

# **Codebuch**

## **Projekt**

Der Auftritt der Unternehmen Starbucks und Tchibo auf der Plattform Instagram in den Monaten Dezember 2013 bis September 2014.

## **Einleitung**

Die vorliegende Untersuchung will zeigen, ob das Unternehmen Starbucks eine Vorbildfunktion auf der Plattform Instagram hat. Verglichen wird dies dann mit dem deutschen Unternehmen Tchibo in einem Zeitraum von Dezember 2013 bis September 2014.

## **Forschungsfrage**

Wie fungiert die Instagramseite von Starbucks als Vorbild für andere Kaffeeunternehmen? Welche ästhetischen Kriterien verwendet Starbucks und wie werden diese in der Kommunikation des deutschen Unternehmens Tchibo aufgegriffen?

## **Hypothesenkatalog**

1. Wenn Starbucks und Tchibo auf Instagram erfolgreich sein wollen, dann müssen sie bestimmte Kommunikationskriterien beachten.
2. Wenn Starbucks Bilder publiziert, dann folgen diese in einem einheitlichen syntaktischen Bildaufbau.
3. Wenn Tchibo ein Bild publiziert, dann orientiert es sich an dem syntaktischen Bildaufbau von Starbucks.
4. Je amerikanisierter die Unternehmenskommunikation auf Instagram ist, desto erfolgreicher ist sie.
5. Wenn Text im Bild vorhanden ist, dann ist der Beitrag erfolgreich.
6. Wenn Personen im Bild vorhanden sind, dann ist der Beitrag erfolgreich
7. Wenn ein Unternehmen bestimmte Unternehmenswerte verfolgt, dann ist es erfolgreich.

## **Formale Identifikationskennzahlen**

### **Codierer-Nummern:**

- 1 ... (Name)
- 2 ...
- 3 ...

### **Unternehmen**

- 1 Starbucks
- 2 Tchibo

### **Bildnummer**

- 1 ... (zugehöriges Bild in einer Excel-Tabelle)
- 2 ...
- 3 ...

### **Erscheinungsmonat des Bildes**

- 1 Dezember 2013
- 2 Januar 2014
- 3 Februar 2014
- 4 März 2014
- 5 April 2014
- 6 Mai 2014
- 7 Juni 2014
- 8 Juli 2014
- 9 August 2014
- 10 September 2014

### **Anzahl der Likes**

Nummerisch

### **Anzahl der Kommentare**

Nummerisch

### **Untersuchungsmaterial und Analysezeitraum:**

Codiert werden alle Instagram Bilder und Texte der Unternehmen Starbucks und Tchibo ab dem Zeitpunkt, seitdem Tchibo bei Instagram vertreten ist (09. Dezember 2013).

# **ALLGEMEINE CODIERANWEISUNGEN**

## **KATEGORIENSYSTEM**

### **Kommunikationskriterien**

#### Lebensgefühl

- 1 Liebe
- 2 Freundschaft
- 3 Geborgenheit
- 4 Freiheit
- 5 Abenteuerlust
- 6 körperliche Leistung
- 7 Gemeinschaft
- 8 Genuss
- 9 Freude

#### Inszenierung des Menschen

- 1 lachend
- 2 weinend
- 3 natürlich
- 4 inszeniert

### Werden Personen abgebildet

- 1 keine
- 2 eine
- 3 mehrere

### Community

- 1 Ja, es wird auf Kommentare geantwortet
- 2 Nein, es wird nicht auf Kommentare geantwortet
- 3 Anrede
- 4 “Wir/we” in der Bildunterschrift
- 5 “Uns/us” in der Bildunterschrift
- 6 “Gemeinsam/together” in der Bildunterschrift

### Call to Action

- 1 User-Bild
- 2 Wird zur Mitmachaktion aufgerufen

### Markenorientierter Inhalt

- 1 Firmenlogo wird abgebildet
- 2 inszeniertes Getränk
- 3 Verweis auf “mobile friendly” Internetseite

### Transparenz

- 1 ja
- 2 nein

### Kreativität

- 1 ja
- 2 nein

### Hashtag

- 1 ja
- 2 nein

### Benutzung verschiedener Sprachen

- 1 ja
- 2 nein

### **Unternehmenswerte**

#### kommunizierte Unternehmenskultur

- 1 Qualität
- 2 Nachhaltigkeit
- 3 zwischenmenschliche Beziehung
- 4 Gleichberechtigung

## **Syntaktischer Bildaufbau**

### Farbgebung

- 1 schwarz/weiß
- 2 warme Farben
- 3 kalte Farben
- 4 natürliche Farben
- 5 bunte Farben

### Belichtung

- 1 hell
- 2 dunkel

### Fokus

- 1 Menschen
- 2 Natur
- 3 Produkt
- 4 Unternehmen

### Text im Bild

- 1 ja
- 2 nein

## Bildaufbau

- 1 zentrierte Anordnung
- 2 goldener Schnitt
- 3 Anschnitt

## **Amerikanisierung**

### “American Way of Life”

- 1 modisch und trendy
- 2 Hang zu Luxus und Überfluss
- 3 Einbindung anderer amerikanischer Marken

## Integration

- 1 Personen unterschiedlicher Herkunft oder anderer Herkunft als Unternehmen
- 2 Menschen mit Behinderungen
- 3 altersübergreifend

## Kulturimperialismus

- 1 Ungleichheit zwischen Arm und Reich
- 2 Darstellung schwächerer Kulturen/Nationen

## **Feedback**

### Erfolgreich Likes

1 ja

2 nein

### Erfolgreich Kommentare

1 ja

2 nein