

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG

Martin Welker / Carsten Wunsch (Hrsg.)

# Die Online-Inhaltsanalyse

## Forschungsobjekt Internet

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

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

Martin Welker / Carsten Wunsch (Hrsg.):

*Die Online-Inhaltsanalyse.*

*Forschungsobjekt Internet*

Neue Schriften zur Online-Forschung, 8

Köln: Halem, 2010

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2010 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-53-8

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, s.r.o., Tschechische Republik

GESTALTUNG: Claudia Ott, Grafischer Entwurf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

*Neue Schriften zur Online-Forschung*

hrsg. von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOeF)

**Geschäftsführender Reihenerausgeber**

Prof. Dr. Martin Welker, MHMK München

**Beratendes Herausbergremium der Gesamtreihe**

Dr. Wolfgang Bandilla, GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Prof. Dr. Bernad Batinic, Universität Linz

Prof. Dr. Gary Bente, Universität zu Köln

Prof. Dr. Nicola Döring, Technische Universität Ilmenau

Holger Geißler, psychonomics AG

Johannes Hercher, Rogator Software AG

Olaf Hofmann, Skopos Institut für Markt- und

Kommunikationsforschung GmbH

Dr. Lars Kaczmirek, GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Dr. Uwe Matzat, Eindhoven University of Technology

Dr. Wolfgang Neubarth, TNS Infratest

Marc Smaluhn, Research NOW!

Ronald Zwartkruis, NetQuestionnaires AG

# Inhalt

## I. EINLEITUNG

MARTIN WELKER / CARSTEN WÜNSCH / SASKIA BÖCKING / ANNEKATRIN BOCK / ANNE FRIEDEMANN / MARTIN HERBERS / HOLGER ISERMANN / THOMAS KNIEPER / STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD / EVA JOHANNA SCHWEITZER Die Online-Inhaltsanalyse: methodische Herausforderung, aber ohne Alternative	9
---	---

## II. THEORETISCHE BASIS

### 1. Forschungsfragen und Gegenstände der Online-Inhaltsanalyse

PATRICK RÖSSLER Das Medium ist nicht die Botschaft	31
---	----

EVA JOHANNA SCHWEITZER Politische Websites als Gegenstand der Online-Inhaltsanalyse	44
---	----

### 2. Grundgesamtheit und Stichprobenziehung

STEFAN MEIER / CARSTEN WÜNSCH / CHRISTIAN PENTZOLD / MARTIN WELKER	103
---	-----

#### Auswahlverfahren für Online-Inhalte

STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD Theoretical Sampling als Auswahlstrategie für Online-Inhaltsanalysen	124
--	-----

SEBASTIAN ERLHOFER 144  
Datenerhebung in der Blogosphäre:  
Herausforderungen und Lösungswege

### 3. Analyseeinheit und Kategorienbildung

MONIKA TADDICKEN / KERSTIN BUND 167  
Ich kommentiere, also bin ich.  
Community Research am Beispiel des  
Diskussionsforums der *ZEIT Online*

LARS KACZMIREK / CHRISTIAN BAIER / CORNELIA ZÜLL 191  
Wie empfinden Teilnehmer die Fragen  
in Online-Befragungen? Entwicklung eines Diktionärs für die  
automatische Codierung freier Antworten

ANNEKATRIN BOCK / HOLGER ISERMANN /  
THOMAS KNIEPER 224  
Herausforderungen bei der  
quantitativen (visuellen) Inhaltsanalyse von Online-Inhalten

### 4. Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen

MARTIN R. HERBERS / ANNE FRIEDEMANN 240  
Spezielle Fragen der Reliabilität und  
Validität bei Online-Inhaltsanalysen

### 5. Methodenkombination

WOLFGANG SCHWEIGER / PATRICK WEBER 267  
Strategische Kommunikation auf Unternehmens-Websites.  
Zur Evaluation der Kommunikationsleistung durch eine  
Methodenkombination von Online-Inhaltsanalyse und  
Logfile-Analyse

SASKIA BÖCKING / FRANÇOIS RÜF / MARKUS JUFER /  
CORINNE HÜGLI-BALTZER 291

Analyse des politischen Informationsverhaltens mittels  
der von Wählern genutzten Internetinhalte –  
Potenziale für die Prognose von Wahlergebnissen

#### 6. Statistisch-automatisierte Inhaltsanalyse

FRANÇOIS RÜF / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER 313

Automatisierte Inhaltsanalysen im Internet:  
Möglichkeiten und Grenzen am Beispiel des  
SINDBAD-Knowledge-Generators

MICHAEL SCHARKOW 340

Lesen und lesen lassen –  
Zum State of the Art automatischer Textanalyse

### III. PRAXIS

#### 7. Fallbeispiele und Anwendungsfelder

KATHERINE GÜRTLER / ELKE KRONEWALD 365

The Automated Analysis of Media: PRIME web.Analysis:  
A Case Study

DORETTE WESEMANN / MARTIN GRUNWALD 387

Inhaltsanalyse von Online-Diskussionsforen  
für Betroffene von Essstörungen

NIK STUCKY / FRANÇOIS RÜF / NILS KELLER /  
STEFAN KUMMER 409

Image & Co: Eine Online-Analyse der  
Markenwahrnehmung am Beispiel von Automarken

MELANIE ARENS / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER / FRANÇOIS RÜF	427
Das Meinungsklima zur Klimakonferenz: Wie sich Themenkarrieren im Internet entwickeln und mit welchen Themen sich Politiker positionieren	
KONRAD RÜDIGER / MARTIN WELKER	448
Redaktionsblogs deutscher Zeitungen. Über die Schwierigkeiten diese inhaltsanalytisch zu untersuchen – ein Werkstattbericht	
IV. ANHANG	
Verzeichnis der Autoren und Herausgeber	469