

Inhaltsverzeichnis

1	THEMENAUFRISS UND ZIELSTELLUNGEN.....	11
1.1	Forschungsfragen und Methodik	13
1.2	Gang der Arbeit	14
2	KOMMUNIKATION.....	16
2.1	Arten der Kommunikation.....	18
2.1.1	Verbale Kommunikation	19
2.1.2	Nonverbale Kommunikation.....	20
2.2	Formen der Kommunikation	24
2.3	Kommunikation im Netz.....	25
3	SOZIALE MEDIEN.....	27
3.1	Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien im Netz.....	28
3.2	Plattformen	31
3.3	Übersicht relevanter Netzwerke	32
3.4	Social Media Plattform YouTube.....	33
3.5	Minderjährige im Alter von 7 bis 14 und ihr Mediengebrauch.....	35
3.5.1	Kindheit geprägt von Digitalisierung	35
3.5.2	Mediengebrauch von Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren.....	36
3.5.3	Einfluss digitaler Medien auf die kognitive Entwicklung von Kindern	37
4	INFLUENCERINNEN UND INFLUENCER.....	40
4.1	Unterschiedliche Gattungen von Influencerinnen und Influencern	41
4.1.1	Erfolgsfaktoren	42
4.1.2	Pyramid of Influence.....	43
4.2	Selbstpräsentation und Beziehungsmanagement	44
4.3	Influencer – Kommunikation	46
4.3.1	Influencer - Marketing vs. Influencer - Relations.....	48
4.3.2	Absichten der Influencer – Kommunikation	49

4.3.3	Phasen der Influencer – Kommunikation	50
4.3.4	Word-of-Mouth-Marketing	51
4.4	Human Branding.....	53
5	WERBUNG AUF SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN	55
5.1	Zielsetzung.....	55
5.2	Strategischer Einsatz von Influencerinnen und Influencern	56
5.3	Möglichkeiten der Werbeumsetzung in der Praxis.....	59
5.3.1	Testung und Bewertung von Produkten.....	59
5.3.2	Unboxing.....	60
5.3.3	Erklärungen und Anleitungen	60
5.3.4	Produktplatzierungen	60
5.3.5	Aktionen und Rabattcodes	61
5.3.6	Gewinnspiele	61
5.3.7	Inszenierung des Produkts.....	61
5.3.8	Live-Kontaktaufnahme	62
5.3.9	Produktion von Eigenmarken	62
5.4	Kennzeichnung von Werbung und rechtlicher Rahmen	62
6	METHODISCHES FORSCHUNGSDESIGN	65
6.1	Qualitative Inhaltsanalyse	65
6.2	Analyse des Materials.....	66
6.2.1	Formulierung der Fragestellung	67
6.2.2	Bestimmung der Materialstichprobe.....	68
6.2.3	Aufstellung des Kategoriensystems.....	70
6.2.4	Definition der Kategorien	75
6.2.5	Bestimmung der Analyseeinheiten.....	78
6.2.6	Kodierung	79
6.2.7	Verrechnung	81
6.3	Ergebnisse	83
6.3.1	Auswertung der einzelnen Videos	84
6.3.2	Kategorienspezifische Erläuterung	91

6.3.3	Auswertung aller Videos	96
6.4	Zusammenfassung der Ergebnisse	97
6.5	Methodenkritik.....	103
7	SCHLUSS/FAZIT	104
8	LITERATURVERZEICHNIS.....	110
9	ANHANG	117
9.1	Videoanalyse	117
9.2	Kategorienzuordnung der einzelnen Videos	182
9.3	Strukturierung der Kategorien aller Videos	218
9.4	Eigenständigkeitserklärung	257