

»Loads of love to all the Roadburn family«. Gemeinschaftsbildung auf einem virtuellen Festival während der Covid-19-Pandemie

Lena Möller

Virtuelle Festivals und Prozesse der Vergemeinschaftung

»THAT'S IT FOLKS! Thank you for everything! The Music, beers, love and friendship! WE DID THIS TOGETHER!«¹, richtete der Festivalteilnehmer Bram R. am 20. April 2020 seine Worte an die Gruppe, als sich das *Roadburn Festival 2020* mit den abklingenden Afterpartys endgültig dem Ende zuneigte. Die darauf einsetzenden positiven Reaktionen auf die Dankesrede äußerten sich nicht etwa in lautem Klatschen oder herzlichen Umarmungen. Stattdessen drückten 108 Likes die Zustimmung der Fans aus. Es war die Freude über ein Musikfestival, das im Zuge der Covid-19-Pandemie eigentlich bereits abgesagt worden war und dann doch noch stattfinden konnte – wenn auch nicht in gewohnter Form vor Ort, sondern als virtuelles Festival in einer öffentlichen Gruppe auf Facebook. Der Name *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* mag zunächst dazu verleiten, das Geschehen innerhalb der Gruppe als Realitätsnachahmung zu deuten, die mit dem alltäglichen Leben nur wenig zu tun hat. Wer jedoch genauer hinsieht, erkennt deutlich: Auch im Rahmen virtueller Festivals finden vielfältige Prozesse der Vergemeinschaftung statt, die sich aus dem Alltagsleben der beteiligten Akteure speisen und umgekehrt in dieses hineinwirken.

Die Covid-19-Pandemie mit ihren zeitweilig strengen Kontaktbeschränkungen, die Zusammenkünfte in analoger Form erheblich erschwerten, führte dazu, dass sich zahlreiche Treffen in virtuelle Räume verlagerten. Während die hier präsentierte Online-Ethnografie im Zeitraum April bis August 2020 dem populärkulturellen Phänomen des virtuellen Festivals nachspürte, untersuchte die Literaturwissenschaftlerin Miriam Zeh nahezu zeitgleich Online-Events wie die *Skneipe* (eine Wortschöpfung aus *Kneipe* und

1 Nicht näher verortete Beiträge und Kommentare wurden der im Verzeichnis angeführten Facebook-Gruppe *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* entnommen und zur Wahrung der Anonymität ihrer Mitglieder nicht separat verlinkt.

der Videoplattform *Skype*) oder den Gruppenvideochat *Houseparty*. Wo sich die Teilnehmer:innen zum Zeitpunkt der jeweiligen Zusammenkunft physisch aufhalten, tritt bei all diesen Beispielen in den Hintergrund. Entscheidend sei laut Zeh ein abgrenzbarer, gemeinsamer medialer Ort, an dem sich die Interaktion verdichtet – in Abhängigkeit von der verwendeten Technologie (Zeh: 24–25). Die genannte Facebook-Gruppe war ein solcher Ort. Auch hier stellen Fans aus der Distanz heraus über ein technisches Medium Nähe her (Koch, »Mediated«: 9). Die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme sind im virtuellen Raum überaus vielfältig: Live-Chat, Lost&Found-Rubriken und natürlich das gegenseitige Liken und Kommentieren der Beiträge führen zur Entstehung neuer Gemeinschaftsformen und -netzwerke (angelehnt an Bausinger: 39–40). Als soziales Netzwerk bietet eine Plattform wie Facebook für Musikfans zudem die Möglichkeit, sich spezifischere Informationen über das eigene Fanobjekt zu beschaffen und miteinander zu teilen. Im Gegensatz zu herkömmlichen musikrelevanten Angeboten wie Fachzeitschriften oder Radioprogrammen können hier Musikgenres im gemeinsamen und unmittelbaren Diskurs weitaus feingliedriger ausdifferenziert und durch eigene Inhalte wie Live-Mitschnitte oder selbstproduzierte Tracks bereichert werden (Anastasiadis: 333). Dabei weist der virtuelle Raum die Besonderheit auf, dass der Zugang über die Figur eines Avatars erfolgt. Die Kulturanthropologin Gertraud Koch unterscheidet deshalb in ihrem Aufsatz *Second Life* aus dem Jahr 2009 zwischen einer faktischen und einer virtuellen, nicht aber zwischen einer realen und fiktiven Welt. Virtuelle Festivals sind als Teil des Alltäglichen zu verstehen. Das Eintauchen in die virtuelle Welt bleibt jedoch immer technisch bedingt und an die Nutzer:innen gebunden (Koch, »Second Life«: 216–221).

Damit es im Rahmen eines virtuellen Festivals überhaupt zu Vergemeinschaftungen kommt, ist laut dem Medienanthropologen Christoph Bareither zunächst einmal die Nutzung einer gemeinsamen Sprache wichtig, etwa mittels in der Gruppe geläufiger Redewendungen, Emojis oder Memes, durch welche man sich der gegenseitigen Verbundenheit versichert. Dabei spielen Routinen eine Rolle, »Tätigkeiten also, die sich im Alltag regelmäßig wiederholen« (Bareither, »Internet-Emotionspraktiken«: 14). Was innerhalb einer virtuellen Gruppe repetitiv praktiziert wird, schafft Orientierung und regt zur Nachahmung an. Die routinierten Tätigkeiten gehen »aus bestimmten Gewohnheiten und historisch gewachsenen, kulturellen Wissensbeständen hervor. Zugleich sind sie immer in gegenwärtige soziale Aushandlungsprozesse eingebunden« (14). Bareither nimmt vor allem vergemeinschaftende Emotionspraktiken in den Blick (Bareither, »Wirk-Gefühle«: 38–40). Seine Ansätze beruhen auf den theoretischen Ausführungen von Monique Scheer aus dem Jahr 2013. Ihr zufolge fungieren Emotionen »vor allem als Kommunikations- und Tauschmedien in sozialen Beziehungen« (Scheer: 16). Wenn Fans einen virtuellen Raum ausgestalten und darin auf individueller wie kollektiver Ebene Zugehörigkeiten verhandeln, teilen sie emotionale Erfahrungen miteinander, deren einzelne Gefühle nicht immer trennscharf betrachtet werden können und die entscheidend zum Gruppenerlebnis »Festival« beitragen (Bareither, »Internet-Emotionspraktiken«: 17–18).

Das Roadburn Festival und seine Fans

Musikalisch verankert im Bereich Doom, Drone Metal, Black Metal sowie Stoner und vermehrt Experimental (Coggins: 314) wird das seit 1995 jährlich in den Niederlanden stattfindende *Roadburn Festival* auf der eigenen Webseite als »Europe's leading underground festival for heavy music of all types« beworben (»About us«). Damit lässt es sich in eine seit den 1990er Jahren rasant wachsende Zahl an Musikfestival-Neugründungen einordnen, die sich für jüngere Stilrichtungen wie Techno und Trance sowie feinere Subkategorien wie Viking Metal, Progressive Rock oder Alternative öffneten (Näumann/Probst-Effah: 17). Die Ursprünge gehen auf eine anfängliche Werbeaktion der beiden Niederländer Walter Hoeijmakers und Jurgen van den Brand zurück, die mit einem kleinen Live-Festival ihre Webseite *Roadburn.com* und die darauf präsentierten Bands vermarkteten. Seit 2005 findet das Festival in der Konzerthalle *Venue 013* mit einer wachsenden Zahl an Nebenschauplätzen in Tilburg statt (»Unspeakable Fire Flowing Through Art«). Als signifikante Merkmale werden in Interviews immer wieder eine betonte Nähe und flache Hierarchien zwischen den auftretenden Bands, der Leitung und den Fans sowie eine große Genre-Diversität hervorgehoben (Brown: 35). Nach Angaben des Organisationsteams zählte das Festival 2019 an die 4500 Besucher:innen pro Tag, wobei circa 75 Prozent aus dem inner- und außereuropäischen Ausland anreisten (»About us«). Für den vom 16. bis 19. April 2020 angesetzten Termin hatten bereits Bands wie *Torche*, *Red Sparowes*, *Brutus*, *Russian Circles* oder *Warhorse* ihre Zusage bestätigt (»Roadburn 2020«).

Die Fan-Gemeinschaft des *Roadburn Festivals* lässt sich nicht auf eine homogene Gruppe und ebenso wenig auf eine dominierende subkulturelle Zugehörigkeit eingrenzen – eine Eigenheit, die für Musikfestivals signifikant ist. So zeichnet sich das Musikfestival als populärkulturelles Phänomen durch eine große Varianz aus, was Alter, Geschlecht, soziale und ethnische Zugehörigkeit sowie persönliche Vorlieben und Haltungen der beteiligten Akteure betrifft (Näumann/Probst-Effah: 23–24). Die Events schaffen, »wenn auch zeitlich begrenzt, für die Besucher sowie die dort Tätigen eigene Lebenswelten« (24). Nicht unterschätzt werden sollte, »in welchem hohem Maße Fankultur sich heute über Kreativität und Imaginationskraft und aktive Partizipation konstituiert« (Trummer/Frizzoni: 11). Fans sind nicht nur passive Zuschauer:innen, sondern aktive Mitgestalter:innen mit Handlungsmacht.

Initiierung und Wachstum der Facebook-Gruppe

Als am 24. März 2020 das *Roadburn*-Organisationsteam den Covid-19-bedingten Ausfall des Festivals verkündete, herrschte zunächst sowohl seitens der Fans als auch des Organisationsteams Ernüchterung vor, da man angesichts der Pandemie mit einer langfristigen Schädigung der Branche rechnete (»it will be impossible for us to hold Roadburn in April as planned«). Die Facebook-Gruppe *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* wurde in Reaktion auf die Absage knapp drei Wochen später, am 16. April 2020, durch den Haarlemer Peter Huibers ins Leben gerufen. Anfänglich für einen überschaubaren Kreis aus Freund:innen und Bekannten angelegt, entwickelte die Gruppe schnell eine expansive Eigendynamik. Huibers erinnert sich:

When I saw that some frequent Roadburn visitors [...] were already pretending to pack their bags and stuff like that ... I thought it would be funny to have a group of people (mostly people I know) that could pretend with each other. So I started the group, expecting no more than 20 people ... I really didn't know in advance it would blow up like it did. (Interviewauszug, geführt am 14. Okt. 2020)

Von Beginn an dabei war auch Jeriël van der Land, der laut eigener Aussage seit 2011 kein einziges *Roadburn* verpasst hatte und die Gruppe aktiv über verschiedene Kanäle bewarb:

Peter made the group on Facebook, invited me and a couple of friends, I invited a lot more, posted some of the the first few messages and movies and then things took off like a rocket. (Interviewauszug, geführt am 22. Okt. 2020)

Die ersten 100 Beiträge spielen mit Blick auf das Gruppenwachstum eine Schlüsselrolle, da sie durch das wiederholte Posten ähnlicher Inhalte die Ausrichtung vorgaben. Geteilt wurden Programmpläne mit markierten Highlights, vergangene Liveauftritte in Foto- und Videoform, humoristische Statements über geläufige Festivalsituationen, Erinnerungsfotos vom Festivalgelände und den Fans sowie Begegnungen mit Bands. Die Kommunikation erfolgte überwiegend in englischer, teils auch niederländischer Sprache. Einen Popularitätsschub erhielt die Gruppe ab dem 63. Post, wo mit Walter Hoesjmakers die künstlerische Leitung des Festivals in Erscheinung trat. Huibers erläutert rückblickend, wie es dazu kam:

I think it's mostly because specific festivals like Roadburn [...] have a very steady fanbase, so after a few years everyone knows everyone. Which makes it easier to invite people to a group. [...] the friends I know already knew the organizer personally I think, so it was a small step to invite him too, but when I saw it I made him moderator immediately. (Interviewauszug, geführt am 14. Okt. 2020)

Tatsächlich wurde die Gruppe seitens der Festivalleitung von nun an ebenfalls aktiv promotet und über die offizielle Facebook-Seite und Festivalhomepage verlinkt. Durch die breitere Außenwirkung überschritt die Mitgliederzahl in direkter Folge laut Huibers vier Stunden nach der Gründung die 500er-Marke. Die Leitung begann damit, eigene Angebote für die Fans einzubinden, etwa das *Roadburn Radio* aus Tilburg oder gestreamte Live-Acts. Einen für ihn besonderen Moment beschreibt van der Land in der Rückschau:

[...] there was the magical moment when I talked to Walter about this Weirdo Canyon Dispatch (the Roadburn daily newspaper) which I started on making and he instantly offered to make some calls to the people who normally work on it. An hour or so later he called me back with the news that they were more than willing to help put it together, so we started working on it and in the end we made one for every day of pretend-Roadburn. That was so cool. (Interviewauszug, geführt am 22. Okt. 2020)

Am geschilderten Verlauf wird deutlich, dass Huibers und van der Land nicht nur als Initiatoren der Gruppe auftraten, sondern gemeinsam mit der später dazustoßenden Festivalleitung aktiv Einfluss auf die Inhalte ausübten. Erst dadurch erfuhr der virtuelle

Raum seine allmähliche Ausgestaltung zu einem (virtuellen) Festival. Entscheidend waren Angebote mit Ereignischarakter, ein fester Ablauf sowie die Anknüpfung an vorherige *Roadburn Festivals* (Küchle: 42). Durch die Partizipation von Hoeijmakers erhielt das Festival zudem einen offiziellen Charakter. Der US-amerikanische Medienwissenschaftler Henry Jenkins erkennt in dieser Wechselseitigkeit eine grundsätzliche Eigenschaft des Fan-Seins: »This ability to transform personal reaction into social interaction, spectator culture into participatory culture, is one of the central characteristics of fandom« (473). Dabei tritt folgender Effekt ein: »Aus der Fan-Beziehung eines einzelnen Akteurs erwächst soziale Interaktion, aus isolierten Zuschauern werden Partizipanten, aus Fans Aktivisten, die Einfluss nehmen« (Trummer/Frizzoni: 12). Rückblickend wird das Gruppenwachstum in der Form eines sprichwörtlichen Funkens beschrieben, der ein Feuer entfachte. So entstand im Verlauf des virtuellen Festivals das verbindende Gefühl, Teil einer Bewegung zu sein. Eine gegenseitige Vergewisserung der Teilhabe beförderte auch das wiederholte Posten der aktuellen Mitgliederzahl (Bareither, »Wir-Gefühle«: 41). Am Vormittag des 17. April 2020 schrieb Huibers etwa mit sichtlicher Überraschung: »800 Roadburners! This is amazing :-D Welcome and have fun!« Van der Land erzählt:

It was INSANE. We could never have believed it to take such a flight. 500 was unbelievable. 1000 was unreal! 1500 was unexpected, as that actually happened at the end of the last day of pretend-Roadburn, or maybe even the day after. (Interviewauszug, geführt am 22. Okt. 2020)

Die Zahlen bildeten eine eigene Art der Argumentation, insbesondere ab dem Zeitpunkt, wo sie unerwartete Dimensionen erreichten. Ihre Betonung diente als Motivation, die Gruppe durch aktives Bewerben weiter zu vergrößern, bis das virtuelle Festival am Ende über 1500 Teilnehmer:innen zählte (Wienker-Piepho: 41–42).

Pretending to be – Tätigkeitsroutinen

Namensgebend für die Gruppe war die überwiegende Anzahl an Beiträgen, welche auf humoristische Weise mit der Illusion spielten, sich faktisch auf dem Festivalgelände zu bewegen. Diese reichten von der geschilderten Anreise (»Guys, my plane is delayed I will arrive late after the check-in at the hotel.«), der Festivalhygiene (»3 hours of sleep, but: no line at the showers!«), dem Aufladen des Handys (»Where can i charge my phone? 3 %«), über die Verpflegung auf dem Gelände (»Late night snack from the Seitan Chefs«) bis hin zur vergeblichen Suche nach der Bühne (»I can't find any of the stages where I'm supposed to be«). Eine zeitliche und räumliche Strukturierung gelang einerseits durch die parallele terminliche Ausrichtung und andererseits durch das wiederholte Posten von Festivalprogramm und Wetterbericht. Das schuf eine zusätzliche Rahmung, an der sich die Teilnehmer:innen über die genannten Tage hinweg in Echtzeit orientierten (»Health in 10 minutes! I'm ready!«). Beobachten ließen sich auch Hilfsgesuche oder Solidaritätssappelle (»Come on guys, if you're that tall please back off a bit, I can't see a thing!«). Als ausführlicheres Beispiel sei an dieser Stelle ein Beitrag vom 17. April herausgegriffen, in

welchem das Gruppenmitglied Ruben F. die anderen ermahnte, keine leeren Bierbecher auf den Boden zu werfen.

Abb. 1: »Can you please NOT throw your empty beercups on the floor?«



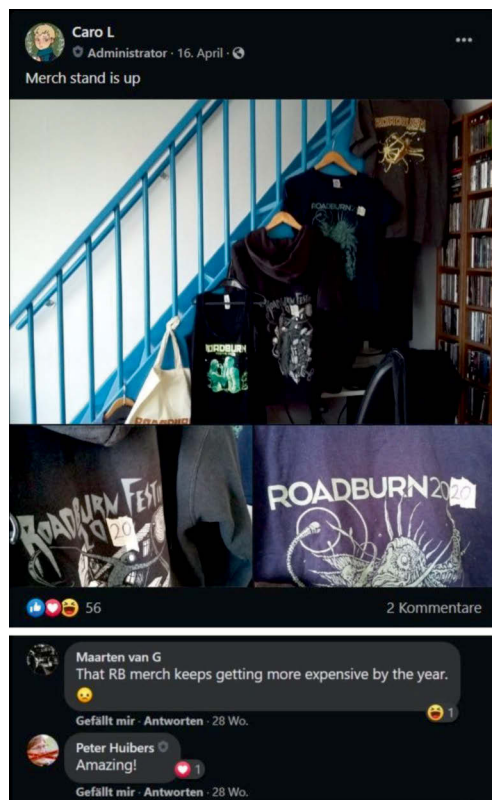
Während der erste Kommentar mit geteilter Wut seine Solidarität zum Ausdruck brachte, ahmte der zweite lautsprachlich das Knirschen des Bechers unter den Füßen nach (»*:crunch: sssssorry«). Eine Eigenrecherche brachte zum Vorschein, dass es in den vergangenen Jahren Diskussionen rund um den Mehrwegbecher-Verbrauch auf dem *Roadburn Festival* gegeben hatte. Die Kritik bestand unter anderem darin, dass die Splitter der weggeworfenen Plastikbecher auf dem Boden störende Geräusche verursachten, die das Erleben der Live-Acts beeinträchtigten (»Roadburn Side Programme announced«/»Roadburners«). Die Gruppenmitglieder signalisierten eine gemeinsame Wissensbasis und damit Kennerschaft, indem auf vergangene Diskussionen und Konflikte der Vorjahre angespielt wurde, ohne dass diese einer näheren Erläuterung bedurften (Hügel: 27).

Häufig wurde der Alkoholkonsum zum Gegenstand humoristischer Anspielungen. Immer wieder posteten Gruppenmitglieder, dass sie gerade für alkoholische Getränke gesorgt hatten (»All the beer tanks are refilled! Ready for day 2«), diese aktiv konsumierten oder bereits betrunken waren (»I haven't puked yet«). Teils fanden lautsprachliche Parodien statt (»Guuyz im dr7nk as h3ll, see you tommorrrw«). Auffällig bleibt: Egal ob es sich um einen Moment der Genervtheit oder Ekstase handelte – erlaubt war, was sich unter den Gruppenmitgliedern als gemeinschaftsstiftend erwies. Immerhin gehört eine gewisse Leidensfähigkeit sogar untrennbar zum Fan-Sein dazu (Hügel: 28), solange das Maß nicht überstrapaziert und damit das gemeinsame Erleben empfindlich beeinträchtigt wird. Schnell zeichnete sich ab, dass es auch im Fall des virtuellen *Roadburn Festivals* unerwünschte Themen gab. So fanden etwa explizit kritische Kommentare über negative Erfahrungen der Vorjahre oder die im Rahmen der Pandemie getroffenen Maßnah-

men innerhalb der Gruppe keinen sichtbaren Niederschlag. Stattdessen kam es zu einer Auslagerung konfliktbehafteter Diskussionen in parallel existierende Facebook-Gruppen wie die *Roadburners* mit über 6200 Mitgliedern, in welcher ein Großteil der virtuellen Festivalbesucher:innen ebenfalls aktiv war (»Roadburners«). *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* bildete hingegen über den gesamten Veranstaltungszeitraum hinweg einen sicheren Ort, in dem die Bezugnahmen auf die vergangenen Festivals selektiv und fast ausschließlich positiv besetzt blieben, was nicht unerheblich zur Gruppenattraktivität beitrug.

Viel Zustimmung erreichten jene Beiträge, die ein hohes Maß an Eigeninitiative erkennen ließen. Die Userin Caro L. stellte zum Beispiel am 16. August bei sich zu Hause mit ihrer Festivalkleidung der Vorjahre einen Merchandise-Stand nach und überklebte dabei das einstige Datum mit einer neuen Zahl. Unter dem Beitrag antwortete ein anderes Mitglied mit vorgegebener Enttäuschung: »That RB merch keeps getting more expensive by the year. :(«

Abb. 2 u. 3: »Merch stand is up«

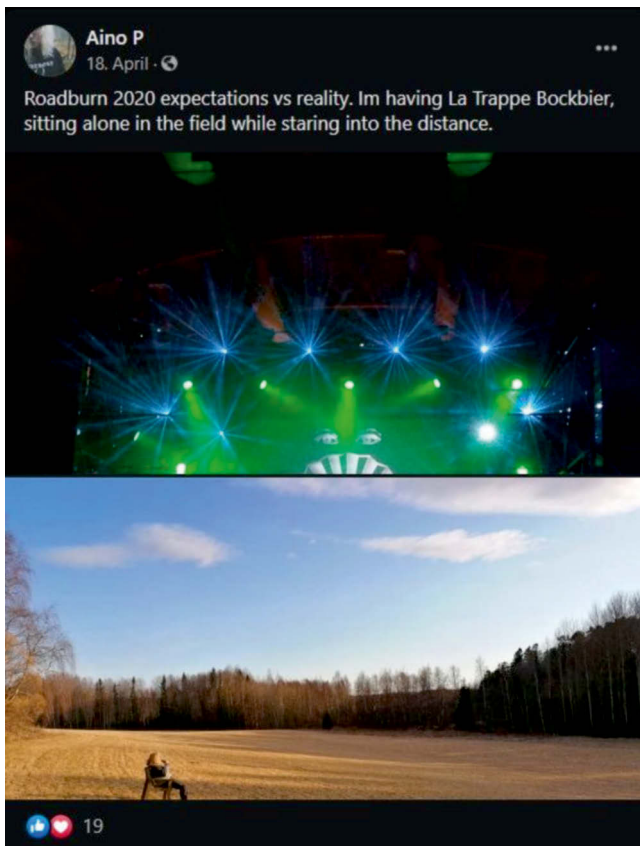


Dinge des Alltags wurden folglich umgedeutet, um den virtuellen Raum auszugestalten und weitere Handlungen anzuregen. Koch resümiert die Intensität solcher virtueller Referenzierungen auf das faktische Leben: »Sie stellen teils sehr konkrete, detaillierte

Verbindung zwischen virtueller und faktischer Welt her, erzeugen damit nicht nur Präsenz, sondern vervielfältigen diese auch« (Koch, »Second Life«: 230). Im weiteren Verlauf posteten andere Gruppenmitglieder ihre einst auf dem *Roadburn Festival* erstandenen Vinyls, CDs, Festivalbänder und T-Shirts. Jedes dieser Objekte diente folglich als »Zeuge der vergangenen Anwesenheit, Index des Erlebens, Erinnerung an Präsenz« (Huck: 68). Das präsentierte Merchandising wurde zum Zeichen der Zugehörigkeit, aber gleichzeitig auch Beweisstück der Kennerschaft und früheren Teilhabe.

Expectations vs. Reality – Brüche in der virtuellen Welt

Abb. 4: »Roadburn 2020 expectations vs reality«



Innerhalb der Gruppe gab es auch Beiträge, die bewusst mit der virtuellen Umgebung brachen, indem sie darauf anspielten, dass man sich eigentlich zu Hause befunden hatte. Als Beispiel sei ein Post von Aino P. am 18. April angeführt, der zwei entgegengesetzte Fotografien präsentierte: die Lichttechnik einer Großbühne versus eine einsam in die Ferne blickende Person an einem Feldrand. Übertitelt wurde das damit entstehen-

de Meme mit den Worten: »Roadburn 2020 expectations vs reality. Im having La Trappe Bockbier, sitting alone in the field while staring into the distance.«

Auf ironische Weise schrieb an anderer Stelle das Gruppenmitglied Mara G. in einem Post vom 17. April: »I think I took a wrong turn on my way back to the campsite because I just woke up in my apartment«. Einige Beiträge stellten auch einen direkten Bezug zu Covid-19 her. So hinterließ etwa der Teilnehmer Antonio H am 18. April folgende Zeilen:

So here I am at Roadburn enjoying myself, but somehow I keep getting this crazy idea in the back of my head that actually I'm at home and Roadburn has been cancelled because of a global virus outbreak. Yeah right! Damn, I need to quit smoking this Dutch cannabis.

Gerade wo Immersionsbrüche erfolgten und Kommentare bewusst mit der Vorstellung brachen, sich faktisch auf einem Festivalgelände zu befinden, benötigte es den Witz, der die betreffenden Personen vor dem Verdacht schützte, das Spiel zu verderben und damit das emotionale Erleben aller zu beeinträchtigen. Über Humor gelang es, Unaussprechliches sichtbar zu machen, indem es in eine akzeptable Form gebracht wurde (Oring: 282). Selbstironisch verwiesen die Teilnehmer:innen deshalb auf einen die Sinne beeinträchtigenden Drogenkonsum oder auf die eigene Einsamkeit, die im Kontrast zur nochmals positiv bestätigten Gemeinschaft mit den anderen stand. Gefühle wurden dabei sichtbar reguliert und wieder in eine erwünschte Richtung gelenkt (Bareither, »Wir-Gefühle«: 41).

Loads of love to all the Roadburn family – Gemeinschaft in einer Zeit der Krise

Mit der sich vervielfältigenden sozialen Teilhabe entstand innerhalb der Facebook-Gruppe ein kollektives Gemeinschaftsgefühl, das den Beteiligten Zugehörigkeit und Zusammenhalt vermittelte und ein gemeinsames emotionales Erleben ermöglichte. Die Gruppe stiftete Identität, welche auch in Selbstbezeichnungen wie »The Roadburners« oder den Liebesbekundungen zur »Roadburn Family« sprachlich geäußert und sichtbar wurde. Die meisten Posts waren genau an diese Gemeinschaft gerichtet (»Good morning rb family«/»Loads of love to all the Roadburn family, known or unknown«). Besonders das Betonen der eigenen Liebe zu den anderen Fans erfuhr weitreichende Zustimmung (»First of all, I love you all.«/»Did I ever tell you guys how much I love the internet?! I LOVE the internet!! You're all amazing. Thank you for this «). Geantwortet wurde zum Beispiel mit Danksagungen, Herz-Emojis, Memes tanzender, klatschender und jubelnder Personen. Einige Mitglieder verwiesen sogar darauf, dass ihnen die Gruppe ein Gefühl von »Zuhause« vermittelte (»It feels like I'm coming home!«) oder eine Unterstützung während der Pandemie böte (»This group was (is?) the best thing coming out of the corona crisis. Thank you all!«). Mit einer umfangreichen Danksagung wandte sich auch Hoiymakers am 20. April an die Fans:

Becky and I, our dedicated staff, and countless others involved with Roadburn are extremely overwhelmed by sense of community shown over the last few days – the Pre-

tend Roadburn group has even been a huge lifesaver in the middle of some of the most uncertain times since WWII. Paralyzed by the global pandemic, and the loss of the actual festival, we didn't even know what to do with ourselves – like all of you, we were heartbroken and stuck at home, worrying about the new normal, about our daily life, and the things and people we love all so much. [...] we simply couldn't believe the outpouring of love online [...]. (»Pretend Roadburn 2020«)

Generell verkörperte Hoeijmakers für die Fan-Gemeinschaft das zentrale Gesicht der Festivalleitung. Ausschließlich Walter genannt und innerhalb der Gruppe vielfach verlinkt und mit Danksagungen bedacht, stand er sinnbildlich für das gesamte *Roadburn*-Organisationsteam. Die Fan-Gemeinschaft ging sichtbar eine Beziehung mit dem Fandom und den Personen ein, die es repräsentieren. Die Fans begleiteten das Fandom und wussten sich umgekehrt begleitet, was sich in der wechselseitigen Verehrung zeigte (Hügel: 30–32, 35). Bareither ordnet solche Gefühlsäußerungen wie folgt ein: »Fans jubeln gemeinsam, wodurch sie nicht nur ihre Freude teilen, sondern sie machen im Jubel auch sichtbar, dass sie auf ähnliche Art und Weise fühlen, wobei diese Ähnlichkeit des Fühlens eine verbindende Kraft entfaltet« (Bareither, »Wir-Gefühle«: 43). Die gemeinsame Interaktion in der Gruppe schenkte den beteiligten Akteur:innen Freude und Entlastung (Wienker-Piepho: 46). Dabei gab es einen »Spielraum für kreative Handlungen und von der jeweiligen ›Normalität‹ abweichende Praktiken« (Küchle: 56), obgleich kritischere Diskussionen bewusst ausgelagert wurden. Nicht außer Acht gelassen werden sollte außerdem, dass die Partizipation der Festivalleitung auch aus ökonomischen Beweggründen erfolgte. Die öffentlichkeitswirksame Betonung des Gemeinsinns schuf Identifikation und eine positive Repräsentation als Marke. Dazu gehörte auch die mit zahlreichen Überhöhungen angereicherte, wiederholte Betonung des Besonderen und Außergewöhnlichen (Gyr: 247).

Dass *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* innerhalb von vier Tagen einen solchen Zulauf erfahren hatte, erklärt sich nicht nur durch die Bezüge des virtuellen Festivals zum eigentlichen Veranstaltungsvorbild. Die Popularität muss auch in den Kontext der krisenhaften Erfahrung angesichts der Covid-19-Pandemie gesetzt werden. Kein anderes Thema war im April 2020 so omnipräsent und wirkte derlei umfassend in alle Bereiche des alltäglichen Lebens hinein. Die Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Doris Bachmann-Medick beschreibt den Einfluss des Virus mit den Worten: »The crisis has radically limited our communications, our free movement, the possibility of travel, our scope for individual decision making« (79). Gerade gegen Ende des virtuellen Festivals wurden vermehrt Gefühle der Verunsicherung sichtbar. Einigen Teilnehmer:innen bereitete der Blick auf die nächsten Wochen nach dem Festival Sorge. Bemerkenswert ist in diesem Kontext ein mit 164 Likes versehener Kommentar der langjährigen Festivalbesucherin Esther de R., die sich am 19. April an die Gruppe richtete:

Tomorrow it's back to (the new) normal life. But what is my normal life? Besides my day job at a local government, Roadburn is a very big part of my normal life for the last 22 years. Roadburn isn't just a four day festival. Roadburn is a community. I witness how Walter puts so much love, time but also frustration in Roadburn: 24/7/365. Roadburn is a hobby that turned into a labor of love and into a way of life.

An diesem Beispiel wird nochmals deutlich, dass die Bindung der Fans an das Festival nicht nur wenige Tage angedauert hatte, sondern im Alltag fortwirkte. Esthers Worte zeigen, wie das Festival einen sicheren Ort bildet, der zeitweilig vom »Alltagstrott« isolierte (Näumann/Probst-Effah: 24). Dabei kam es zum Neu- oder Wiederentdecken einer Gruppe, welcher man sich zugehörig fühlte (Jenkins: 473–474). *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020* kann in diesem Sinne auch als Solidargemeinschaft in einer krisenhaften Zeit gedeutet werden. Sichtbar wurde im Frühjahr 2020 nach Aussage der Historikerin Ute Frevert zum Beispiel ein übergreifendes Gefühl des Zusammenhalts mit einer zeitweiligen, in großen Teilen der Bevölkerung sichtbaren solidarischen Gestimmtheit (13–14).

Das Bedürfnis nach Nähe und Austausch verstärkte sich auch durch die Gebote des Social Distancings. Gabriele Klein und Katharina Liebsch sprechen dabei in ihrem Aufsatz *Herden unter Kontrolle* aus soziologischer Perspektive von einem »Rückzug aller individuellen Körper aus dem öffentlichen Raum« (58) und einem verlangten Bruch mit Tätigkeitsroutinen, der insbesondere den Bereich des Vergnügens betraf (58–62). Die Facebook-Gruppe schuf einen virtuellen Treffpunkt, in dem das Bedürfnis nach Gemeinschaft und Unterhaltung angesichts der verordneten räumlichen Distanz vorübergehende Linderung fand. Die geteilten Fotos, Anekdoten und Gegenstände aus den Vorjahren des Festivals weckten Erinnerungen an eine Zeit vor der Pandemie. Tätigkeitsroutinen des alltäglichen Miteinanders wurden in eine virtuelle Form übertragen, die trotz der Krise soziale Akzeptanz fand. Dazu gehörte letztlich auch das Beschwören einer Treue, die über das virtuelle Festival hinausreichte. So richtete die Userin Niek N. bereits am zweiten Tag unter breiter Zustimmung ihre Bitte an die Community: »Can we keep this group during Roadburn 2021 as some sort of alternate timeline?«

Literatur

- Anastasiadis, Mario: »Like – Comment – Share. Eine virtuell-ethnographische Annäherung an Popmusik-Fan-Aktivitäten in Facebook«, in: Markus S. Kleiner/Michael Rappe (Hg.): *Methoden der Populärkulturforschung. Interdisziplinäre Perspektiven auf Film, Fernsehen, Musik, Internet und Computerspiele*, LIT-Verlag, 2012, S. 333–359.
- Bachmann-Medick, Doris: »The Humanities – Marginalized after Corona?«, in: Manuela Gerlof/Rabea Rittgerodt (Hg.): *13 Perspectives on the pandemic. Thinking in a state of exception*, de Gruyter, 2020, S. 77–83.
- Bareither, Christoph: »Internet-Emotionspraktiken: Theoretische und methodische Zugänge«, in: Burkhard Lauterbach (Hg.): *Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur Europäischen Ethnologie*, Jg. 4, Königshausen & Neumann, 2017, S. 11–35.
- Bareither, Christoph: »Wir-Gefühle: Vergemeinschaftende Emotionspraktiken in Populärkulturen«, in: *Bricolage*, Bd. 10, 2019, S. 37–50.
- Bausinger, Hermann: *Volkskultur in der technischen Welt (= Reihe Campus 1008)*. Neuausg. Campus, 1986.
- Brown, Louise: »Beyond Sight and Sound«, in: *TONEAudio Magazine*, Heft 37, Mai 2011, S. 23–39.

- Coggins, Owen: »Transforming Detail into Myth. Indescribable Experience and Mystical Discourse in Drone Metal«, in: Andy R. Brown et al. (Hg.): *Global Metal Music and Culture. Current Directions in Metal Studies*, Routledge, 2016, S. 311–329.
- Frevert, Ute: »Corona-Gefühle«, in: Bernd Kortmann/Günther G. Schulze (Hg.): *Jenseits von Corona. Unsere Welt nach der Pandemie – Perspektiven aus der Wissenschaft*, transcript, 2020, S. 13–20.
- Gyr, Ueli: »Festivalisierung und Eventisierung als urbane Identitätsleistungen«, in: Beate Binder et al. (Hg.): *Ort. Arbeit. Körper. Ethnografie Europäischer Modernen*. 34. Kongress der Deutschen Volkskunde, Berlin 2003 (= *Museum Europäischer Kulturen* 3). Waxmann, 2005, S. 243–249.
- Huck, Christian: »Festivalbändchen«, in: *Pop. Kultur & Kritik*, Jg. 2, Heft 2, März 2013, S. 63–68.
- Hügel, Hans-Otto: »»Was heißt schon Fan?«. Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren«, in: Manuel Trummer/Brigitte Frizzoni (Hg.): *Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der Europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung* (= *Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung* 3), Königshausen & Neumann, 2016, S. 19–42.
- Jenkins, Henry: »Star Trek Rerun, Reread, Rewritten. Fan Writing as Textual Poaching«, in: Horace Newcomb (Hg.): *Television. The Critical View*, Oxford University Press, 2000, S. 470–494.
- Klein, Gabriele/Liebsch, Katharina: »Herden unter Kontrolle. Körper in Corona-Zeiten«, in: Michael Volkmer/Karin Werner (Hg.): *Die Corona-Gesellschaft. Analysen zur Lage und Perspektiven für die Zukunft*, transcript, 2020, S. 57–64.
- Koch, Gertraud: »Mediated: Raumerfahrungen im digitalen Zeitalter«, in: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, Bd. 109, Heft 1, 2013, S. 4–16.
- Koch, Gertraud: »Second Life – ein zweites Leben?. Alltag und Alltäglichkeit einer virtuellen Welt«, in: *Zeitschrift für Volkskunde*, Jg. 105, 2009, S. 215–232.
- Küchle, Tanja Alexandra: *Erlebnisraum Festival. Ethnografische Erkundungen auf dem Southside Festival in Neuhausen ob Eck* (= *Studien & Materialien* 40). TVV, 2010.
- Näumann, Klaus/Probst-Effah, Gisela: »»All the world's a festival«: Über die Welt der Musik-Festivals und Musik-Festivals der Welt«, in: dies. (Hg.): *Festivals populärer Musik. Tagungsbericht Köln 2010 der Kommission zur Erforschung musikalischer Volkskulturen in der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde e.V.* (= *Musik/Kontexte/ Perspektiven* 2), Allitera, 2012, S. 13–37.
- Oring, Elliott: »Jokes and the Discourse on Disaster«, in: *The Journal of American Folklore*, Jg. 100, Heft 397, 1987, S. 276–286.
- Scheer, Monique: »Emotionspraktiken: Wie man über das Tun an die Gefühle herankommt«, in: Matthias Beitel/Ingo Schneider (Hg.): *Emotional Turn?!. Europäisch ethnologische Zugänge zu Gefühlen & Gefühlswelten. Beiträge der 27. Österreichischen Volkskundetagung in Dornbirn vom 29. Mai – 1. Juni 2013*, Selbstverlag des Vereins für Volkskunde, 2016, S. 15–36.
- Trummer, Manuel/Frizzoni, Brigitte: »Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung«, in: dies. (Hg.): *Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der Europäischen Ethnologie zur Fankultur-*

forschung (= Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Bd. 3), Königshausen & Neumann, 2016, S. 7–17.

Wienker-Piepho, Sabine: »Festivalitis – Festivalisierung als Kulturphänomen«, in: Klaus Näumann/Gisela Probst-Effah (Hg.): *Festivals populärer Musik. Tagungsbericht Köln 2010 der Kommission zur Erforschung musikalischer Volkskulturen in der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde e.V.* (= Musik/Kontexte/Perspektiven 2), Allitera, 2012, S. 38–49.

Zeh, Miriam: »Online-Events. Skneipe, Houseparty, Yotribe und ›Fortnite‹-Konzerte«, in: *Pop. Kultur & Kritik*, Jg. 9, Heft 2, Okt. 2020, S. 21–27.

Sonstige Quellen

»About us«. Roadburn.com. <https://roadburn.com/about-us/>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020«. Erstellt von Peter Huibers. Facebook Groups, 16. Apr. 2020. <https://www.facebook.com/groups/636288006951211>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»It will be impossible for us to hold Roadburn in April as planned«. Beitrag von Walter Hoeijmakers und Rebecca Lavery. Roadburn.com, News, 24. März 2020. <https://roadburn.com/roadburn-2020-postponed-to-2021/>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»Pretend Roadburn 2020: Thank you all so much!« Beitrag von Walter Hoeijmakers und Rebecca Lavery. Roadburn.com, News, 20. Apr. 2020. <https://roadburn.com/pretend-roadburn-2020-thank-you-all-so-much/>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»Roadburn 2020: Torche, Russian Circles, Brutus u.a. angekündigt«. Beitrag von Alexandra Michels. Rockhard.de, News, 23. Sept. 2019. https://rockhard.de/artikel/roadburn-2020-torche-russian-circles-brutus-u.a.-angekuendigt_474977.html. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»Roadburn Side Programme announced & new venue & reusable cups!«. Beitrag von Rebecca Lavery. Roadburn.com, News, 25. März 2019. <https://roadburn.com/roadburn-side-programme-announced-new-venue-reusable-cups/>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»Roadburners«. Erstellt von Walter Hoeijmakers. Facebook Groups, 4. Aug. 2017. <https://www.facebook.com/groups/Roadburners>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

»Unspeakable Fire Flowing Through Art«. Interview zwischen Bob Gendron und Walter Hoeijmakers. Tonepublications.com, Interviews, Apr. 2011. <https://www.tonepublications.com/interviews/bob-gendron-interviews-the-man-in-charge-of-the-roadburn-festival-unspeakable-fire-flowing-through-art/>. Zugriff: 25. Okt. 2020.

Interview mit Peter Huibers. Gründungsmitglied der Facebook-Gruppe *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020*. Schriftlich geführt am 14. Okt. 2020. Einverständniserklärung vorliegend.

Interview mit Jeriel van der Land. Gründungsmitglied der Facebook-Gruppe *A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020*. Schriftlich geführt am 22. Okt. 2020. Einverständniserklärung vorliegend.

Abbildungen

- Abb. 1: »Can you please NOT throw your empty beercups on the floor?« Beitrag von Ruben R. [anonym] vom 17. April 2020. »A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020«. Erstellt von Peter Huibers. Facebook Groups, 16. Apr. 2020. <https://www.facebook.com/groups/636288006951211>. Zugriff: 25. Okt. 2020.
- Abb. 2 u. 3: »Merch stand is up«. Beitrag von Caro L. [anonym.] vom 16. April 2020. »A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020«. Erstellt von Peter Huibers. Facebook Groups, 16. Apr. 2020. <https://www.facebook.com/groups/636288006951211>. Zugriff: 25. Okt. 2020.
- Abb. 4: »Roadburn 2020 expectations vs reality«. Beitrag von Aino P [anonym.] vom 18. April 2020. »A group where everyone is pretending to be at Roadburn 2020«. Erstellt von Peter Huibers. Facebook Groups, 16. Apr. 2020. <https://www.facebook.com/groups/636288006951211>. Zugriff: 25. Okt. 2020.