

Vanessa Isabella Phalen

**Instagram und YouTube. Soziale Medien
als Kommunikationsinstrumente für
Unternehmen, um jugendliche Nutzer
anzusprechen**

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668874237

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/451751>

Vanessa Isabella Phalen

Instagram und YouTube. Soziale Medien als Kommunikationsinstrumente für Unternehmen, um jugendliche Nutzer anzusprechen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Bachelorarbeit Angewandte Informationswissenschaft

Soziale Medien als Kommunikationsinstrumente für Unternehmen, um jugendliche Nutzer anzusprechen an den Beispielen von Instagram und YouTube.

vorgelegt von

Vanessa Phalen

Eingereicht am 30. August 2018

Bachelorarbeit

Titel: Soziale Medien als Kommunikationsinstrumente für Unternehmen, um jugendliche Nutzer anzusprechen an den Beispielen von Instagram und YouTube.

Zusammenfassung: Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit der Thematik des Social-Media- Marketings als Kommunikationsinstrument. Betrachtet werden auf Grundlage theoretischer Erkenntnisse zunächst die Ansichtsweisen der Jugendlichen um anschließend die Chancen und Herausforderungen der Unternehmen herauszuarbeiten. In dieser Arbeit wird untersucht, welche Maßnahmen für ein langfristig erfolgreiches Social-Media-Marketing notwendig sind um erfolgreich Jugendliche ansprechen können.

Stichwörter: Soziale Medien, Marketingmaßnahmen, Jugendliche, Instagram, YouTube

Datum: 30. August 2018

Bachelor Thesis

Title: Social media as a communication tool for businesses to attract adolescent users to the examples of Instagram and YouTube.

Abstract: This bachelor's thesis deals with the topic of social media marketing as a communication tool. On the basis of theoretical insights, first of all, the views of the adolescents are examined, in order to then work out the opportunities and challenges of the companies. In this thesis, it is measured, which marketing activities are necessary for long-term successful social media marketing in order to successfully address youthful people.

Keywords: Social Media, marketing activities, teenagers, Instagram, YouTube

Date: 30th of August 2018

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Abkürzungsverzeichnis..... | IV |
| 1. Einleitung | 1 |
| 1.1 Problemdarstellung und Zielsetzung der Arbeit | 2 |
| 1.2 Methodik und Vorgehensweise..... | 4 |
| 1.3 Aufbau der Arbeit..... | 4 |
| 2. Social-Media-Nutzung von Jugendlichen..... | 6 |
| 3. Untersuchungsgegenstände | 13 |
| 3.1 Social Media | 13 |
| 3.1.1 Social-Media-Plattform Instagram..... | 14 |
| 3.1.2 Social-Media-Plattform YouTube | 17 |
| 3.2 Social-Media-Marketing..... | 18 |
| 4. Social-Media-Marketinginstrumente | 22 |
| 4.1 Social-Media-Marketinginstrumente auf Instagram | 22 |
| 4.2 Social-Media-Marketinginstrumente auf YouTube | 24 |
| 5. Methodik der Forschung..... | 27 |
| 5.1 Forschungsansatz..... | 27 |
| 5.2 Forschungsinstrument..... | 28 |
| 5.3 Herleitung der Hypothesen | 28 |
| 5.4 Methodenkritik..... | 31 |
| 6. Ergebnisse: Kommunikationsinstrumente und Unternehmensimage..... | 33 |
| 6.1 Kommunikationsinstrumente auf Instagram..... | 33 |
| 6.2 Unternehmensimage auf Instagram | 35 |
| 6.3 Kommunikationsinstrumente auf YouTube | 36 |
| 6.4 Authentizität der Kommunikationsinstrumente..... | 39 |
| 7. Handlungsempfehlungen für Unternehmen | 43 |
| 7.1 Relevanz von Instagram und YouTube | 43 |
| 7.2 Chancen und Herausforderungen für Unternehmen | 44 |
| 8. Diskussion..... | 50 |
| 9. Fazit | 52 |
| Literaturverzeichnis | V |
| Anhang..... | X |