

## 4. Codebuch

Hier wurde ein Kategoriensystem erstellt, das dazu dient, Merkmale aus Bild- und Texteinheiten zu identifizieren. Die Ausprägungen können den festgelegten Kategorien, mithilfe der Zahlenwerte, zugeordnet werden.

### 4.1 Allgemeine Erläuterungen

Durch eine systematische und quantitative Inhaltsanalyse werden die Instagram-Auftritte der Streaming-Dienste Netflix und Prime Video miteinander verglichen.

Dabei werden die beiden deutschsprachigen Accounts der Unternehmen untersucht:

Netflix: <https://www.instagram.com/netflixde/>

Prime Video: <https://www.instagram.com/primevideode/>

Die zugrundeliegende Forschungsfrage der Analyse lautet:

**Wie positionieren sich die Streaming Dienste Prime Video und Netflix Deutschland auf der Social Media Plattform Instagram?**

Folgende Hypothesen werden für diese Inhaltsanalyse aufgestellt:

- 1. Wenn der Post humorvolle Darstellungen in Form von Videos, Text oder Bildern enthält, steigt die Anzahl der Likes.**

Abhängige Variable: Anzahl der Likes

Unabhängige Variable: Humorvolle Darstellung

- 2. Je größer die Reichweite des Accounts, desto höher die Anzahl an negativen Kommentaren.**

Abhängige Variable: Negative Kommentare

Unabhängige Variable: Reichweite des Accounts

- 3. Wenn ein Posting angemessene sexuelle Anspielungen enthält, dann bekommt dieser mehr Likes.**

Abhängige Variable: Anzahl der Likes

Unabhängige Variable: Angemessene sexuelle Darstellung

- 4. Wenn eine Bildunterschrift viele Hashtags enthält, bekommt das Bild mehr Likes.**

Abhängige Variable: Anzahl der Likes

Unabhängige Variable: Anzahl der Hashtags

- 5. Wenn ein Unternehmen einen Post veröffentlicht, dann enthält dieser Eigenwerbung.**

Abhängige Variable: Eigenwerbung

Unabhängige Variable: Post

- 6. Wenn das Unternehmen ein Post veröffentlicht, dann sind meistens männliche Personen darauf abgebildet.**

Abhängige Variable: männliche Person

Unabhängige Variable: Post

## **7. Wenn Bilder Aussagen über den klassischen Streaming-Nutzer enthalten, dann steigt die Anzahl der Kommentare und Likes.**

Abhängige Variable: Anzahl Kommentare und Likes steigt

Unabhängige Variable: Streaming-Nutzer Aussagen

### **4.1.1 Stichprobe**

Für die Inhaltsanalyse werden alle veröffentlichten Bilder und Videos der Streamingdienste Netflix und Prime Video im Zeitraum vom 02. März 2019 bis zum 02. April 2018 betrachtet und ausgewertet. Wenn Kommentare betrachtet werden, dann werden nur die jeweils ersten 5 Kommentare zur Analyse herangezogen.

### **4.2 Datenerhebung**

Es wird für den oben definierten Zeitraum eine Vollerhebung durchgeführt. Dabei werden alle veröffentlichten Bilder und Videos codiert. Die Datenerhebung erfolgt über einen Computer und die Internetseite von Instagram. Von den Bildern wird jeweils ein Screenshot erstellt, auf denen ebenso die Kommentare zu sehen sind. Jeder Screenshot wird nach dem Schema ID\_Account\_Datum abgespeichert. Nachdem alle Bilder erfasst wurden, kann mit dem Codieren begonnen werden.

### **4.3 Aufbau des Codebuchs**

Die Inhaltsanalyse ist über vier verschiedene Ebene aufgebaut: Formalen Kriterien, semantische Ebene, syntaktische Ebene und pragmatische Ebene.

### **4.4 Vorgehen bei der Codierung**

Zunächst werden von allen Bildern Screenshots gespeichert, die im Anschluss codiert werden. Dabei wird jedes Bild in Google Chrome geöffnet und für jede Variable codiert. Die Daten werden dann mit Hilfe von SPSS und Excel in aussagekräftige Diagramme umgewandelt. Codiereinheit bei Instagram ist ein Post mit seinen Kommentaren.

## **5. Kategorien**

Merkmale von Inhalten werden Kategorie genannt. Eine Kategorie ist ein Symbol, das durch jedes Element eine spezifischen Menge von Merkmalsausprägungen ersetzt werden kann. Auch das Vorhandensein oder Nichtvorhandensein einer Eigenschaft wird als Kategorie bezeichnet. Im Folgenden werden die zugrundeliegenden formalen Kategorien, sowie die syntaktische und die semantische Ebene differenziert.

### **5.1 Formale Kategorien**

In diesem Abschnitt werden die formalen Kategorien, nach welchen die Inhalte der Instagram-Auftritte der Unternehmen Netflix Deutschland und Prime Video Deutschland analysiert werden sollen festgelegt.

#### **5.1.1 Codierer**

Die Codierer werden in der Inhaltsanalyse durch ihre jeweilige ID gekennzeichnet.

#### **5.1.2 Veröffentlichungs- und Codierdatum**

Das Veröffentlichungs- sowie das Codierdatum werden jeweils nach dem Schema „tt.mm.jj“ abgespeichert.

### 5.1.3 Account

Da zwei unterschiedliche Wettbewerber und deren Accounts miteinander verglichen werden, muss für jeden dieser Unternehmen ein Code definiert werden, der während der gesamten Codierung anzugeben ist. Wir codieren die Unternehmen wie folgt:

1: Netflix Deutschland 2: Prime Video.

## 5.2 Syntaktische Ebene

Die syntaktische Ebene betrifft die “Beziehung der Zeichen zueinander”, kurz den Aufbau des zu untersuchenden Materials. In diesem Fall werden die Beiträge auf formale Aspekte und Elemente wie Bildunterschrift, Komposition oder Farbe untersucht. Genannte syntaktische Elemente lassen sich unabhängig von ihrer pragmatischen oder semantischen Bedeutung analysieren.

### 5.2.1 Art

Bei dem Posting handelt es sich entweder um ein Bild/Bildserie oder ein Video/Videoserie. Ein Posting kann sowohl ein Bild als auch ein Video enthalten. Ein Video kann 3 bis 60 Sekunden lang sein.

#### 1. Bild

Der Post enthält ein einziges Bild.

#### 2. Bildserie

Der Post besteht aus einer Serie an Bildern.

#### 3. Video

Der Post enthält ein Video.

#### 4. Videoserie

Der Post enthält eine Reihe an Videos.

#### 5. Bild/Video

Der Post enthält eine Kombination aus Bildern und Videos.

### 5.2.2 Bildgegenstand (Fokus)

Mit dem Fokus wird der Schwerpunkt des Bildes bezeichnet. Das bedeutet, was als erstes bei Betrachtung des Bildes in Augenschein genommen wird. Beispielsweise ist etwas im „Fokus“, wenn es 1/3 des gesamten Bildes einnimmt. Auch Lichtverhältnisse oder die Nähe zur Kamera spielen hier eine wichtige Rolle.

#### 1. Produkt/Marke

Als Produkt wird ein Ausschnitt aus einer Serie oder einem Film verstanden, welche auf den Plattformen angeboten und aus denen auf den Social Media Kanälen ein Ausschnitt gepostet wird. Hier ist das Produkt an sich oder auch die Wort- oder Bildmarke gemeint. Diese stehen entweder allein im Bild/Video oder deutlich im Fokus.

#### 2. Personen

Es könnten eine oder mehrere Personen im Fokus stehen. Dabei spielt es keine Rolle ob die Person deutlich in die Kamera schaut oder sich der Kamera nicht direkt zuwendet.

#### 3. Landschaft/Umgebung

Die Landschaft oder Umgebung steht im Fokus, wenn sie deutlich erkennbar ist und nicht eine nur nebensächliche „Rolle“ im Bild spielt.

#### **4. Schrift**

Mit Schrift ist die Anordnung von einem Wort oder auch mehreren Wörtern direkt in der Abbildung/dem Video gemeint. Dabei wird nicht auf den Inhalt eingegangen, sondern nur auf das Vorhandensein der Schrift. Diese steht dann im Vordergrund, wenn die unter dem Punkt „Fokus“ genannten Bedingungen zutreffen.

#### **5. Diagramme**

Unter einem Diagramm wird die Grafische Darstellung von Inhalten in Bezug zu den Inhalten der Plattformen verstanden.

### **5.2.3 Logo**

Unter dem Punkt „Logo“ wird die Sichtbarkeit bzw. Präsenz des Logo im Bild/Video bezeichnet. Dabei kann sich das Logo auch alleinstehend im Bild/Video befinden.

#### **1. Deutlich sichtbar**

Das Logo ist deutlich sichtbar, wenn es auf dem Bild/Video zu sehen ist und den Fokus des Bildes auf sich zieht.

#### **2. Sichtbar**

Das Logo ist sichtbar, wenn es auf dem ersten Blick auf dem Bild/Video erkennbar ist.

#### **3. Teilweise sichtbar**

Das Logo ist teilweise sichtbar, wenn es nur im Hintergrund oder abgeschnitten dargestellt ist. Das Logo ist also nicht komplett sichtbar, jedoch so platziert, dass der Nutzer weiß, dass es sich um das Logo handelt.

#### **4. Nicht sichtbar**

Das Logo ist auf dem Bild/Video nicht zu sehen.

### **5.2.4 Feed (Komposition)**

Unter Feed wird die Zusammensetzung der einzelnen Bilder/Videos verstanden. Ein einheitlicher Feed wird beispielsweise durch den gleichen Aufbau und ähnliche Effekte bei jedem Bild/Video erzielt. So ist beim Blick auf die Gesamterscheinung des Accounts eine deutlich einheitliche Linie zu erkennen.

#### **1. Sehr einheitlich**

Bei einem sehr einheitlichen Bild, besteht bezüglich der Komposition der einzelnen Bilder und angewendeten Effekten ausnahmslos kein Unterschied zu den anderen Bildern.

#### **2. Einheitlich**

Wenn ein Bild einheitlich ist, ist die Gestaltung des Bildes einstimmig gegenüber den anderen Bildern.

#### **3. Teilweise einheitlich**

Komposition und Effekte der Bilder überschneiden sich nur noch in Teilen und Unterschiede sind noch klar zu erkennen.

#### **4. Nicht einheitlich**

Das Bild stimmt gar nicht mehr mit den anderen Bildern überein.

### 5.2.5 Video

Ein Video ist ein 3 bis 60 sekündiger Post, welcher sich thematisch mit den Inhalten der Angebote auf den Plattformen beschäftigt. Es können auch mehrere Videos in Form einer Videoabfolge in einem Posting enthalten sein.

#### 1. Teaser/Trailer

Bei dem gezeigten Video handelt es sich um einen Trailer oder Teaser zu einem (neu-)veröffentlichten Film oder Serie auf der jeweiligen Plattform oder einem Angebot.

#### 2. Szene/Filmausschnitt

Das Video zeigt einen kurzen Ausschnitt/Szene aus einem Film oder einer Serie.

### 5.2.6 Bilderfolge

Die Bilderfolge bezeichnet ein Posting bestehend aus einem Album aus Bildern, Videos oder einer Kombination aus beidem.

#### 1. Einzelbilder

Hier wird nicht mehr als ein Bild gepostet.

#### 2. Weniger als 5

Hier werden bis zu 5 Bilder gepostet.

#### 3. Weniger als 10

Hier werden bis zu 10 Bildern gepostet.

### 5.2.7 Markierungen

Ein Posting kann Markierungen von Personen, Unternehmen und Produktionen enthalten, welche im Posting abgebildet und/oder auf geschäftlicher Ebene damit zutun haben.

#### 1. Darsteller

Es werden Darsteller markiert, die etwas mit dem Post zutun haben.

#### 2. Account (Unternehmen)

Es werden andere Accounts von Unternehmen markiert, die etwas mit dem Post zutun haben.

#### 3. Account (Produktion)

Es werden Accounts von den Produktionen der Verfilmungen markiert, die etwas mit dem Post zutun haben.

#### 4. Keine Markierung

Es ist keine Markierung vorhanden.

### 5.2.8 Hashtags Anzahl

Ein Posting kann Hashtags zur Erhöhung der Reichweite enthalten. Diese können spezifisch auf die Thematik des Postings abgestimmt sein. Ein Posting kann mehrere Hashtags enthalten.

0  
≥ 1

- ≥ 3
- ≥ 5
- ≥ 7

### 5.3. Semantische Ebene

Die semantische Ebene bezieht sich darauf, inwiefern die Zeichen zu interpretieren sind. Es geht um ihre "Bedeutung [...] zum Inhalt". So kann jedes Zeichen im untersuchten Material eine mitschwingende Bedeutung aufweisen, eine Konnotation in eine bestimmte Richtung.

#### 5.3.1 Thema

Unter Thema wird der Leitgedanke, um den es in dem Bild geht, klargestellt. Die Darstellung besteht aus drei Ebenen: ikonisch, indexikalisch und symbolisch. Die Bedeutung hinter Ikon ist die Ähnlichkeit des Bildes mit dem Abgebildeten. Mit Index ist ein Zeichen gemeint, das durch eine direkte reale Beziehung zwischen einem „Anzeichen“ und einem Objekt konstituiert wird. Symbole sind in der Regel sprachliche Zeichen. Dabei wird sowohl auf das Bild/Video selbst geachtet, als auch auf die Bildunterschrift. So wird am Ende veranschaulicht, auf welches Thema welcher Account mehr Wert legt.

#### 1. Werbung

Werbung bedeutet, wenn das Bild hauptsächlich Darstellungen mit Bezug zum Streaming-Dienst als Marke enthält. Hierbei wird Eigenwerbung betrieben, unabhängig davon ob die Darstellung kritisch, humorvoll oder sich nur mit dem Nutzerverhalten beschäftigt.

#### 2. Sexuelle Anspielung

Die Darstellung enthält in Form von Bild, Video oder Bildunterschrift sexuelle Anspielungen. Beispielsweise freizügige Darstellungen der Charaktere, eine durch die Beschreibung des Postings geförderte Zweideutigkeit, sowie die Darstellung sexueller Handlungen gehören dazu.

#### 3. Lifestyle

Dem Beobachter wird mit dem Posting ein mit dem Unternehmen verbundener Lebensstil gezeigt, den der Beobachter entweder schon lebt oder gegebenenfalls gerne leben möchte. Demnach stellt das Dargestellte seinen aktuellen Lebensstil oder künftig möglichen Lebensstil dar.

#### 4. Wir-Gefühl

Mit dem Bild/Video wird dem Beobachter das Gefühl von Zusammengehörigkeit und Freundschaft vermittelt. Der User soll sich als Teil der Community fühlen und dies dann auch nach außen kommunizieren.

#### 5. Kreativität

Auf dem Bild- oder Video ist etwas abgebildet, das nicht alltäglich ist und für den Beobachter Freiraum für Inspiration lässt. Das Motiv des Bildes ist zweifellos inszeniert und kein Zufall.

#### 6. Aussage über Streaming-Nutzer

Der Post von dem Streamingdienst beinhaltet eine konkrete Aussage über das typische Verhalten eines Streaming-Nutzers. Diese kann im Bildinhalt sowie in der Bildunterschrift vorhanden sein.

#### 5.3.2 Schrift

Mit Schrift ist die Länge und die Anzahl der Sätze in der Bildunterschrift gemeint.

### **1. Bis zu einem Satz**

Die Bildunterschrift des Bildes ist entweder kürzer oder gleich einem Satz.

### **2. Mehr als ein Satz**

Für das Bild wurde mehr als ein Satz als Bildunterschrift verwendet.

## **5.3.3 Sprachstil**

Unter Sprachstil lässt sich die gewählte sprachliche Ausdrucksweise eines Satzes/Textes verstehen, beispielsweise in der Bildbeschreibung. Ein guter Stil ist deshalb eine angemessene und wirkungsvolle Ausdrucksweise.

### **1. Sehr einfache Sprache**

Bei einem einfachen Sprachstil wird nicht viel Wert auf formellen Ausdruck gelegt. Hierbei geht es darum, kurz und knapp die Botschaft zu vermitteln. Sie ist eine saloppe Form der Umgangssprache, für die bestimmte Ausdrücke typisch sind.

### **2. Gehobene Sprache**

Die gehobene Sprache hebt sich durch eine schöne, formale Ausdrucksweise ab und vermittelt dem Beobachter/Leser Respekt und Achtung.

## **5.3.4 Stimmung in den Kommentaren**

Hierbei sollen die Kommentare anhand der von den Nutzern gewählten Ausdrucksweise wie folgt eingeordnet werden:

### **1. Positiv**

Der Kommentar ist durchweg positiv gegenüber den im Posting dargestellten Inhalten.

### **2. Eher positiv**

Der Kommentar ist positiv gegenüber den im Posting dargestellten Inhalten.

### **3. Neutral**

Der Kommentar enthält keine wertenden Ausdrücke gegenüber den im Posting dargestellten Inhalten.

### **4. Eher negativ**

Der Kommentar ist negativ gegenüber den im Posting dargestellten Inhalten.

### **5. Negativ**

Der Kommentar ist durchweg negativ gegenüber den im Posting dargestellten Inhalten, gegebenenfalls enthält dieser sogar Beleidigungen.

### **6. Keine Kommentare**

Der Post enthält keine Kommentare.

## **5.3.5 Inhalt der Kommentare**

Hier wird codiert, welches Thema die Kommentare der Nutzer unter dem Bild am häufigsten ansprechen. Beispielsweise können hier andere Accounts markiert oder das Unternehmen in Bezug auf Serien/Filme sowohl im positiven als auch im negativen Sinne kritisiert werden.

### **1. Markierungen von Nutzern**

Die Nutzer erwähnen andere Personen und Unternehmen und sorgen so für eine breitere Reichweite der geposteten Beiträge.

## **2. Kritik an der Qualität der Angebote**

In den Kommentaren werden von den Nutzern in großem Maße die Ansprüche bzw. die Erwartungen an die Inhalte und Angebote der Plattformen geäußert. Unabhängig davon, was auf dem Bild dargestellt wird.

## **3. Kritik am Unternehmen**

Das Unternehmen selbst wird stark aber konstruktiv kritisiert. Unabhängig davon, was auf dem Bild dargestellt wird.

## **4. Positiv auf den Beitrag bezogen**

Die Nutzer nehmen in den Kommentaren Stellung zum Beitrag ohne diesen negativ zu werten.

### **5. Negativ auf den Beitrag bezogen**

Die Nutzer nehmen in den Kommentaren eine negative Stellung zum Beitrag ein.

## **5.3.6 Hochwertigkeit**

Als hochwertig wird ein qualitativ anspruchsvoller Beitrag definiert.

### **1. Sehr wertig**

Der Beitrag hat eine sehr hochwertige Gestaltung.

### **2. Wertig**

Der Beitrag hat eine hochwertige Gestaltung.

### **3. Weniger wertig**

Der Beitrag hat eine weniger hochwertige Gestaltung.

### **4. Nicht wertig**

Der Beitrag hat keine hochwertige Gestaltung.

## **5.3.7 Anzahl Kommentare**

Es soll die Anzahl der geschriebenen Kommentare unter den einzelnen Beiträgen der beiden Instagram-Plattformen untersucht werden. Hierbei ist eine Unterteilung in Accounts sinnvoll, jedoch nur bei unterschiedlicher Skalierung der Kommentaranzahl. Aufgrund der unterschiedlichen Abonnenten- und daraus resultierenden Kommentaranzahl wäre dies auf gleicher Basis beziehungsweise bei gleicher Skalierung nicht vergleichbar.

### **1. Netflix Deutschland**

< 500

≥ 500

≥1000

≥1500

≥2000

≥3000

≥4000

### **2. Prime Video**

<10

≥10

≥50

- ≥100
- ≥150

### 5.3.8 Anzahl Likes

Die Anzahl der Likes der Beiträge der beiden Instagram-Plattformen sollen untersucht werden. Hierbei erfolgt erneut eine Unterteilung in die beiden Accounts. Aufgrund verschieden hoher Anzahlen an Likes muss zwischen den beiden Accounts unterschieden werden.

#### 1. Netflix Deutschland

- < 10.000
- ≥ 10.000
- ≥ 25.000
- ≥ 50.000
- ≥ 75.000
- ≥ 100.000

#### 2. Amazon Prime Video

- <100
- ≥100
- ≥200
- ≥300
- ≥400
- ≥500

### 5.3.9 Anzahl Views

Hierbei soll die Anzahl der Views der Videos untersucht werden. Es wird weiterhin zwischen den beiden Accounts unterschieden, da auch hier die Anzahl der Views nicht vergleichbar ist.

#### 1. Netflix Deutschland

- <1000
- ≥50.000
- ≥100.000
- ≥150.000
- ≥200.000

#### 2. Amazon Prime Video

- <1000
- ≥1000
- ≥2000
- ≥3000
- ≥4000
- ≥5000
- ≥6000

### 5.3.10 Post

Ein Post bezieht sich in dieser Arbeit auf einen Beitrag in Form eines Bildes, einer Bilderserie oder eines Videos auf Instagram. Der Post ist für alle Instagram Nutzer gleichermaßen zugänglich und gibt den Nutzern eine Möglichkeit der Kommunikation in den Kommentaren. Die von den Unternehmen veröffentlichten Posts sollen nach Stufe des Humors eingeordnet werden.

#### 1. Humorvoll

Der Post enthält eine humorvolle Darstellung und Aussage.

## **2. Neutral**

Der Post enthält eine neutrale Darstellung und Aussage.

## **3. Wenig humorvoll**

Der Post enthält eine kaum bis gar keine humorvolle Darstellung und Aussage.

### **5.3.11 Bild von Frauen/Männern**

Hierbei handelt es sich um die Darstellung von Frauen und/ oder Männern in den einzelnen Beiträgen.

#### **1. Angemessene Sexuelle Darstellung**

Die Darstellung der Frauen und Männer enthält sexuelle Anspielungen. Der Fokus liegt auf dem Äußeren der dargestellten Person.

#### **2. Unangemessene sexuelle Darstellung**

Die Darstellung von Frauen und Männern enthält sexuelle Anspielungen. Die dargestellten Personen sind leicht bekleidet oder freizügig dargestellt.

### **5.3.12 Geschlecht**

Unter Geschlecht soll untersucht werden, ob eine weibliche, männliche oder diverse Person abgebildet ist oder ob mehrere Personen verschiedenen Geschlechts abgebildet werden. Diverse Personen lassen sich nicht in das hetero normale Geschlechtssystem, also Frau oder Mann, einordnen und werden deshalb extra definiert.

#### **1. Weiblich**

Das Posting zeigt nur weibliche Personen.

#### **2. Männlich**

Das Posting zeigt nur männliche Personen.

#### **3. Divers**

Das Posting zeigt nur Personen des dritten Geschlechts.

#### **4. Gemischt (Weiblich/Männlich/Divers)**

Das Posting zeigt mehrere Personen verschiedener Geschlechter. Beispielsweise eine weibliche und eine männliche Person. Die Anzahl der abgebildeten Personen spielt hierbei keine Rolle.

### **5.3.13 Interaktion mit den Nutzern**

Hierbei soll untersucht werden, inwiefern ein Beitrag die Nutzer des Accounts zu einer Interaktion oder Reaktion in Form eines Kommentars oder Likes auffordert. Diese Aufforderung kann sowohl im Bild, als auch in der Caption vorhanden sein. Unterteilt wird hierbei in eine direkte und eine indirekte Aufforderungen.

#### **1. Direkt**

Eine direkte Aufforderung enthält eine klare Aussage an den Nutzer, beispielsweise in der Bildunterschrift, welche zur Kommunikation aufruft.

#### **2. Indirekt**

Die Bildunterschrift und/ oder der Bildinhalt zielen auf eine Reaktion des Nutzers ab.