wirklich noch spontan ist und Interaktion mit dem Publikum und nicht alles geplant ist, dann mag ich das sehr. Und das ist dann für mich auch authentisch, das, was ein Konzert für mich ausmacht. Und ja, das ist wichtig für mich.

00:11:15 Interviewer

Und welche Rolle spielt Authentizität für deine langfristige Verbundenheit mit Dave Hause?

00:11:22 Befragte 2

Ja, also wenn er plötzlich nicht mehr authentisch ist, dann werde ich ihm auch nicht mehr so folgen, wie ich das mache. Da habe ich schon meine Werte und das ist für mich sehr wichtig. Er soll sich selbst treu bleiben und ich bleibe ihm treu. Aber wenn er sich verkauft und nicht mehr authentisch ist, dann wird es nur eine Frage der Zeit sein, dass ich ihm nicht mehr folge.

00:11:43 Interviewer

Wir sind nun fast am Ende des Interviews. Gibt es noch etwas, das du zum Thema Social Media, Authentizität oder deine Beziehung zu diesem Musikact ergänzen möchtest?

00:11:55 Befragte 2

Ja, ich finde, dass es auch schwierig ist mit Authentizität im Social Media und ich weiss, dass es wichtig ist. Aber für mich, da bin ich noch halb analoge, halb digitale Generation, und für mich ist es schon wichtig, dass man sich selbst bleibt und dass nicht alles perfekt sein muss und dass man auch sagen darf, heute fühle ich mich gut oder nicht gut. Ich mag es nicht, diese künstlich geschaffene Welt, die völlig übertrieben ist. Und deswegen mag ich es sehr, wenn jemand authentisch ist.

00:12:33 Interviewer

Vielen Dank für deine Offenheit und deine Zeit. Deine Antworten helfen mir sehr dabei, besser zu verstehen, wie Fans die Social-Media-Kommunikation von Musikacts wahrnehmen und welche Rolle Authentizität dabei spielt. Wie gesagt, werden deine Angaben anonymisiert und nur im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit verwendet.

00:12:59 Befragte 2

Kein Problem, gern geschehen und vielen Dank.

Anhang D: Transkript Interview 3

Interview 3	
Codesystem:	Siehe Anhang E
Interviewleitfaden:	Siehe Anhang A
Datum:	18.05.2026
Sprache	Englisch
Dauer:	22:21
Postsript	
Gesprächsatmosphäre:	Gespräch online via Microsoft Teams
Befindlichkeiten:	Wirkte gut gelaunt und interessiert, sehr gesprächig
Rapport:	Gut
Störungen:	Keine relevanten technischen Störungen

00:00:02 Interviewer

Before we really get started, I have two short introductory questions. The first one, have you been following at least one independent music act on Instagram or TikTok for at least three months?

00:00:30 Befragte 3

Yes, I do.

00:00:33 Interviewer

Okay, and which music act are you thinking of?

00:00:38 Befragte 3

So I would say it would be Berlioz. He's like a music producer. He specializes in like a house music, house jazz. It's like a new way of introducing jazz to younger generation, I would say.

00:00:57 Interviewer

Good. Then we will refer to Berlioz in the following questions. The second question is, have you noticed a release promotion by this music act on social media in the last 6 to 12 months?

00:01:10 Befragte 3

Yes, but right now he doesn't promote, I mean, he still promotes his album, but the last one that he released was in 2024, but now he's more focusing on his music tour, so he's like...

promoting that type of events and also his music in the meantime, but now the, yeah, yeah, he does.

00:01:40 Interviewer

Okay, perfect.

Um...

To begin, I would like to understand how your relationship with this music act developed. Please start by telling me how you discovered Berlioz's music and how your fan relationship has developed over time.

00:01:48 Befragte 3

Yeah.

Okay, so I think that I discovered his music two years ago. I don't want to lie, but it was probably like two years ago, maybe 3, to be honest. It's...

I think it was mostly from social media.

But now it's, but now that I think about it a little bit more, it was also a family member who showed me him, but she for sure knew him from social media, especially TikTok for sure. So we were, so she showed me him and then he started to pop up on my For You page on TikTok.

And I was like, oh, that's really interesting music. Like, it's really nice. It's really like cozy. It was a really perfect match for stressful university days, I would say. And it's not like I'm like a really, really big fan, but I really like his music to the point that Uh...

It's a little bit crazy that the person that I have like first heard through like TikTok, I went to their concert, for example, last year. So I am a fan. I really like his music. I would probably really like to, I also consider purchasing some stuff from him, but.

It's crazy expensive because he's from UK. But I would say that it's like pretty stable, but I'm not like obsessed with him. I don't, I'm not like a Taylor Swift fan or anything like that, but I really do enjoy his music and his work.

And I follow him and it's, yeah, I'm looking forward to the next concert if he's going to be in [city]. I would really like to go because of the one that was last year.

Was like really, really good. I really liked it.

00:04:03 Interviewer

Are there any other experiences as a fan that you remember?

00:04:08 Befragte 3

Ohh.

I don't think I've seen it as much. To be honest, it's usually the, yeah, the concert was like really, really good.

No, I don't think, like, in relation to to him, to the to the artist, I don't think so.

00:04:32 Interviewer

Okay, and since when have you been following the music act on social media platform? Which platform do you use most often?

00:04:41 Befragte 3

Mm.

I would say that for me, I probably follow him for like 2 years on TikTok. Instagram, not as much, but it's probably because I don't have Instagram. I don't have Instagram for such a long time. So maybe that's why.

But yeah, I used to have it like probably two years. And I would say that mostly when I engaged, like even by accident, if I engaged with him, it would be on TikTok.

00:05:22 Interviewer

Thank you. Now I would like to look more closely at this music act's social media communication.

When you think about social media content from Berlioz, please tell me about a specific post, video, or story that seems particularly authentic to you.

00:05:32 Befragte 3

Yeah.

Okay, this is like kind of a...

Not an easy question, but I would say that.

Mm.

One that kind of stood out is that when before he was like really, really famous, he would make, because I think now he's pretty famous, even though he's an independent artist.

It was one when he would make a concert and he would make it like at first it was like a video I think promoting his concert or his tour and it was the video of him like talking like doing a rehearsal before the real concert and then he would like put the concert

like next to the clip of him rehearsing that part. It would be like a cool moment when it was like no one and then everybody was there. I also kind of like...

the authentic side of him that he's like, doesn't want to make himself a brand. His music is a brand, so he usually doesn't.

Put so much of his face, and you can also see, like, one of his...

There's one of his posts when people would say, please do face reveal or something like that. But it's not that he was not showing his face. He's like, he just said like, the face is not that important. The important is the music. So I would say, but that one was kind of authentic if I think about that. But...

Also, I know you asked about the specific video, but I also like that he, because a lot of his music is about like, you know, he's an artist, he likes to do artistic stuff, independent. So when he promotes his music, he usually picks.

Like, he does like an animation with one of the artists that shows the best the music the way it is. So that's kind of like the thing that I like. It's like the collaboration between like maybe not so big artist with him and that they make like a short video.

Put the music in the background.

It's not.

Yeah.

00:08:14 Interviewer

Okay, and please also tell me about a post or video that seems rather staged or promotional or less authentic.

00:08:24 Befragte 3

Okay, so it's actually a couple, I would say. I think now it got really much better. But before he was really famous, you can kind of see like how much he wanted to get into the algorithm of the social media. He would make like a lot of videos pretty similar, in a pretty similar way. Like he would make, the music would be the background, but he would make like, he would take a clip from the real movie and he would put a caption of something like, oh, you just broke up with your girlfriend and now you're coming home in the rain and there would be like a notebook movie in the background.

and people would, and his music in the background. And for me, the not authentic thing about that was, it was like a mass production, like a lot of pretty similar style. You know, the more we put out, the better the chance that it's going to be on someone's feed. And also he would...

I think what's what like irked me the most was the fact that he would make the...

Like he would not change the music. It would be like he released one song and it would be like 10 videos, maybe not 10, but like a couple of videos with different captions, but the same style and just the same song, not even changing the part of the song that was in the clip. It was like the same...

So it was like, like, if you like scroll through his feed is like hard, like not nice to engage, but I also understand that.

It was early at the time. He didn't probably have a, yeah, not probably. He didn't have his album released, so maybe he didn't have so many songs to choose from. So that's why he tried to like kind of move around.

00:10:30 Interviewer

Okay, so what exactly about this post gave you the impression that it seems less authentic?

00:10:37 Befragte 3

I would say that mass production, the fact that it was like...

Just, let's just...

bit as many and one of them is going to be like uh...

one of them is going to be like a hit, like it's going to land on the For You page and people are going to listen to the music and just want to listen to more and engage with the artist. I think it worked for him in a way because I also know him from TikTok, but now that when I engage with his music, with his social media. It's like kind of the same sometimes. So it's like there's not so much connection with the artist for the social media, sadly.

00:11:25 Interviewer

Okay, and when you compare these two examples, you said before about the collaboration as positive and the mass feed about the negative. What do you personally base authenticity on in social media communication?

00:11:39 Befragte 3

Yeah.

That's a tough question, but I would say maybe I'm really soft on the artist. So I know that it's really hard for them to blow, but I would say the authenticity is that you have to be a little bit specific, like you have to have a good taste and know when it's too much of like a production that they just, you just want to promote. Sometimes you

have to be more about like showing yourself or showing how you are or maybe change content a little bit. He's actually.

He's like maybe a tough example that I picked, but...

when I think about like other artists that I know that they promote more their songs, but they are not independent artists, they go like so. They do trends on TikTok, just maybe change their hair color just to, so the people would know a lot about.

them and then therefore like listen to their music, but I think it kind of works maybe sometimes better when there's like a real connection and not just promotion, promotion, promotion, but I kind of get that he wants.

So to answer the question, I would say that you have to also show a little bit of your, you as a person, not just do the promotion stuff and etc.

00:13:19 Interviewer

Are there certain formats that you find particularly authentic? For example, behind-the-scenes content, personal statement, or live streaming.

00:13:31 Befragte 3

I would say, for example, live streaming. I really liked that when I was, not with him, but when I think about like, when you can show a little bit of your like real, not scripted thoughts, just sitting around, maybe do some small Q&A with the people, like the fans can ask you a question and you just answer in real time.

I know it's tough for the artist, but...

I think it's more authentic and...

Um...

Yeah, just that.

00:14:07 Interviewer

What role does the way a music act deals with mistakes, criticism, or difficult topics play in your impression of authenticity?

00:14:22 Befragte 3

Wait, I need a second. Can you repeat the question?

Yeah.

00:14:27 Interviewer

What role does the way a music act deals with mistakes, criticism, or difficult topics play in your impression of authenticity?

00:14:40 Befragte 3

If I understand the question correctly, I would say.

Wait, I need to think a little bit, like 2 seconds.

I think, yeah, now I get it, okay. I think it's just to be, I wanted to say authentic, but...

Not doing scripted stuff. Show that you're...

a real person that take the criticism like, like you own it. Sometimes it's okay. I don't mean for the people to, for the music artists to take it like every hate comment, but...

Maybe sometimes also.

Mm.

Jesus, I don't know if I answered the question to be honest, but yeah, I would say that it's more about owning and sometimes maybe trying to...

I don't think that the artist has to respond to every criticism, every negative stuff that they say. Like we're just people, you can make mistakes, but if you make them like really, really big, then it's like, yeah, it's a moment to show that you're authentic, to show that you're just a person, to make like a statement.

about something that happened. And I think that, and there are a lot of examples that when they do it correctly, it just doesn't make them less authentic. The problem is when they do it like staged way, fake crying, stuff like that. That's the point that's like.

Don't do it like that. You can show that you're sad and that you're remorseful about something or that you know that you did bad, but...

Not to do it like an actor, just be yourself.

00:16:57 Interviewer

Thank you. In the final part, I'm interested in your own behaviour as a fan. Now, think about your own behaviour regarding Berlioz. Please tell me about situations in which you reacted to content or consciously decided not to react.

What role did your impression play, especially with regard to authenticity?

00:17:25 Befragte 3

I would say that.

Because mostly I use like I follow him on TikTok the most of the time. So sometimes he would pop up of my For You page and then I would probably like the song, like the post. But...

It usually is with the mass production. Sometimes it's just like too much. I cannot like every post just because he's...

I don't know, just because he's like making so much of the similar content. It's like useless. I don't want to watch that. I don't want to like that all the time. I don't want to just. Also, I don't comment usually on the post. Also, I don't engage with like informational stuff. I don't.

Because he's like an artist that he would, if he goes on tour, sometimes he would make like a video about it, but usually he would make like a, just a screen of all the day. That's when he's going to go, where, blah, blah, blah. Which is like good. It's an information. I really like that, that it's like a specific place you can go see. And it's like clear information. Sometimes with the artist, you have to look really, really, like you have to look for the date that they're going to be in your town. With him, it's easy, but it's like, what's the point of liking that post? It's like, it looks nice, but it's, I don't need to like that. It's, but yeah, sometimes if...

For example, the animation that I told previously that they make, like he makes an animation and he puts his song in the background and then he writes like a specific that you can relate to. It's like POV.

you just listen to a little bit of jazz in New York or something like that and he plays his music in the background. That's like really, that's sometimes it's...

I think that I engage through it more if I can relate to it. Oh, that's probably the good way to describe it.

00:19:45 Interviewer

And, in which moments do you consciously decide to like, comment on, or share content from Berlioz?

00:19:58 Befragte 3

I think that the, yeah, I think still the more that I that I relate to the content, the more I tend to like it, but I don't comment.

When I share, I usually share it with the people that I know that really like him. For example, the dates of him coming to [city] or something like that.

00:20:23 Interviewer

Okay, and did authenticity play a role when you decide whether to attend a concert, stream more music or buy merchandising and provide support?

00:20:25 Befragte 3

Yeah.

To be honest, I don't think it did that much with him because maybe with him, it's more about the music and not about the person. It's like, I like his music. I don't need to like his person. He also doesn't show his person. So it's like that much. So it's not that easy to make the decision about that based on the authenticity.

But yeah, maybe his authenticity is in a way that he doesn't like that it's more about him. He's really specific in the way that he presents himself on social media, that it's about the music. It's only about the music. You should go to the concert because You like the music, not because you like him and particularly like, yeah.

00:21:30 Interviewer

We are almost at the end of the interview. Is there anything else you would like to add regarding social media authenticity or your relationship with this music act?

00:21:43 Befragte 3

Mm.

No, I don't think I do. I think I told you pretty everything, if I think about it.

00:21:52 Interviewer

Thank you very much for your openness and your time. Your answer helped me a lot in better understanding how fans perceive the social media communication of music act and what role authenticity plays in this. As mentioned, your information will be anonymized and used only within the framework of this academic paper. Thank you.

00:22:19 Befragte 3

Thank you.

Anhang E: Codesystem mit Codebeschreibungen (exportiert aus MAXQDA)

Code System	Memos / Codebeschreibung	Anzahl Referenzen
1 Fanbeziehung und Social-Media-Alltag	Kontextkategorie zur Beziehung der Befragten zum jeweiligen Musikact und zur Rolle von Social Media im Fansein.	0
1.1 Erstkontakt mit dem Musikact	Erstkontakt über Empfehlungen, Plattformen, frühere Medienkontakte oder Kindheitserinnerungen.	5
1.2 Rolle von Social Media im Fansein	Bedeutung von Social Media für Folgen, Informiertbleiben und Wahrnehmung des Musikacts.	7
1.3 Konzert- und Live-Erfahrungen	Konzert-, Tour-, Festival- oder Clüberfahrungen als Teil der Fanbeziehung.	5
1.4 Emotionale oder biografische Verbundenheit	Verbindung von Musik oder Musikact mit Erinnerungen, Lebensphasen, Emotionen oder biografischen Erfahrungen.	11
2 Wahrgenommene Authentizität	Zentrale Kategorie zu Merkmalen, an denen Fans Authentizität in der Social-Media-Kommunikation erkennen.	0
2.1 Natürlichkeit und Spontanität	Natürlichkeit, Spontanität, Nicht-Perfektion, ungestylte Inhalte und nicht geskriptete Kommunikation.	17
2.2 Persönliche Einblicke und Selbstaufnahme	Persönliche, private oder alltagsnahe Einblicke, etwa Selbstaufnahmen, persönliche Fotos oder Alltagssituationen.	5
2.3 Nähe und Direktheit	Wahrgenommene Nähe, direkte Ansprache, Zugänglichkeit und reale Verbindung zum Musikact.	6

Code System	Memos / Codebeschreibung	Anzahl Referenzen
2.4 Ehrlichkeit, Werte und Haltung	Ehrlichkeit, gesellschaftliche Haltung, Werte, Positionierung und glaubwürdige Offenheit.	10
2.5 Konsistenz zwischen Musik, Person und Auftreten	Stimmigkeit zwischen Musik, Person, Verhalten, visueller Darstellung und öffentlicher Kommunikation.	7
2.6 Musik statt Person als Authentizitätsmerkmal	Authentizität durch Musik, Ästhetik, visuelle Gestaltung und Zurückhaltung der Person; besonders relevant im Fall Berlioz.	2
3 Inszenierung und Promotion	Kategorie zu Grenzen wahrgenommener Authentizität: Werbung, Inszenierung, Wiederholung, Algorithmuslogik und fehlende Verbindung.	0
3.1 Zu werbliche Kommunikation	Inhalte, die als zu stark auf Werbung, Verkauf, Promotion oder Selbstvermarktung ausgerichtet erscheinen.	4
3.2 Zu perfekte oder bearbeitete Darstellung	Zu perfekte, stark bearbeitete, ästhetisch überformte oder künstlich wirkende Darstellungen.	3
3.3 Algorithmusorientierte Inhalte	Inhalte, die auf Plattformlogiken, Reichweite, Feeds oder Algorithmen ausgerichtet erscheinen.	2
3.4 Wiederholung und Massenproduktion	Wiederholte, sehr ähnliche oder seriell produzierte Inhalte, die weniger authentisch wirken.	3
3.5 Copy-Paste- oder Informationsposts	Rein informative Posts wie Festival-Line-ups, Tourdaten, Release-Infos oder Posts mit wenig persönlichem Bezug.	3
3.6 Fake oder gespielte Emotionalität	Gestellte, übertriebene, performative oder gespielte Emotionen.	1

Code System	Memos / Codebeschreibung	Anzahl Referenzen
3.7 Zu viel Content oder Spam	Zu häufiges Posten, repetitive Inhalte oder ein Übermass an Social-Media-Kommunikation.	5
3.8 Fehlende persönliche Verbindung	Inhalte, die sichtbar oder informativ sind, aber wenig Nähe oder emotionale Wirkung erzeugen.	1
4 Authentische Kommunikationsformate	Konkrete Formate, die von den Befragten als besonders authentisch oder passend erlebt werden.	0
4.1 Livestreams und Q&A	Echtzeit-Kommunikation, spontane Antworten, direkte Interaktion und wenig vorbereitete Formate.	3
4.2 Stories und spontane Beiträge	Kurzfristige, alltägliche, direkte oder weniger inszenierte Beiträge.	1
4.3 Behind-the-scenes und Proben	Einblicke hinter die Kulissen, Proben, Backstage-Situationen oder Entstehungsprozesse.	1
4.4 Konzert- und Tourinhalte	Inhalte zu Konzerten, Touren, Festivals oder Liveauftritten mit Bedeutung für Fanbindung und Authentizität.	3
4.5 Persönliche Statements	Persönliche Stellungnahmen, Reaktionen auf Kritik oder Erklärungen zu schwierigen Themen.	1
4.6 Künstlerische Visuals und Kollaborationen	Künstlerische Visuals, Animationen, ästhetische Videos oder kreative Kollaborationen, die zur Musik passen.	1
5 Fanverhalten und Engagement	Verhalten der Fans gegenüber Social-Media-Inhalten und dem Musikact: Reaktion, Unterstützung, Identifikation und Distanzierung.	0

Code System	Memos / Codebeschreibung	Anzahl Referenzen
5.1 Liken und Reagieren	Situationen, in denen Befragte Inhalte liken, anschauen oder auf Beiträge reagieren.	6
5.2 Kommentieren / Nicht-Komentieren	Komentieren als Fanreaktion sowie bewusstes Nicht-Komentieren.	4
5.3 Teilen mit anderen Fans	Teilen, Reposten oder Weiterleiten von Inhalten an andere Personen.	3
5.4 Streaming und Musikhören	Hören, Suchen oder Streamen von Musik über digitale Kanäle.	2
5.5 Konzertbesuch	Konzert-, Festival-, Clubbesuche oder geplante Live-Erlebnisse als Fanverhalten.	4
5.6 Merchandising und finanzieller Support	Merchandising, Käufe oder finanzielle Unterstützung des Musikacts.	2
5.7 Identifikation und Relatability	Stärkere Reaktion auf Inhalte, wenn persönliche Identifikation oder Relatability entsteht.	3
5.8 Nicht-Reaktion oder Distanzierung	Bewusstes Nicht-Liken, Nicht-Komentieren, Nicht-Teilen oder Distanzierung wegen fehlender Relevanz, zu viel Content oder Grenzen von Privatheit.	9
6 Ambivalenzen und Grenzen	Aussagen, in denen Authentizität nicht eindeutig positiv, nicht immer entscheidend oder durch andere Faktoren begrenzt ist.	0
6.1 Authentizität ist nicht immer entscheidend	Authentizität ist relevant, aber nicht immer ausschlaggebend für Fanverhalten oder Fanbindung.	4
6.2 Musik wichtiger als Persönlichkeit	Musik wird wichtiger bewertet als Person, Image oder persönliche Selbstdarstellung.	2
6.3 Promotion ist notwendig	Promotion wird nicht immer als authentisch erlebt, aber als notwendig oder nachvollziehbar anerkannt.	2

Code System	Memos / Codebeschreibung	Anzahl Referenzen
6.4 Authentizität braucht Kontrolle	Authentizität braucht Offenheit, aber auch Kontrolle, Reife und bewussten Umgang mit Öffentlichkeit.	3
6.5 Grenzen von Privatheit	Grenzen zwischen authentischer Nähe und zu viel privater Sichtbarkeit, etwa bei Kindern oder familiären Details.	1
6.6 Unterschiedliche Erwartungen je nach Musikact	Unterschiedliche Erwartungen an Authentizität je nach Musikact, Genre, Plattformnutzung oder Fanbeziehung.	1

Hinweis: Das Codesystem wurde aus MAXQDA exportiert. Die Spalte «Memo / Codebeschreibung» beschreibt die Bedeutung der Codes knapp. Hauptcodes mit 0 Referenzen enthalten keine direkt codierten Segmente; die relevanten Segmente befinden sich in den jeweiligen Subcodes. Die Referenzzahlen dienen ausschliesslich der Nachvollziehbarkeit und werden nicht statistisch interpretiert.

Anhang F: Code-Matrix-Browser (exportiert aus MAXQDA)



Hinweis: Der Code-Matrix-Browser zeigt die Verteilung der codierten Segmente über die drei Interviews. Die Darstellung dient der qualitativen Orientierung und wird nicht statistisch interpretiert.