



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Katze auf YouTube“

verfasst von / submitted by

Beeke Sophie Waldeck, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 582

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Theater-, Film- und Medientheorie

Betreut von / Supervisor:

Dr. phil. habil Ramón Reichert

Danksagung

Mein großer Dank geht an meinen Vater, meinen Helden in der Not. Zusätzlich danke ich meiner ganzen Familie, meinen Eltern und meinen beiden Schwestern, für ihre finanzielle Unterstützung und dafür, dass sie alle mir jederzeit mit Rat und Tat zur Seite standen und stehen.

Ebenfalls danken möchte ich meinem Betreuer, Dr. phil. habil Ramón Reichert. Er hat mich weit über seine Verpflichtungen hinaus betreut und war immer als Berater zur Stelle, immer erreichbar, immer schnell.

Die Katze auf YouTube

Inhalt

1	Tierbilder in den öffentlichen Medien	4
1.1	Allgemeiner historischer Überblick	4
1.2	Katzenbilder im medialen Kontext	9
1.3	Forschungsfragen und Vorgehensweise.....	12
2	Katzenbilder und ihre Entwicklung zum Internetphänomen	14
2.1	Entstehung des Web 2.0.....	14
2.2	Aufkommen von Cat Image Macros und Cat Memes als Internetphänomen	16
2.3	Cat Videos im Netz: Stellenwert, Standardkonzepte und Beliebtheitsfaktoren	23
2.4	Positionierung von YouTube für Cat Videos.....	28
3	Begleitumstände und Parallelentwicklungen zum Phänomen Cat Videos auf YouTube .	34
3.1	Going viral: Viralität als Ausdruck der Verbreitung	34
3.2	Globalisierung / internationales Phänomen	38
3.3	Auswirkungen auf die Gesellschaft	43
3.4	Professionalisierung	47
4	Inhalt und Konzepte von Katzenvideos auf YouTube – ein Vergleich	50
4.1	Berühmte Katzen	53
4.1.1	Berühmte Katzen im Einzelnen	53
4.1.2	Gesamtsichtung der Kategorie „Berühmte Katzen“	66
4.2	Katzenhaltung / Mensch und Katze.....	67
4.2.1	Kanäle über Katzenhaltung im Einzelnen.....	67
4.2.2	Gesamtsichtung der Kategorie „Katzenhaltung“	78
4.3	Großkatzen	80

4.3.1	Kanäle über Großkatzen im Einzelnen	80
4.3.2	4.3.2 Gesamtsichtung der Kategorie „Großkatzen“	92
4.4	Katzenentertainment	94
4.4.1	Katzenkanäle zur Unterhaltung im Einzelnen	94
4.4.2	Gesamtsichtung der Kategorie „Katzenentertainment“	105
5	Resümee – Die Katze auf YouTube	108
	Literaturverzeichnis.....	112
	YouTube – Kanäle und Videos.....	117
	Abbildungsverzeichnis.....	126
	Tabellenverzeichnis.....	127
	Zusammenfassung.....	128

1 Tierbilder in den öffentlichen Medien

Die Abbildung von Tieren berührt nicht nur die Kunst in ihrer Komplexität. Sie dient oftmals auch der Herausstellung von menschlichen Emotionen und Erfahrungen, für wissenschaftliche Zwecke und durchaus auch als Mittel für gesellschaftliche Beleuchtungen und Differenzierungen. Das kommunikative Spiel mit Tierdarstellungen in den öffentlichen Medien verbindet soziokulturelle, gesellschaftswissenschaftliche, historische und mediale Themen miteinander und kann dabei auch als Beispiel für Prozesse der Inklusion und Exklusion dienen.¹ Filme nehmen dabei die Funktion von repräsentativen Medien ein, die als „historisch wirkende Kraft [...] transformatives Potential für die Tier-Mensch-Beziehung“² besitzen. Denn die Tiere im Film verknüpfen die Komponente des Realen mit der Fiktion und brechen durch ihr Erscheinen in die Ordnung und Struktur der Erzählebene.³

1.1 Allgemeiner historischer Überblick

Die Geschichte der Darstellung von Tierbildern in den Medien Film, Fernsehen und Internet reicht bis zu den Anfängen der Filmgeschichte zurück und fand ihren Anfang in der Fotografie des 19. Jahrhunderts. Erste Versuche, die Bewegungen von Tier und Mensch⁴ – auch in Relation zueinander – abzubilden, entstanden im Zusammenhang mit fotografischen Bewegungsstudien. Diese Fotostrecken über Mensch und Tier waren an zuvor regiehaft festgelegte Bewegungsmuster gebunden. Dazu mussten Tiere entsprechend dressiert und trainiert werden, um die gewünschten Bewegungen durchzuführen. Ein bekanntes Beispiel ist die Fotoserie von Eadweard Muybridge aus dem Jahr 1881 über Tänzerinnen, die sich auf der Stelle bewegen im Zusammenspiel mit laufenden Pferden.⁵

Erst mit der Entstehung der freibeweglichen Kamera wurde es möglich, Bewegungen zu folgen und sie mit einer schnellen Abfolge einzelner Bildaufnahmen auf dem laufenden Filmband als Bewegung zu zeigen. Die Regulierung der Filmgeschwindigkeit erlaubte die synchrone und

¹ Vgl. Fudge, E., History of, 2002, S. 14.

² Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tierfilme, 2009, S. 5.

³ Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tierfilme, 2009, S. 4.

⁴ Hinweis: Um den Lesefluss nicht zu stören, wird in dieser Arbeit die geschlechterspezifische Differenzierung nicht berücksichtigt. Geschlechtsspezifische Belegungen von Begriffen gelten im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes für alle Geschlechter.

⁵ Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tierfilme, 2009, S. 7.

diachrone Wiedergabe natürlicher Bewegungsabläufe und damit die realistische Darstellung von Tierbewegungen auf der Leinwand. Da die Filmtechnik sich damit die Möglichkeit eröffnete, menschliche und tierische Körper in ihrer Bewegung abzubilden, wurde der Film zum wichtigen Visualisierungsmedium des 20. Jahrhunderts und darüber hinaus. Das Besondere bei der Darstellung von Tieren auf der Leinwand war, dass Tieren durch die neuen technischen Möglichkeiten der bewegten Kamera und den folgenden technischen Entwicklungen ihre Natürlichkeit vor der Kamera erhalten blieb. Im Moment der Aufnahme bewegten sich die Tiere in ihrem natürlichen Umfeld, sie mussten nicht mehr in einem künstlichen Setting oder Studio den Dressuranweisungen der Menschen gehorchen. Während in den Anfängen der Filmindustrie aktiv in das natürliche Verhalten der Tiere eingegriffen werden musste, ermöglicht die moderne Technologie Aufnahmen, wie sie die freie Wildbahn tatsächlich anbietet. Das Tier wurde damit zu einem prototypischen Objekt des Kinos als Symbol für die freie, übergeordnete Natur, die der Mensch zu kontrollieren sucht.⁶ Tiere im Film stellen in diesem Sinn Figuren dar, die das Leben mit technologischen Mitteln greifbar machen. Dem Tier wird dabei Symbolcharakter zugesprochen; sinnbildlich steht es für das Leben, das durch die Abbildung des Tiers im Film dem Publikum präsentiert wird.⁷

Der Blick aufs Tier bedeutet zweierlei: Erstens, die visuelle Kategorisierung und Klassifikation des Tiers; und zweitens, dynamisierte Blickverhältnisse auf tier- und gattungsübergreifende Verhaltensmuster und Parallelbetrachtungen, nicht zuletzt auf die menschliche Gesellschaft. Des Weiteren lassen sich drei Kategorien von Filmtypen in Bezug auf das Verhältnis von Mensch und Tier voneinander unterscheiden. Zum einen Filme über Wildtiere, zum anderen solche über Haus- und Heimtiere und davon abzugrenzen solche über Insekten, denen in wissenschaftlichen Lehrfilmen, Science-Fiction-, Horror- und Katastrophenfilmen im Gegensatz zu den erstgenannten Tierarten oftmals eine bedrohliche Bedeutung beigemessen wird.⁸ Als das Andere, Böse und Ausgeschlossene repräsentieren Insekten zumeist negative Stereotypen⁹ (z.B. Bedrohung für Gesundheit und Hygiene) und nur selten ein positives Bild.¹⁰ Der Grund dafür mag in der Unterschiedlichkeit zwischen Säugetier und Insekt und damit einhergehend der emotional geringeren Wertschätzung von Insekten liegen – ein Aspekt, der an dieser Stelle jedoch nicht weiter ausgeführt wird, da dies den Rahmen der Arbeit sprengen

⁶ Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tierfilme, 2009, S. 7.

⁷ Vgl. Hediger, V., Tierfilme, 2002, S. 8.

⁸ Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tierfilme, 2009, S. 9-10.

⁹ Vgl. Lauck, J.E., Insect-Human Connection, 2002, S. 1, 6.

¹⁰ Vgl. Finzsch, N., Soziale Insekten, 2009, S. 169.

würde, in deren Vordergrund die Katze als Haus- und Heimtier im engeren Sinne und als Wildtier im weiteren Sinne steht.

Filmische Darstellungen von Wildtieren zeigen diese meist im Zusammenhang mit Jägern, Naturforschern oder Tierschützern. Das Medium Film verknüpft oftmals die bildnerische Darstellung des (exotischen) Wildtieres mit dessen Beherrschung. Dabei wird das Wildtier nicht selten als Metapher historischer Zivilisationsprozesse betrachtet und dargestellt. Während im 19. Jahrhundert noch eher der Jäger im Zentrum des Dokumentarfilms stand, wechselte der Fokus im Lauf des 20. Jahrhundert hin zu einer Darstellung des Naturschützers und Forschers neben der Figur des Wildtieres. Im Besonderen Bernhard Grzimek und Horst Stern gelten mit ihren Beiträgen als wichtige Vertreter der Bundesrepublik Deutschland in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts für das Themenfeld Dokumentationsfilm und Naturschutz. Grzimek filmte vor allem wilde Tiere in Afrika und stiftete Beiträge zur Verminderung des Spannungsfelds zwischen internationalem Naturschutz und nationalen Entwicklungsinteressen. Stern hingegen thematisierte einheimische Wildtiere und ihre Lebensbedürfnisse in der Natur. Als Gestaltungsmittel wählte er einen sachlichen, nicht moralisierenden, distanzierten Stil, der einen wissenschaftsbasierten Zugang zu problematischen Elementen der Lebensverhältnisse von und des Umgangs mit Tieren bieten sollte. Darüber hinaus bemühte er sich mit seinen Filmen um eine Veränderung im politischen Bereich und im Alltagsverhalten der Menschen den Tieren gegenüber.¹¹ Denn der Mensch, so Stern, schwankt „zwischen schrecklicher Vermenschlichung und schrecklicher Vernichtung der Tiere“¹², was sich einerseits in der Haltung von Haustieren, andererseits in der Zerstörung des Lebensraums der Tiere und in Tierexperimenten zeige. Dieses gegensätzliche Nebeneinander der Phänomene der Verhätschelung von Tieren, ihrer Vermenschlichung und andererseits ihrer Ausbeutung und Maschinisierung,¹³ welches Stern anspricht, hat bis heute nicht an Aktualität verloren. Daher erscheint es sinnvoll und notwendig, das Verhältnis von Mensch und Tier vor dem Hintergrund des paradoxen menschlichen Verhaltens gegenüber Tieren mit medialen Mitteln aufzugreifen, zu medialisieren, um einen Diskurs in der Gesellschaft anzutreiben.

Medialisierung bezeichnet Prozesse von direkter Kommunikation hin zu indirekter Kommunikation, die sich verschiedener Medientypen bedienen, um die gesellschaftliche Wahrnehmung dessen, was als Wirklichkeit betrachtet wird, zu verschriftlichen, verbildlichen,

¹¹ Gesamter Absatz bis Fußnote: Vgl. Möhring, M./ Perinelli, M. & Stieglitz, O., Tiere im Film, 2009, S. 79.

¹² Vgl. Stern, H., Ordnung, 1992, S. 131.

¹³ Vgl. Stern, H., Tiere, 1974, S. 17, 14.

vertonen, theatralisieren und zu verfilmen.¹⁴ Medialisierung wirkt auf unterschiedliche gesellschaftspolitische Bereiche und verbindet politische Meinungs- und Willensbildungsprozesse mit medial vermittelten Informationen und Darstellungen, wodurch es zu einer Reaktion des politischen Handelns auf medial dargestellte Handlungsbedürfnisse kommt.¹⁵ Für die Darstellung von Tieren im Film lässt sich teilweise ein direkter Bezug zwischen Medialisierung und politischem Aufgriff erkennen. Die Nutzung des Dokumentarfilms als Plädoyer für den Erhalt des natürlichen Lebensraums der Tierwelt spiegelt die gesellschaftliche Diskussion und das Bemühen um dieses Ziel wider.¹⁶ Tiere als Darstellungsobjekte, als Akteure oder als Vermittler moralischer und politischer Botschaften sind spektakuläre, ästhetische und exotische Ikonen der Natur; sie bieten ein praktisch unerschöpfliches Reservoir für Berichte, Geschichten, Tierparabeln und andere Gedankenableitungen. Durch ihr Auftauchen im Film gewinnt dieser an unterhaltendem, moralischem oder politischem Mehrwert. Der Tierfilm ist damit nicht mehr ein reines Produkt der Unterhaltungsindustrie, sondern auch ein Kommunikationsmittel, das den Menschen einen differenzierten Blickwinkel eröffnet.¹⁷

Trotz oder gerade wegen ihrer „doppelten Brückenfunktion, der Vermittlung zwischen Kulturkritik und Unterhaltungsindustrie sowie zwischen politischen und gesellschaftskritischen Medien“¹⁸, stellen Dokumentarfilme und wissenschaftliche Tierfilme einen Meilenstein für mediale Populärkultur dar im Sinne eines kommerzialisierten Kulturbereichs, der Themen massenmedial aufbereitet und allen Bevölkerungsgruppen zugänglich macht.¹⁹ Dies liegt unter anderem an ihrem repetitiven Aufbau, der auch Zuschauern ohne Vorkenntnisse einen schnellen Einstieg in die Materie erlaubt und damit den Massenkonsum erleichtert. Ein weiterer Faktor für die Popularität von Tierfilmen sind die emotionalen Assoziationen, die sie bei den Zuschauern wecken. Diese reichen von Erstaunen über beeindruckende, ästhetische, seltene und kuriose Bilder zu Entzücken über niedliche Jungtiere bis hin zu Entsetzen über Tierleid und Naturzerstörung. Die Erzählfigur im Tierfilm ist die Wildnis selbst, die durch den Menschen einem Wandel unterworfen wird.²⁰

¹⁴ Vgl. Amann, C., Medialisierung, 2011.

¹⁵ Vgl. Amann, C., Medialisierung, 2011.

¹⁶ Vgl. Pletz, H., Menschen wie Löwen, 2009, S. 112.

¹⁷ Vgl. Engels, J.I., Tierdokumentarfilm, 2009, S. 127-128.

¹⁸ Engels, J.I., Tierdokumentarfilm, 2009, S. 139.

¹⁹ Vgl. Jacke, C., Populärkultur, 2012.

²⁰ Vgl. Engels, J.I., Tierdokumentarfilm, 2009, S. 137-138.

Die Bildinszenierung ist oft geprägt von gelenkten Abläufen und Manipulationen durch Produktionsbedingungen. Spätestens beim Schnitt werden Anpassungen an den Erzählstrang, den Ablauf von Jahreszeiten und die implizierte Botschaft vorgenommen. Um filmischen Aufwand zu verringern, müssen in manchen Fällen auch natürliche Räume und Bedingungen verändert werden, um das Bildmaterial verwertbar und ästhetisch ansprechend zu machen. Ungeachtet ihres Anspruchs auf Realität stellen Dokumentationen und wissenschaftliche Tierfilme ebenso wie Spielfilme nur ein Abbild der Natur dar und kreieren damit Illusionen. Dabei verstehen sich die Autoren und Produzenten zunehmend als Fürsprecher für die Tiere; ihr Anliegen ist es – anders als früher bei Safari-Filmen, welche Tiere fast in der Regel als gefährlich darstellten – die Zuschauer für ein differenziertes Tierbild zu sensibilisieren und die Natur als schützenswert zu beschreiben.²¹

Bei der medialen Darstellung von Haus- und Heimtieren drängt es sich auf, diese im Zusammenspiel mit dem Menschen zu zeigen. Aus dieser Komponente ergibt sich eine zusätzliche Trägerwelle für eine gefühlsmäßige Ansprache der Konsumenten. Nicht verwunderlich ist es daher, dass Haustiere bereits in den frühen Produktionen des amerikanischen Fernsehens eine wichtige Rolle einnahmen. Eine weltweit bekannte Serie des 20. Jahrhunderts war das Serienformat *Lassie*, das von 1954 bis 1964 unter dem Titel *Jeff's Collie* und *Timmy und Lassy* mit 350 Folgen ausgestrahlt wurde. 1955/56 gewann *Jeff's Collie* den Emmy Award für die beste Kinderserie.²² Ähnliche Gedankenmodelle, die Haustiere als Spielkameraden in den Mittelpunkt pädagogisch wertvoller Geschichten rückten, gab es bereits im 19. Jahrhundert.²³ Insbesondere Hunden wurde und wird eine stabilisierende Funktion in einer prekären Ordnung zugeschrieben. *Lassie* selbst hat Charakter, Persönlichkeit, verbindet männliche und weibliche Attribute und ergänzt die Familie als geschlechtsneutrales Mitglied, das eine freundschaftliche, mütterliche oder väterliche Rolle einnehmen kann. Neben dem Hund als Gefährten und Spielkameraden tauchten weitere Tiere in der Serie auf, die als Bedrohung der Ordnung zu interpretieren sind.²⁴

Im Gegensatz zum Hund bleibt die Katze in der medialen Darstellung – so auch in der Serie *Lassie* – oftmals unkalkulierbar, undomestiziert und teils verschlagen. In ihrer Bedeutung steht sie stellvertretend für die Tiere der Wildnis, für Freiheit, Ungebundenheit, Abenteuer und ein

²¹ Vgl. Engels, J.I. Tierdokumentarfilm, 2009, S.129-132.

²² Vgl. Stieglitz, O., Citizen Lassie, 2009, S. 226-227.

²³ Vgl. Grier, K.C., Pets, 2004, S. 166-168.

²⁴ Vgl. Stieglitz, O., Citizen Lassie, 2009, S. 130-233.

alternatives, subversives Denken und Handeln. Während *Lassie* und sein menschlicher Freund nach jedem Abenteuer in ihre gewohnte Ordnung zurückkehren, verbleiben die anderen Tiere und mit ihnen die Katze in der Umgebung zu dieser Ordnung. Ihr Abenteuer scheint kein Ende zu finden.²⁵ Die Katze ist sowohl in der Lage, in die Ordnung zurückzukehren als auch in der Wildnis unabhängig zu überleben; sie wird dadurch zu einer Schlüsselfigur zwischen Kontrolle und Freiheit, denn sie verbindet mit dieser ihrer Natur die Bedeutungsebene der Haustiere mit der Bedeutungsebene der Wildtiere. In ihrem Wesen ähnelt sie damit dem Menschen, der sich Wissen und Einsichten anzueignen vermag, um einerseits allein in der Wildnis zu überleben und andererseits sich gesellschaftlichen Werten und Normen unterzuordnen.

1.2 Katzenbilder im medialen Kontext

Katzen entwickelten sich in Afrika und Europa vor ca. 10 Millionen Jahren zunächst als Wildkatzen. Die Wissenschaft geht davon aus, dass sie bereits in der Steinzeit domestiziert wurden. Erste Überlieferungen in Bezug auf Katzen und ihrer Bedeutung für den Menschen reichen bis in das dritte vorchristliche Jahrtausend zurück. Ab den Anfängen der altägyptischen Hochkultur wurden Katzen verehrt, nach ihrem Tod mumifiziert und in eigenen Friedhöfen beigesetzt. Im alten Sumer wurden Katzen mit der Kraft des Geistes und dem Denken assoziiert. Ebenfalls in diesen Zeitraum der vorchristlichen Zeit fällt der Abdruck einer Katze auf einem ungebrannten Ziegel aus Indien (vgl. Abb. 1), der bis heute erhalten ist. Im Zusammenhang mit dem Alten Testament und der Sintflut wird die Entstehung von Katzen erwähnt, deren vornehmliche Aufgabe die Jagd auf Mäuse und Ratten werden sollte. Auch im Islam wurden Katzen verehrt. So empfahl Mohammed das Zusammenleben von Katze und Mensch. Bis in die heutige Zeit haben Künstler regelmäßig Katzen als Motiv für ihre Gemälde benutzt. Dabei werden sie entweder als Schmusetier, Begleiter der Menschen oder Jäger dargestellt.²⁶

²⁵ Vgl. Stieglitz, O., *Citizen Lassie*, 2009, S. 234.

²⁶ Gesamter Absatz: Vgl. Cawthorne, N., *Katzenbilder*, 2000, S. 9, 14, 17, 22, 30, 41, 43.



Abbildung 1: Katzenabdruck aus Indien (Combing, B., Feline Paws, 2013)

Neben dem Hund nimmt die Katze mit dem Aufkommen der Fotografie und dem bewegten Bild einen wichtigen Platz an der Seite des Menschen ein. Ihre Funktion und Bedeutung ist dabei vielschichtiger als jene des Hundes, der als Begleiter und treuer Freund dargestellt wird.

„Einerseits Tier aus der Ordnung der Raubtiere mit beträchtlicher Eigenständigkeit und Eigenwilligkeit, andererseits für Sauberkeit bekanntes ‚vierbeiniges Familienmitglied‘ mit entsprechenden sozialen Funktionen als ‚Kuscheltier‘, symbolisiert die Katze ebenso per se wie spezifisch die jeweilige Verbindung des Menschen zur Natur“.²⁷

Erste Auftritte von Katzen sind aus Stummfilmzeiten bekannt. Hier ist *Pepper the Cat* zu nennen. Marc Sennet von den Keystone Studios filmte die kleine Katze und setzte sie in verschiedenen Filmen als Hauptfigur ein. In Klassikern des 20. Jahrhunderts wie *Frühstück bei Tiffanys* oder *Der Pate* werden Katzen hauptsächlich als Begleittier der Hauptperson dargestellt. In Science-Fiction-Filmen wie *Matrix* treten sie darüber hinaus auch als Unterstützer der Menschen auf und verfügen dabei oftmals über außergewöhnliche Fähigkeiten,

²⁷ Brede, J.R., Born to be, 2017, S. 166

die sie zur Lösung von Problemen befähigen, an welchen die Menschen allein scheitern würden.²⁸

Wegen der vielschichtigen Natur der Katze zeigt sich die Darstellung von Katzen in Fernsehfilmen, Serien und Kinofilmen sehr facettenreich. Sie werden als miauend, schnurrend, fauchend, in unterschiedlichen Farben (schwarz, weiß, rötlich, gestreift), allein, zu zweit, im Rudel, als Begleiter, bedrohliche Jäger oder Unterstützer präsentiert. Sie bedienen gängige Klischees, indem sie verloren gehen wie in *Verblendung* oder *...und jeder sucht sein Kätzchen*. Oft sind sie auf Bäumen zu finden (*Superman*, *Ladykillers*) und sollen von dort geholt werden, um sie ihren Besitzern zurück zu bringen. Ihnen wird Schläue zugesprochen, weshalb sie in James Bond Filmen (*Sag niemals nie*, *Man lebt nur zweimal*, *Liebesgrüße aus Moskau*) oft auf dem Schoß des Bösewichts zu sehen sind. In dieser Position werden sie zugleich als verschmust dargestellt, was wiederum die Bösartigkeit in der Natur des Schurken abschwächt, wenn er die Katze liebevoll streichelt. Katzen können auch bedrohlich wirken wie in *Das Grab der Ligeia* oder wie die Riesenkatz in *Die unglaubliche Geschichte des Mister C*. Darin symbolisiert die Katze das Wildtier und seinen Jagdinstinkt, die unbeherrschbare Natur, in deren Gegenwart der Mensch machtlos erscheint. Insbesondere in Science-Fiction-Filmen oder Fantasy-Produktionen verfügen Katzen oft über versteckte Fähigkeiten oder einen siebten Sinn. Im Animationsfilm *Die Katze des Rabbiners* kann die Katze sprechen. In *Sen-nen Joō (Die Königin der 1000 Jahre)* tritt eine Katze als Beschützerin bzw. Unterstützerin der Heldenfiguren auf. In *Matrix* können sie Programmierfehler in der laut Narration des Films künstlich programmierten Welt vorhersehen und in *Die Katze aus dem Weltall* verfügt die Katze mittels eines leuchtenden Halsbands über telekinetische Fähigkeiten. Katzen können wiederum gute Zuhörer sein wie in dem Film *Camille, verliebt nochmal*. Katzen erscheinen auch häufig im Vorspann oder zu Beginn eines Films. Sie fungieren dort oftmals als Symbol eines furchtlosen Anführers, der die Zuschauer in eine andere Welt entführt. Auffällig ist, dass Katzen in Verbindung mit Menschen im Film häufig eine aufwertende Bedeutung einnehmen, indem sie bösen Charakteren einen Hauch von Güte vermitteln oder Helden unterstützen. Sie können aber auch selbst als Helden auftreten wie in *Aristocats* und *Cats and Dogs*.²⁹

Diese Vielfalt spiegelt die zuvor erwähnte Ähnlichkeit des Menschen mit der Katze und die enge, aber gleichzeitig facettenreiche Bindung zwischen Mensch und Katze wider. Beispielhaft

²⁸ Vgl. Actun, K./ Backhaus, T./ Beaucamp, S./ Bolte, M./ Der Dogtari/ Kuhn, C./ Prang, J./ Steffen, A./ Klickermann, J. & Wenz, C., Tierische Darsteller, 2018.

²⁹ Gesamter Absatz: Vgl. Lagier, L., Katze im Film, 2014.

hat dies auch Andrew Lloyd Webber in seinem Songtext *The Ad-Dressing of Cats* im Musical *Cats* wiedergegeben:

“You've heard of several kinds of cat [...]
You've learned enough to take the view
That cats are very much like you
You've seen us both at work and games
And learnt about our proper names [...]
But how would you ad – dress a cat
So first, your memory I'll jog
And say: A cat is not a dog”³⁰

Doch nicht nur in der darstellenden Kunst, in Film und Fernsehen, sondern auch im Internet, insbesondere auf Video-Plattformen wie YouTube, ist die Katze ein nicht mehr wegzudenkendes Motiv, das sich allgemeiner Beliebtheit erfreut.³¹ Neben Katzenvideos sind für den Internetauftritt von Katzen Bildmakros zu nennen, wie sie auf Seiten wie Online Foren oder Social Networks (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) auftauchen. Das Phänomen von Katzenbildern geht bis ins 19. Jahrhundert auf die Produktion von Grußkarten mit Katzenfotos zurück, die der Fotograf Harry Pointer 1870 anfertigte. Die modernen Katzen-Bildmakros weisen Ähnlichkeiten zu ihren Vorläufern auf und sind insofern kein exklusives Internetphänomen.

Diese Übersicht über die mediale Darstellung von Katzen weist auf die Beliebtheit dieser Tiere bei den Menschen hin. Zugleich werden damit Fragen angerissen, die außerordentlich facettenreich sind und deren Beleuchtung vor dem Hintergrund der langandauernden Beziehung zwischen Katze und Mensch praktisch nicht frei von persönlichen Gesichtspunkten erfolgen kann.

1.3 Forschungsfragen und Vorgehensweise

Diese Masterarbeit befasst sich mit dem Phänomen von Katzenvideos auf YouTube. Vor dem Hintergrund der oben aufgezeigten breiten Entwicklung der Darstellung von Tier- und darunter Katzenbildern und ihrer fortschreitenden Präsentation in Gesellschaft und Medien werden die

³⁰ Webber, A.L., *Cats*, 1981.

³¹ Vgl. Actun, K./ Backhaus, T./ Beaucamp, S./ Bolte, M-/ Der Dogtari/ Kuhn, C./ Prang, J./ Steffen, A./ Klickermann, J. & Wenz, C., *Tierische Darsteller*, 2018.

Antriebskräfte, die zu dem speziellen Phänomen der Katzenbilder und -videos im Internet führten, die typisierten Eigenschaften, mögliche Erfolgsgründe und die Bedeutung von Cat Videos, ihre Begleitumstände und Auswirkungen und schließlich konkrete Kanäle und Videos zum Thema untersucht.

Es erfolgt eine Untergliederung der Hauptarbeit in drei Abschnitte vor dem zusammenfassenden Resümee. Der erste Abschnitt widmet sich in Kapitel 2 dem Phänomen der Katzenbilder im Internet unter Berücksichtigung von dessen Entwicklung. Behandelt werden die Entwicklung des Web 2.0, das Aufkommen von Memes, die Bedeutung von Videoplattformen und YouTube für Cat Content und der Stellenwert solcher Videos, die Standardkonzepte und Beliebtheitsgründe der Katzenvideos und die Positionierung von YouTube. Im zweiten Abschnitt wird in Kapitel 3 auf die Begleitumstände von Cat Videos (Going Viral, Globalisierung, Auswirkungen/Folgen, Professionalisierung) eingegangen. Im dritten Abschnitt werden in Kapitel 4 auf den Erkenntnissen der vorigen Abschnitte aufbauend einzelne erfolgreiche YouTube-Channels vorgestellt, entsprechend dem Inhalt ihrer Videos miteinander verglichen und auf ihre Konzepte und Erfolgsgründe hin untersucht. Dabei werden die Kanäle in vier Hauptkategorien eingeteilt: Videos über berühmte Katzen, Videos zur Katzenhaltung bzw. über die Beziehung zwischen Mensch und Katze, unterhaltende und pädagogisch motivierte Videos über Großkatzen und schließlich Katzenvideos, die auf den Unterhaltungswert ausgerichtet sind. In Kapitel 5 wird ein Resümee gezogen.

Diese Arbeit soll folgende Fragen beantworten: Wie haben sich Katzen zum Internetphänomen entwickelt? Welche Begleitumstände lassen sich dabei beobachten? Wie werden Katzen auf YouTube dargestellt und welche Darstellungsformen erfreuen sich besonderer Beliebtheit?

2 Katzenbilder und ihre Entwicklung zum Internetphänomen

Die Digitalisierung eröffnet neue Möglichkeiten der Darstellung von Katzenbildern, über Fotos und Memes bis hin zu Privatvideos über Katzenhaltung oder lustige Szenarien mit den Vierbeinern. Grundlage dafür bot unter anderem die Entwicklung des Web 2.0 und dessen Begleiterscheinungen.

2.1 Entstehung des Web 2.0

Das Konzept von Web 2.0 wurde erstmals im Rahmen eines Brainstormings zwischen *O'Reilly* und *MediaLive International* zur Sprache gebracht. Anlass dafür war eine Beobachtung Dale Doughertys und Tim O'Reillys hinsichtlich neuer Entwicklungen im Web. Nach dem Kollaps der Marktbewertung von dot-com-Unternehmen entstanden sprunghaft eine Reihe neuartiger Anwendungen und Webseiten. Jedoch herrschte Uneinigkeit darüber, wie dieses Phänomen der neuen Entwicklungsdynamik zu bezeichnen sei und ob eine Unterscheidung zwischen einem Web 1.0 und einem Web 2.0 dadurch notwendig werde. Darauf aufbauend entstand der Gedanke einer Web 2.0-Konferenz mit dem Ziel, eine Definition für das Phänomen Web 2.0 zu finden und dieses gegenüber dem Web 1.0 klar abzugrenzen.³²

Web 2.0 hat keine festen Grenzen, verfügt aber über eine Art Gravitationskern. Das Web 2.0 nutzt eine Reihe von Prinzipien und Praktiken, die zahlreiche Webseiten und Anwendungen miteinander und auch mit dem und über den selben Kern verbinden.³³ Das Web als Plattform stellt dabei den sogenannten Gravitationskern dar. Merkmale des Kerns bzw. der Plattform sind zum einen die Möglichkeit für Nutzer, den Inhalt und die Aufbereitung ihrer Daten selbst zu bestimmen, zu konfigurieren und zu bearbeiten. Zum anderen zählen zu den Merkmalen verschiedene Kernkompetenzen (Dienstanbieter/Host-Services anstelle von zu installierender Software, Beteiligungsstrukturen wie Foren, kosteneffiziente Skalierbarkeit, neu verknüpfbare Datenquellen und Datentransformationen, Software für mehr als ein Gerät, Zugriff auf Schwarmintelligenz).³⁴

³² Gesamter Absatz: Vgl. O'Reilly, T., Web 2.0: design patterns, 2011, S. 216-217.

³³ Vgl. O'Reilly, T., Web 2.0: design patterns, 2011, S. 217-218.

³⁴ Vgl. O'Reilly, T., Web 2.0: design patterns, 2011, S. 223-224.

Das Web 2.0 gründet auf der Nutzung kollektiver Intelligenz, auf netzwerkbasierenden Angeboten, erstellt von und für die Gemeinschaft der Nutzer. Anwendungen, die sich kollektiver Intelligenz bedienen, sind von Verwaltungsprozessen abhängig. Diese Prozesse unterliegen einem großen Zustrom von Daten und reagieren zugleich auf diese Daten, die in Echtzeit von Nutzern generiert werden. Im weiterentwickelten Web-System entstehen Daten-Subsysteme, die Orte, Identitäten (von Menschen, Produkten, Orten) und Bedeutungsstränge miteinander verbinden und daraus Wettbewerbsvorteile für jene Anbieter generieren, die darauf zugreifen. Je mehr Benutzer und Sensoren dazu beitragen, Anwendungen, Plattformen und deren Entwickler mit Daten und Informationen zu versorgen, desto besser werden die Möglichkeiten, schnell und effizient auf auftretende Probleme zu reagieren. Das Ergebnis ist das exponentielle Wachstum von Optionen der Nutzung des Internets.³⁵

Das Web 2.0 zeichnet sich dadurch aus, dass Daten im Gegensatz zu klassischen Medien und dem frühen Internet nicht mehr nur vom Nutzer empfangen werden, sondern von diesem auch produziert und geteilt werden. Er gestaltet das Web 2.0 als Plattform aktiv mit, indem er Daten hochlädt, also Inhalte produziert, kommentiert, liket und teilt. Dies kann in jeder Form von Text, Audio, Bild, Video und anderen Daten geschehen. Der vorher passive User, der professionell bereitgestellte Information empfängt, wird zum aktiven „Produser“, der Information sendet und gestaltet. Das bedeutet, ein jeder kann sich durch die Möglichkeiten des Web 2.0 als Künstler, Schriftsteller, Musiker oder Filmemacher betätigen und damit erfolgreich werden, ohne dabei auf traditionelle Ausbildungswege und mediale Angebote zurückgreifen zu müssen.

Web 2.0 ist somit mehr als nur eine Bewegung oder nur ein technologisches Phänomen:

*“It applies to any online experience that allows the user to help create, edit, or revise the content of a website, interact with other users, share pictures, music, and so on. [...] In this topsy-turvy galaxy, no person, fact, or event is beyond your grasp”.*³⁶

Web 2.0 ist damit sowohl eine digitale Bewegung als auch ein technisches Phänomen, das eine weltweite Vernetzung aller Menschen ermöglicht und sie zu Mitschöpfern der digitalen Welt macht. Der Mensch wird zum Schöpfer und Konsumenten zugleich, der in Form von Texten, Bildern, Ton oder Videos seine Botschaften mit der digitalen Welt teilt.

³⁵ Gesamter Absatz: Vgl. O'Reilly, T. & Battelle, J., Web Squared, 2011, S. 231-232.

³⁶ Siegel, L., dream, 2011, S. 295.

2.2 Aufkommen von Cat Image Macros und Cat Memes als Internetphänomen

Die Wertschätzung für Katzenbilder entstammt dem privaten gesellschaftlichen Bereich; die Menge der Individuen teilt in der Breite den Wunsch, „sein“ geliebtes Haustier herauszustellen und zu zeigen. Dieses verbreitete Individualbedürfnis, welches wegen seiner Massenhaftigkeit in ein gesellschaftliches Gesamtphänomen übergeht und daher als Bedürfnis oder Wunsch des „Teilpublikums der Katzenfans“ (nachfolgend: die „Katzenfans“) bezeichnet werden kann, trifft auf die Medienentwicklung des Web 2.0. Durch dieses Zusammentreffen kann der sich aus vielen Individualbedürfnissen ergebende Publikumswunsch der Katzenfans nach Verbreitung des Bilds oder der Darstellung des geliebten Haustieres Katze in technisch leicht zugänglicher, wirtschaftlich erschwinglicher Weise durch Teilen des Bilds erfüllt werden. Aus dieser Kombination von technischer Möglichkeit und Bedürfnis ergab sich die massenhafte Verbreitung von Katzenbildern im Web. Diese Entwicklung kann als „Internetphänomen“ bezeichnet werden.

Für das sich der Web-Nutzung als Produzent annähernde Publikum der Katzenfans wurde es einfach, bei ihrer Nutzung des Web 2.0 dort Bilder ihres geliebten Fotoobjekts, der Hauskatze, hochzuladen und zu teilen. Es haben sich spezielle Websites und Foren zum Austauschen solcher Katzenbilder entwickelt. Es begann das Internetphänomen des „Cat Content“.

Eine Weiterentwicklung dieser im Publikum verbreiteten Verhaltensweise des Teilens von Katzenfotos bot sich in der Weise an, die hochgeladenen Fotos mit Texten und Kommentaren zu versehen oder durch Dritte versehen zu lassen. Derartige „Image Macros“, d. h. Bilddateien mit Text im Bild, wurden so häufig auch als „Meme“ verwendet, dass Image Macros und Memes mit Cat Content in der aktuellen Entwicklung als eigenständige Gattung unter den Internetphänomenen bezeichnet werden können.

Der Begriff „Meme“ ist weniger gegenständlich als der Begriff „Image Macro“ und wird unterschiedlich definiert, zumeist aber für im Internet kursierende witzhafte Informationen unterschiedlicher Dateiformate verwendet. Von daher überlappen sich im Internetsprachgebrauch die Verwendung der Wörter „Image Macro“ und „Meme“. Der Begriff „Meme“ wurde von dem Evolutionsbiologen Richard Dawkins entwickelt, der die Bedeutung des Kunstworts als natürliche Verbreitung, Replikation und

Modifikation von Ideen und Kulturen innerhalb der darwinistischen Hypothese kultureller Evolution beschrieb.³⁷ Merkmale eines Memes sind demnach die Erlernbarkeit und der Erwerb von Ideen und Fertigkeiten, die anhand von Reproduktions- und Replikationsmechanismen verbreitet werden.³⁸ Carl Chen konkretisierte diese Definition in Bezug auf das Internet, indem er sie um die digitale Komponente erweiterte. Memes sind danach verbreitbare Informationen, die durch digitale Mechanismen und Internettechnologie zu einem wichtigen, teils konfliktreichen, aber auch humorvollen Bestandteil der Internetkultur wurden. Diese Internetmemes (z.B. lustige Zitate, Bildmakros, Videos) werden von Internetnutzern aus Online Communities erstellt.³⁹ Nach heute gängig gewordenem Internet-Sprachgebrauch handelt es sich bei Memes im weiteren Sinne um „Bilder, Gifs, Videos oder Tonspuren, welche sich innerhalb kürzester Zeit global über das Internet verbreiten, um dann rezipiert, kommentiert und reproduziert zu werden“.⁴⁰

Bilddateien in der Form von Image Macros verbreiteten sich lawinenartig im Internet und wurden in Folge dieser herausragenden Präsenz von vielen Foren als störend und aufdringlich empfunden; von einigen Foren wurden sie deshalb nicht mehr zugelassen. Zugleich bildeten sich aber auch Foren heraus, bei denen Image Macros und Memes, gerade auch solche mit Katzenbildern, zur Anreicherung des Nutzerkreises willkommen waren und nach wie vor sind. Das beste Beispiel für ein begrüßendes Forum hinsichtlich Cat Memes und Cat Image Macros ist 4chan.org. Dabei handelt es sich um ein anonymes Bilder Posting Board, wo derartige Dateien gern und ausgiebig betrachtet und geteilt werden.⁴¹

Dieses vervielfältigte Angebot von Katzenbildern im Internet trifft auf eine enorme Nachfrage nach ebensolchen Katzenbildern. Laut Google AdWords wird der Begriff „Cat“ seit 2014 monatlich zwischen 1 Million und 10 Millionen Mal gegoogelt (vgl. Abbildung 2).

³⁷ Vgl. Dawkins, R., *Gen*, 1976, S. 192-195.

³⁸ Vgl. Schurz, G., *Evolution*, 2011, S. 192.

³⁹ Vgl. Chen, C., *memes in 4chan*, 2012, S. 7.

⁴⁰ Humbugbugger, *Memes und Semiotik*, 2013.

⁴¹ Vgl. Brubaker, J., *Wants moar*, 2008, S. 118.

Zielregionen: Alle Standorte		Sprache: Englisch	Suchnetzwerke: Google
Keyword-Ideen		cat, Katze	KEYWORD-IDEEN HERUNTERLADEN
		Alle verfügbaren Daten Juli 2014 bis Juni 2018	
		FILTER SPALTEN	
☐	Keyword (nach Relevanz)		Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat
☐	cat		1 Mio. – 10 Mio.
☐	kittens		100000 – 1 Mio.
☐	cats for sale		10000 – 100000
☐	bengal cat		100000 – 1 Mio.
☐	kittens for adoption		10000 – 100000
☐	ragdoll cat		100000 – 1 Mio.
☐	cat breeds		100000 – 1 Mio.

Abbildung 2: Weltweite Suchanfragen von „Cat“ bei Google zwischen 2014 und 2018, monatlicher Durchschnitt.⁴²

Dabei ist der Suchbegriff „Cat“ bzw. „Katze“ laut Google Trends seit 2004 tendenziell leicht steigend beliebt (vgl. Abbildung 3).



Abbildung 3: Weltweites Interesse am Suchbegriff „Cat“ bzw. „Katze“ im zeitlichen Verlauf.⁴³

Die Werte geben das Suchinteresse relativ zum höchsten Punkt im Diagramm für die ausgewählte Region im festgelegten Zeitraum an. Der Wert 100 steht für die höchste Beliebtheit dieses Suchbegriffs. Der Wert 50

⁴² Quelle: Google AdWords unter <https://adwords.google.com>. Es wird ein Konto benötigt. (Abgerufen am 16.7.2018)

⁴³ Quelle: Google Trends unter <https://trends.google.de/trends/explore?date=all&q=cat%20%2B%20Katze>. (Abgerufen am 16.7.2018)

bedeutet, dass der Begriff halb so beliebt ist und der Wert 0 bedeutet, dass für diesen Begriff nicht genügend Daten vorlagen.

Eine Entwicklung als spezifische Erscheinungsform von Image Macros bedeutete die massenhafte Verbreitung im Web 2.0 der sogenannten „LOLcats“. Der Begriff „LOLcats“ setzt sich zusammen aus dem Internetakronym LOL – für „laughing out loud“ – und cats.⁴⁴ Image Macros als LOLcats zeichnen sich speziell dadurch aus, dass der zugehörige Text im Bild der Katze – meist Hauskatzen in lustigen oder seltsamen Posen – den angeblichen Gedanken der Katze im Moment der Fotoaufnahme entsprechen soll. Charakteristisch für Memes in diesem Sinne ist die Kombination aus lustigem, verstörendem oder seltsam wirkendem Katzenbild und einem darübergelegten Text in Form von „LOLspeak“ (d.h. gebrochenem Englisch, vermischt mit Internetterminologie).⁴⁵ Dieser ist in der Regel grammatisch falsch, da die gedachte Figur der Katze natürlich nicht buchstabieren kann, was ihren Charme als meist ungeschickter Dummkopf erhöht. Oft werden Sprachwitze verwendet, die sich auf „Katzensprache“ und -begriffe beziehen (meow etc.) und die entsprechenden korrekten Begriffe ersetzen.

Die ersten LOLcats tauchten in verschiedenen Internetforen (z.B. 2003 *Something Awful*, 2005 *YTMND*, 2006 *4chan*) auf und verbreiteten sich von dort auf andere Bereiche des Internets. LOLcats sind als Folge der kulturhistorischen Verbreitung von Katzenbildern zu betrachten, die alle Aspekte des Lebenszyklus von Internet-Memes durchlaufen haben.⁴⁶

Populär wurden LOLcats und „LOLspeak“ durch das Blog *I can Has Cheezburger?* von Eric Nakagawa und Kari Unebasami im Jahr 2007. Die Webseite verfügte über ein Image Posting Board, welches Nutzern das Teilen und Kommentieren von Bildern ermöglichte. Namensgebend für das Blog war das Bild einer Katze mit schmusrigem, bettelndem, jedenfalls assoziationsoffenem Gesichtsausdruck (vgl. Abbildung 4) mit beigegebenem Text „I Can Has Cheezburger?“.⁴⁷

⁴⁴ Vgl. Brubaker, J. R., *Wants moar*, 2008, S. 118.

⁴⁵ Vgl. Chen, C., *memes in 4chan*, 2012, S. 7.

⁴⁶ Vgl. Dagsson Moskopp, N., & Heller, C., *Internet-Meme*, 2013, S. 73-79.

⁴⁷ Vgl. Brubaker, J. R., *Wants moar*, 2008, S. 117.



Abbildung 4: LOLcats Pionierbild (About LOLcats, zitiert von Brubaker, J.R., Wants moar, 2008, S. 118)

Das Bild wurde bereits zuvor im Unterforum *random /b/* der 4chan.org-Community erstmals gepostet und löste durch die Webseite *I Can Has Cheezburger?* einen regelrechten Hype aus, der als das Phänomen LOLcats bekannt wurde.

LOLcats erfreuten sich seitdem schnell großer Beliebtheit, inspirierten andere Bildmakros und entwickelten sich in Folge zu einem internetweiten Bestandteil der Populärkultur. Die Fotos zeigen Katzen in solchen Darstellungen oftmals nicht als grazil und anmutig, sondern in wenig schmeichelhaften Momenten oder mit „dummen Gesichtsausdrücken“. Die Katzen werden also anthropomorphisiert und ihnen werden durch den Kontext der Aufnahme und des Texts menschliche Charakteristika unterstellt. Als kultureller Aspekt einer Online Community ermöglicht die LOLcats-Bewegung außerdem Einblicke in kulturelle Interessen, Werte und Meinungen ihrer Schöpfer. Neben dem Unterhaltungswert verfügen LOLcats über das Potenzial, soziale Werte zu beeinflussen, indem anhand der Bilder und Texte Botschaften übermittelt werden.⁴⁸

LOLcat-Nutzer lassen sich gemäß Miltner nicht als homogene Gruppe verstehen. Vielmehr können mindestens drei Gruppen voneinander unterschieden werden: Cheezfrenz, MemeGeeks

⁴⁸ Vgl. Chen, C., memes in 4chan, 2012, S. 7-8.

und Casual Users.⁴⁹ Cheezfrenz (auch Cheezpeeps) werden Mitglieder der Community *I Can Has Cheezburger?* genannt. Es handelt sich bei ihnen um Katzenliebhaber, die sich täglich mit LOLcats befassen, Bilder erstellen, diese teilen oder sammeln. Hauptmerkmal dieser Gruppe ist ihr enger Bezug zu der *I Can Has Cheezburger?*-Gemeinschaft. Der Gruppe gehören hauptsächlich Frauen zwischen 21 und 72 Jahren an.⁵⁰ Anders verhält es sich mit der Geschlechterverteilung bei den MemeGeeks, die vorwiegend (66%) männlich (zwischen 24 und 28 Jahren) sind und häufig in der digitalen Industrie arbeiten.⁵¹ Der Name der Gruppe setzt sich zusammen aus „Meme“ und „Geek“, wobei die Titulatur „Geek“ (etwa: merkwürdiger, ungeschickter Experte/Enthusiast) nicht negativ gemeint ist, vielmehr als Kompliment zu verstehen ist. Miltner erläutert dazu: Das Interesse der MemeGeeks an LOLcats ist nostalgischer Natur, da die LOLcat als Gründungsvater aller Bildmakros betrachtet wird und damit einen besonderen Stellenwert für die Gruppe einnimmt. Nur eine Minderheit innerhalb der Gruppe beschäftigt sich aktiv mit LOLcats, während die Mehrheit andere Memes in den Fokus ihres Interesses gerückt hat. Die Beteiligung der letzteren besteht hauptsächlich in der Erstellung und Teilung der Bilder auf Reddit und 4chan. Da sie sich häufig als Kinder des Internets betrachten, umfasst ihr Interesse in der Regel die gesamte Internet- und Computerkultur.⁵² Der Begriff „Casual Users“ steht für alle Gelegenheitsnutzer, die in unregelmäßigen Abständen Katzenbilder suchen, teilen und sammeln. Sie erstellen keine eigenen Bilder, kommen aus unterschiedlichen Branchen und sind gleichmäßig auf alle Geschlechter verteilt. Gemeinsam ist ihnen die Würdigung süßer, anthropomorphisierter und lustiger Katzenbilder. Viele unter ihnen sind selbst Katzenbesitzer, worauf sich ihr Interesse an LOLcats gründet. Im Gegensatz zu den anderen Gruppen sind sie weniger auf 4chan, Reddit oder *I Can Has Cheezburger?* unterwegs. Stattdessen sind sie stärker in sozialen Netzwerken wie Instagram, Facebook oder Twitter vertreten, sofern sie nicht Mail-Dienste zum Teilen der Bilder verwenden.⁵³

Die oben als Begriff für eine technisch teilbare Erscheinungsform im Netz bereits vorgestellten Memes spielen eine wichtige Rolle bei der Entstehung von Gruppenidentitäten und sozialen Grenzen. Memes, speziell Bildmemes, sind nicht gesondert voneinander, im Sinne individueller Bilder, sondern als Kollektive mit ähnlichen Eigenschaften und Funktionen zu betrachten.

⁴⁹Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 4-5.

⁵⁰Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 5.

⁵¹Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 5.

⁵²Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 5.

⁵³ Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 4-5.

Darüber hinaus spielen sie eine wichtige Rolle für die zeitgenössischen Formulierungen politischer Partizipation und kultureller Globalisierung.⁵⁴ Verschiedene Meme-Genres erfordern unterschiedliche Netz-Grundkenntnisse. Manche können von jedem erstellt und verstanden werden, andere sind abhängig von technischem Know-how und/oder Insiderwissen über Subkulturen.⁵⁵ Neben der Klassifikation von Genres anhand von Gruppen, die sich auf individuelle Weise mit Memes auseinandersetzen, zählen auch der Stil eines Memes, dessen Konzeption und die Machart zu wesentlichen Faktoren der Differenzierung und Abgrenzung einzelner Genres zueinander.⁵⁶ Shifman nennt in diesem Kontext die Genres „Reaction Photoshops“, „Photo Fads“, „Flash Mobs“, „Lipsynchs“, „Misheard Lyrics“, „Recut Trailers“, „Stock Character Macros“ und „Rage Comics“, wobei er „LOLCats“ als eigenes Genre innerhalb des Meme Genre Korpus verortet.⁵⁷

Betrachtet man LOLcats als eigenständiges Genre von Memes, so besteht eine Besonderheit darin, dass LOLcats Elemente der anderen Genres enthalten können bzw. sich mit diesen überschneiden. Das Hauptmerkmal von LOLcats stellen die Katzendarstellungen mit überlagertem Text dar, jedoch kommen Überlappungen mit anderen Meme-Standards vor, wie mit Reaction Photoshop (z.B. Katze vor historischem Hintergrund), Stock Character Macros (z.B. Faules Kätzchen, vgl. dazu Abbildung 5), Rage Comics (z.B. beißende Katze, schlagende Katze, davonlaufende Katze in Bildabfolge mit überlagertem Text, vgl. dazu Abbildung 6) oder auch Recut Trailers (z.B. Zusammenschnitt von Szenen aus *Aristocats* oder *Cats and Dogs* mit Untertiteln, die eine andere Geschichte oder Fortsetzung erzählen), die Katzen zur Hauptattraktion ihres Inhalts erheben.



Abbildung 5: Faules Kätzchen (bearbeitet nach Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 6.)

⁵⁴ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 170-171.

⁵⁵ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 100.

⁵⁶ Vgl. Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 5.

⁵⁷ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 102-118.



Abbildung 6: Rage Comic mit Katzen (bearbeitet nach Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 6, 7, 11.)

2.3 Cat Videos im Netz: Stellenwert, Standardkonzepte und Beliebtheitsfaktoren

Das Web 2.0 ermöglicht allen Menschen mit Zugang zum Internet die Präsentation unterschiedlicher Formen der Kunst, Gestaltung und sonstiger Ausdrucksformen (z.B. Texte, Bilder, Grafiken, Memes, Videos). Dabei nehmen Katzenvideos auf Videoplattformen einen besonderen Stellenwert für das Gestaltungs-, Präsentations- und Betrachtungsinteresse ein. Zum einen sind sie eine Folge technischer Möglichkeiten des Amateurfilms, zum anderen eine Weiterentwicklung des LOLcats-Phänomens. Die Beliebtheit von Cat Videos gründet auf der

engen Beziehung zwischen Katze und Mensch wie auch auf der Sehnsucht des Menschen nach der Unabhängigkeit und Freiheit der Katze. Die Katze erfreut, weil sie auch unter Beobachtung ihrem natürlichen Instinkt folgt.

Die Videoplattformen boten dem Publikumsteil der Katzenfans die Möglichkeit, sein wertgeschätztes Haustier in bewegten Bildern mit Ton darzustellen und zu verbreiten und damit eine neue Erzählebene zu erreichen. Auf den vorherigen Fotodarstellungen im Web stand die Gestalt, das Aussehen der Katze im Fokus. Demgegenüber steht in den Nutzungsmöglichkeiten der Videos die Bewegung im Mittelpunkt und damit die Möglichkeit der Darstellung der Verhaltensweise, die den weiterführenden Blick auf Wesensmerkmale oder auch den zugeordneten Charakter der Katze ermöglicht.

Shafer klassifiziert Katzenvideos als Meilensteine erster Internetvideos, als Entwicklungsankündigung, vergleichbar mit den Stummfilmen früher Kino- und Fernsehproduktionen. Sie sind kurzgehalten und mit großem Engagement gedreht. Meist handelt es sich um Amateurfilme, die Live-Szenarien filmisch abbilden und mittels moderner Technologie im Internet Verbreitung finden. Gemeinsam mit frühen Filmen ist ihnen die Dramatisierung des Vertrauten. Wie die Stummfilme für die Filmindustrie sind die ersten Katzenvideos Beispiele für erste Formen ästhetischer Präsentationen im Internet, deren Schwerpunkt auf Realismus und Spektakel liegt.⁵⁸ Im Gegensatz zum narrativen Film interagieren Filme dieser Art direkt mit dem Publikum. Sie sind ausgerichtet auf die Reaktion, die sie bei den Zuschauern auslösen. Folgeproduktionen stellen dabei in der Regel eine Antwort auf diese Reaktion dar, diese Form dramaturgischer Darstellung wird auch als „Cinema of Attraction“ bzw. „Film der Attraktion“ bezeichnet.⁵⁹

Katzen sind heute nicht länger nur Symbole der Mythologie und Kunst, sondern auch der Populärkultur und der Medienindustrie. Ohnehin war die historische und kulturelle Bedeutung von Katzendarstellungen seit ihrer Domestizierung vor 8-10.000 Jahren einem ständigen Wandel unterworfen.⁶⁰ Die heute erreichte weltweite Popularität von Cat Videos ist nach wie vor geprägt von der besonderen Bindung zwischen Mensch und Katze. In Folge ihrer Beliebtheit und der hohen Zuschauerzahlen von Cat Videos im Internet veranstaltet das Walker Art Center in Minneapolis seit 2012/2013 jährlich ein Katzenvideo-Festival, beginnend mit

⁵⁸ Vgl. Shafer, L./Smith, H. & Smith, W., Internet aesthetic, 2012, S. 1.

⁵⁹ Vgl. Gunning, T., Cinema of Attraction, 1986, S. 63-70.

⁶⁰ Vgl. Discroll, C.A./Clutton-Brock, J./Kitchener, A.C. & O'Brien, J.S., Cat, 2009, S. 71-75.

Videos über Stars wie *Lil Bub*, *Grumpy Cat* und *Henri*, hin zu allgemeinen Katzenvideos (z.B. tanzende Katzen, überraschte Katzen, herunterfallende Katzen, spielende Katzen etc.) die für das Festival nominiert wurden.⁶¹ Das Festival wird inzwischen auch international veranstaltet, beispielsweise am 31. August 2017 im Rahmen des dotdotdot Kurzfilmfestivals in Wien. 2018 findet das Festival im Haupthof des MuseumsQuartiers in Wien statt.⁶² Der Stellenwert von Katzenvideos scheint also noch immer zu steigen.

Es existieren zahlreiche Sub-Genres von Katzenvideos.⁶³ Neben Unterhaltungsvideos haben auch wissenschaftliche Dokumentationen und Videos über Katzenhaltung ihren Weg auf Videoplattformen gefunden. Während Unterhaltungsvideos von Amateurfilmern erst auf den zweiten Blick ihren Wert für die Wissenschaft offenbaren, handelt es sich bei wissenschaftlichen Dokumentationen und Videos zur Katzenhaltung um Videos mit vorrangiger Lehrfunktion, die als solche für das Publikum sofort ersichtlich sind.

Katzenvideos sind meist nicht narrativ. Wie die ersten Filme präsentieren sie das Alltägliche vor bekanntem Hintergrund (z.B. Garten, Wohnzimmer oder Küche als Schauplätze der Handlung). Damit visualisieren sie die Schönheit des Gewöhnlichen und verwandeln es in ein Abenteuer, in eine persönliche, teils emotionale Mitteilung. Das Besondere an Katzenvideos ist, dass sie als Filme der Attraktion das Publikum direkt einbeziehen und durch die Präsentation auf Videoplattformen direkte Interaktionen der Zuschauer mit den Produzenten ermöglichen. Das Ausmaß des Publikumserfolgs lässt sich auch anhand der Aufrufzahl unter dem Video genau ablesen.⁶⁴ Die Produzenten sind sich des betrachtenden Publikums also sehr bewusst. Dies hat Einfluss auf die Ästhetik der Katzenvideos. Ästhetik und Bildinszenierung stehen bei einer Konzeptbetrachtung von Katzenvideos meist im Vordergrund, der Unterhaltungswert steht offenkundig vor wirtschaftlichen Faktoren.

Viele typische Katzenvideos sind geprägt von einer anfänglich ruhigen Atmosphäre, die im Verlauf des Films plötzlich unterbrochen wird. Die Katze ist dabei die Protagonistin, die durch ihr Handeln eine Veränderung in ihrer Umgebung auslöst. Durch die Unterbrechung wird ein überraschender und/oder lustiger Effekt generiert, der für die Betrachter Unterhaltungswert besitzt. Katzenvideos funktionieren nach dem Prinzip des Zeigens anstelle des Erzählens. Abrupte Enden und markante Unterbrechungen zählen zu den Hauptmerkmalen der

⁶¹ Vgl. O'Meara, R., *Do cats know*, 2014, S. 1.

⁶² Informationen dazu unter: www.facebook.com/events/459560121175868/. (Abgerufen am 15.7.2018)

⁶³ Vgl. O'Meara, R., *Do cats know*, 2014, S. 1-2.

⁶⁴ Vgl. Shafer, L./Smith, H. & Smith, W., *Internet aesthetic*, 2012, S. 2.

beliebtesten Videos. Daneben existieren zahlreiche Sub-Genres, die in Stil und Form variieren. Technisch bedienen sich viele dieser Videos unterschiedlicher Postproduktionstechniken, einschließlich Schnitt und Musik. User-Kommentare unterhalb der Videos reflektieren häufig Erfahrungen von Zuschauern mit eigenen Katzen oder Vergleiche mit ihrem eigenen Verhalten in ähnlichen Situationen. Die Bindung zwischen Katze und Mensch und die Niedlichkeit der Katzen haben dabei eine homogenisierende Wirkung, die sich von der anderer Tiere deutlich unterscheidet, da sie ungleich stärker ist. Da Katzenvideos allgemeine Charakteristika von Katzen abbilden, symbolisieren sie eine generische katzenartige Niedlichkeit.⁶⁵ Sie handeln insofern als „allegory for all cats of the earth, the felines that traverse myths and religions, literature and fables“.⁶⁶ Im Gegensatz zu Hunden werden Katzen häufig in Situationen gezeigt, die den Eindruck erwecken, sie seien sich der Beobachtung durch den Menschen nicht bewusst oder würden die Beobachtung ignorieren. Dies unterstreicht ihre Unabhängigkeit gegenüber dem Menschen und ihre Wildheit, die sie sich trotz ihrer Domestizierung erhalten haben. Außerdem impliziert eine Darstellung von Katzen, die den Eindruck erweckt, die Katze sei sich der Beobachtung unbewusst, eine „Ästhetik der Überwachung“ ohne Kontrolle und direkten Eingriff, wodurch der Eindruck von Authentizität und Realismus verstärkt wird.⁶⁷

Grundlegende Schlüsselmerkmale von Cat Videos sind laut O'Meara: a) ihre Erstellung durch Benutzer mobiler Geräte, b) Aufnahmen im häuslichen Milieu, c) Nutzung der Beobachtungseignung mobiler Geräte (Schnappschusseignung), d) Amateurhaftigkeit, e) minimalistischer Einsatz von Ton und Sprache, woraus sich eine vernachlässigbare Bearbeitungsnotwendigkeit und eine relativ kurze Drehdauer ergeben. Die Menschen neigen dazu, die Katze zu anthropomorphisieren und ihre eigenen Emotionen auf sie zu projizieren. Darüber hinaus haben Katzenvideos auf die Mehrheit der Zuschauenden eine positive Wirkung. Sie werden als niedlich befunden und erfreuen das Publikum auch dann, wenn das Live-Szenario objektiv betrachtet für die Katze selbst unter Umständen weniger lustig ist,⁶⁸ wie im Beispiel Cat vs. Printer von *gamook19*, in welchem eine Katze einen Drucker beobachtet, irritiert berührt und schließlich aufgrund der ruckartigen Bewegung des Druckers erschrocken von ihrem Stuhl springt. Das Video selbst endet abrupt noch während des Falls bzw. Sprungs

⁶⁵ Absatz bis zur Fußnote: Vgl. O'Meara, R., *Do cats know*, 2014, S. 1.

⁶⁶ Derrida, J., *The That*, 2008, S. 374.

⁶⁷ Vgl. O'Meara, R., *Do cats know*, 2014, S. 2.

⁶⁸ Absatz bis zur Fußnote: Vgl. O'Meara, R., *Do cats know*, 2014, S. 1.

der Katze. Die Kommentare unter dem Video beschreiben Assoziationen und Vergleiche der Zuschauer mit persönlichen Erlebnissen.⁶⁹

Gemäß Shafer reflektieren Katzenvideos sogenannte Schlüsseltrends des frühen Fernsehens, begleitet von einer „femininen“, häuslichen Note. Katzenvideos bieten eine Mischung aus Popart-Banalität, Avant-Garde-Gefühl und Hinneigung zum Surrealen bei Darstellung von Katzen. Als Weiterentwicklung bzw. Folge der Cat Memes erinnern diese Videos mit ihrem nostalgischen Touch an die ersten Tage des Internets. In ihrer oftmaligen Rückwärtsgewandtheit doch anhaltenden Beliebtheit erlauben diese Videos eine analytische Betrachtung der sich ändernden, dynamischen Verhältnisse der Medienlandschaft.⁷⁰

Katzenvideos sind eine Konsequenz der Allgegenwertigkeit von Kameras und Aufnahmemöglichkeiten, die in modernen Kommunikationsgeräten integriert sind. Die Produktion von Katzenvideos ist dabei gerichtet auf den Unterhaltungswert für die Zuschauer. Die Videos sind – wie O’Meara ausführt – mehr als das Abbild des Handelns von Katze und Mensch; indem der Mensch die Katze beobachtet und filmt, tritt er in eine Wahrnehmungsbeziehung zu dem Tier, das unabhängig vom Handeln des Menschen lebt und agiert. Das entspannte, natürliche Verhalten erzeugt bei der Betrachtung die Illusion einer für das Tier abgeschlossenen, eigenen Welt. Der Mangel an Bewusstheit der Katze und die Illusion von Authentizität bedingen eine emotionale Reaktion beim Publikum, die als süß, niedlich oder lustig beschrieben wird. Die Darstellung der unbefangenen Katzen verkörpert nach O’Meara damit eine komplexe Beziehung von Überwachung und Freiheit, wie sie in modernen menschlichen Zivilisationen zu beobachten ist. Katzenvideos spiegeln diese Welt der Menschen, in der Informationen der sozialen Kontrolle durch Regierungen, Unternehmen, Kollegen, Freunden und Familie unterliegen, dies jedoch mit dem Unterschied, dass sich die Katze der Überwachung nicht bewusst zu sein scheint oder diese ausblenden kann; dieses ist dem Menschen so meist nicht möglich. Die Beobachtung der Katze, die unabhängig von jedweder Meinung ihres Umfelds agiert, spricht die Sehnsucht des Menschen nach eben dieser Freiheit an. Durch die Beobachtung und Identifikation mit der Katze kann diese Sehnsucht auf emotionaler Ebene vorübergehend befriedigt werden. Darüber hinaus sprechen Katzenvideos das Bedürfnis des Menschen an, andere in ihrer Natürlichkeit zu beobachten, ohne mit

⁶⁹ Vgl. Gamook19, Cat vs. Printer, 2008.

⁷⁰ Gesamter Absatz: Vgl. Shafer, L./Smith, H. & Smith, W., Internet aesthetic, 2012, S. 3.

Konsequenzen rechnen zu müssen. Diese widersprüchlichen Aspekte, die Katzenvideos zu eigen sind, beeinflussen wiederum ihre Popularität auf Videoplattformen im Internet.⁷¹

Katzenvideos greifen alltägliche, gegenwärtige Themen auf, die ungeachtet sprachlicher Barrieren weltweit von allen Menschen auch ohne Wort und Schrift verstanden werden. In der Folge führt die Beliebtheit dieser Tiere beim Menschen auf Basis der weltweiten Vernetzung und der Leichtigkeit des Zugangs zum Netz zur Globalisierung des Phänomens von Katzendarstellungen und insbesondere Katzenvideos im Internet, welches damit auch die Aufmerksamkeit der Wirtschaft erregt.⁷²

2.4 Positionierung von YouTube für Cat Videos

YouTube wurde 2005 von Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim (ehemaligen Mitarbeitern von PayPal) gegründet.⁷³ Am 9. Oktober 2006 wurde das Unternehmen von Google Inc. für umgerechnet 1,31 Milliarden Euro in Aktien gekauft. Die Marke YouTube blieb bestehen und das Unternehmen wurde eine Tochtergesellschaft von Google Inc.⁷⁴

Der Hauptzweck von YouTube bestand zunächst darin, allen Nutzern des Internets das problemlose Teilen von Online-Videos zu ermöglichen. Dazu wurde ein einfaches Interface entworfen, welches Nutzern den Upload von Videomaterial und die Veröffentlichung der Inhalte erlaubte. Auch das Streaming der auf diese Weise veröffentlichten Videos wurde vereinfacht, um Menschen ohne technisches Know-how das Ansehen von Videos zu erleichtern. Zusätzlich wurde YouTube mit einer Kommentar- und Bewertungsfunktion ausgestattet. Auch eine Option, Videokanäle zu abonnieren, wurde installiert. Anhand der Kommentarfunktion konnte eine direkte Interaktion zwischen Produzent und Zuschauer ermöglicht werden. Weiter wurde die Möglichkeit eröffnet, YouTube-Videos in andere Webseiten einzubetten, wodurch YouTube einen gewichtigen Stellenwert für das Blogging erhielt. Es gab dabei keine Begrenzung hinsichtlich der Anzahl der uploadbaren Videos. In den Anfängen von YouTube bestand jedoch ein Limit für die zeitliche Länge der Videos.⁷⁵

⁷¹ Gesamter Absatz: Vgl. O'Meara, R., Do cats know, 2014, S. 2.

⁷² Vgl. Shafer, L./Smith, H. & Smith, W., Internet aesthetic, 2012, S. 4.

⁷³ Vgl. Rowell, R., YouTube, 2011, S. 46.

⁷⁴ Vgl. Rowell, R., YouTube, 2011, S. 71-72.

⁷⁵ Gesamter Absatz: Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 1.

Gleichzeitig entstanden und wuchsen soziale Netzwerke. Auf MySpace und Facebook konnten User YouTube-Videos direkt in ihre Profile einbetten oder zu ihnen verlinken. Die Ausbreitung dieser Plattformen ließ also auch YouTube wachsen.⁷⁶

YouTube bietet, wie erwähnt, sogenannte „Kanäle“ oder „Channels“ an. Dabei handelt es sich um das Profil eines Nutzers; hier sind seine Videos veröffentlicht, sofern er dies möchte. Er kann Videos auch als „privat“ einstellen, in diesem Fall können nur Nutzer mit Kenntnis der URL das Video ansehen. Der Kanal des Nutzers lässt sich weiter ausbauen, er kann seine Videos in Playlists ordnen und veröffentlichen, andere Kanäle empfehlen und einiges mehr. Andere Nutzer können diese Kanäle abonnieren und werden dann über neue Videos dieses Producers informiert.

Besonders die Möglichkeit des Teilens der YouTube-Videos – per E-Mail und später auch durch viele anderen Kanäle wie Messenger Services und soziale Netzwerke – und ihres Einbettens in andere Seiten sowie die Kommentarfunktion machten YouTube nicht nur zu einer einfachen Plattform für das Ansehen von Videos, sondern erzeugten auch einen sozialen Effekt. Es entstanden Interaktion und Austausch.

*"The Internet has helped memes spread because it allows people to connect all over the world. Links to videos and images can be shared through e-mail, Facebook, blogs, Twitter, and other means. Oftentimes, memes feed off each other, and YouTube has contributed to this as videos go viral."*⁷⁷

Auf YouTube gibt es alle Arten von Videos: professionelle Information und Unterhaltung, Musikvideos, Trailer, von Fans bearbeitete Ausschnitte, nutzererstellte Filme, Präsentationen, Tutorials zu jedem Thema, Pranks, Alltägliches, Videotagebücher, Produktbewertungen, Lustiges, Trauriges, Kurzfilme, Dokumentationen aktueller Ereignisse, Desinformation, Propaganda und Verschwörungstheorien und vieles mehr, von technisch unausgereiften Amateurvideos bis hin zu professionellen Filmen.

Der Erfolg von YouTube gründet auf dem Zusammenspiel von einerseits der technisch einfachen Bedienung zur Verbreitung der eigenen Medieninhalte und auf der Beliebtheit solchen Handelns sowie andererseits auf der Popularität des Betrachtens von solchen nutzererstellten Videos.

⁷⁶ Vgl. Rowell, R., YouTube, 2011, S. 57.

⁷⁷ Rowell, R., YouTube, 2011, S. 14.

Zunächst wurde YouTube hauptsächlich zum Teilen von Amateurfilmen aus bereits existierenden sozialen Netzwerken genutzt. Als Plattform für und Aggregator von verschiedenen Inhalten, die von den Gründern YouTubes nicht selbst hergestellt wurden, gewann YouTube in der Folge Bedeutung für partizipatorische Kultur und Marktstrukturen von Online-Videoverteilung.⁷⁸ Der Begriff der Partizipationskultur bezeichnet eine Kulturform, die Fans und Konsumenten dazu einlädt, aktiv am Schöpfungsprozess und an der Verbreitung neuer Inhalte mitzuwirken.⁷⁹ Im Fall von YouTube zeigt sich die Möglichkeit einer solchen Teilhabe der Konsumenten als umstritten in der Auswirkung. So diskutieren Burgess und Green in diesem Zusammenhang verschiedene Fragen, wie zum Beispiel diese: Wer nimmt am Schöpfungsprozess teil, wer zieht die Aufmerksamkeit auf sich, wie wird Kreativität und Arbeit belohnt, welche Unsicherheiten sind mit unterschiedlichem Sachverstand und unterschiedlicher Autorität verbunden.⁸⁰

David Weinberger bezeichnet YouTube aufgrund seiner vielfältigen Funktionen und Möglichkeiten als eine Form des *meta business*, einer neuen Art von Geschäftsmodell, „that enhances the value of information developed elsewhere and thus benefits the original creators of that information“.⁸¹ YouTube übernimmt in diesem Sinne die Funktion eines Wert-Veredlers für Videoproduzenten, deren Anliegen es ist, die Aufmerksamkeit des breiten Publikums auf ihre Produkte zu lenken. YouTube ermöglicht für seine Nutzer, die sich als Mitglieder registriert haben, sich zu Produzenten zu entwickeln und kommerziellen Nutzen aus diesen dann geteilten Videos zu ziehen, sofern es sich dabei um Eigenproduktionen handelt und die Produzenten gewillt sind, Werbeinhalte zwischenschalten zu lassen, um an den Werbeerlösen teilzuhaben. YouTube selbst bleibt dabei im Hintergrund und ist lediglich die Video-Plattform, das Medienarchiv, das soziale Netzwerk und damit der Raum für kommerzielle und non-kommerzielle Angebote. Dieser von YouTube zur Verfügung gestellte soziale Medienraum ermöglicht eine Beliebtheit des hochgeladenen Videos; erst durch eine entstandene Beliebtheit erreicht das Video durch YouTubes Algorithmus eine hohe Reichweite.⁸²

Der Publikumsteil der Katzenfans, der seine Katze herausstellen und deren Darstellung mit anderen teilen möchte, will dazu einfache Wege beschreiten und erwartet naturgemäß Reaktionen auf seine dargestellte Katze, dies sowohl hinsichtlich der Katze als auch hinsichtlich

⁷⁸ Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 4.

⁷⁹ Vgl. Jenkins, H., Convergence Culture, 2006, S. 290.

⁸⁰ Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 11.

⁸¹ Weinberger, D., Digital Disorder, 2007, S. 224.

⁸² Absatz: Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 4-5.

des Darstellungswerks. Für diesen Bedarf bietet YouTube im Vergleich zu anderen Anbietern von Videoplattformen eine leicht zugängliche Lösung. Denn YouTube bietet in einfachen Bedienschritten dem Publikum die Möglichkeiten,

- Videos hochzuladen und der Nutzeröffentlichkeit zu zeigen,
- der Weiterverbreitung des hochgeladenen Videos durch Dritte im Wege des Teilens,
- und – besonders wichtig für die Reaktionserwartungen der Katzenfans – die Videos in Begleittexten zu kommentieren und durch Dritte bewerten und kommentieren zu lassen.

Insgesamt kann man die Eignung und Anwenderfreundlichkeit von YouTube für die Bedürfnisse der Katzenfreunde als Medium des „easy going“ bezeichnen.

“YouTube has added another means for sharing by providing a venue for users with even the most minimal computer skills to upload and watch videos quickly and easily.”⁸³

Aus diesen Gründen tritt unter den im Netz angebotenen Videoplattformen für die Bedürfnisse der Katzenfans das Angebot von YouTube hervor.

Das erste Katzenvideo wurde 2005 drei Monate nach dem Start von YouTube von dessen Mitgründer Steve Chen hochgeladen. Pajamas and Nick Drake⁸⁴ wurde nie ein viraler Hit, markiert aber einen wichtigen Punkt in der Geschichte des Cat Content. Das Video Puppy vs. Cat von 2006⁸⁵ gilt als das erste virale Katzenvideo.⁸⁶ Zu sehen ist eine Katze und eine ganze Gruppe Hundewelpen, die sich der Katze neugierig nähert, die Katze reagiert jedoch anscheinend eher abgeneigt mit Maunzen. Das Video hat heute über 16 Millionen Aufrufe.

Heute zählt YouTube zu den am häufigsten besuchten Webseiten der Welt; anhand der mit den Klicks der User über das breite Netz von Google gesammelten Daten über YouTube und Katzenvideos ist zu erkennen, dass YouTube für Katzenfans das beliebteste Portal zum Teilen von Katzenvideos darstellt.⁸⁷

YouTube bewegt sich von Anfang an in einer rechtlichen Grauzone hinsichtlich des Uploads von copyrightgeschützten Filmtrailern oder zusammengeschnittenen Fanvideos zu Fernseh- und Kinofilmen. Jedoch stellen urheberrechtliche Probleme für Katzenvideos in der Regel

⁸³ Rowell, R., YouTube, 2011, S. 12.

⁸⁴ Vgl. Chen, S., Pajamas and Nick, 2005.

⁸⁵ Vgl. Wienzek, M., Puppy vs. Cat, 2006.

⁸⁶ Vgl. Stodola, S., My Quest, 2012.

⁸⁷ Absatz: Vgl. O'Meara, R., Do cats know, 2014, S. 2.

weniger ein Problem dar, es sei denn, die Videos wurden mit lizenzierte Musik unterlegt. Meist scheint es sich bei Katzenvideos um Live-Aufnahmen zu handeln, die sich der natürlichen Geräuschkulisse im Hintergrund bedienen.

Für Katzenfans basiert die Bedeutung von YouTube auf der Leichtigkeit des Zugangs, auf dem technischen Anwendungskomfort, der Einfachheit des sozialen Austauschs und der bequemen Möglichkeit, Produzent zu sein. YouTube als populärste Sharing-Plattform für Online-Filme ist daher für viele die erste Anlaufstelle, um nach Katzenvideos zu suchen, um Videos onlinezustellen und um sich über Videos auszutauschen, sowohl mit anderen Nutzern als auch mit den Produzenten der Videos. Der hohe Stellenwert von YouTube für Katzenfans ergibt sich aus dem kumulativen, lawinenartigen Effekt von Nutzerfreundlichkeit und beschleunigender Anziehungskraft bereits bestehender Benutzermassen (wo viele sind, wollen noch mehr hin).

Umgekehrt profitiert auch YouTube von den Katzenvideo-Liebhabern. Katzenvideos stellen in der Entwicklungsgeschichte von YouTube einen wichtigen Antriebsmotor für die Etablierung und Weiterentwicklung der Plattform im Internet dar; denn Katzenvideos sind häufig kurze Videoclips und erfüllten damit besonders in der Anfangszeit von YouTube die technischen Anforderungen eines uploadbaren Videos. Die Attraktivität von Katzenvideos für Katzenfans produziert häufige Klicks auf dieses Genre, erzeugt eine ausgeprägte Besucherzahl und damit eine hervorragende Erkenntnisquelle für Nutzerverhalten, Neigungen, Häufigkeits- und Wiederholungstendenzen der enorm großen Menge der Katzenfans. Cat Videos können damit als außerordentlich geeignete Trägerwelle für merkantile Interessen von YouTube wie insbesondere Erzielung von Werbeeinnahmen eingeordnet werden.

YouTube fungiert in diesem Zusammenhang durchaus auch als Instrument einer Überwachung, welches die Zählung und Monetarisierung von Katzenvideos automatisiert und auf den Ergebnissen der Datensammlung aufbauend Konsumvorschläge für die Nutzer generiert. Auf diese Weise können zum Beispiel Nutzer, die einmal nach Katzenvideos gesucht haben, schneller neue Videos dieser Art finden. YouTube unterstützt damit die Interessen seiner Nutzer, verstärkt aber gleichzeitig bestimmte Reize und manipuliert damit das Konsumentenverhalten.⁸⁸ Wenn Nutzer Katzenvideos uploaden, teilen, ansehen und kommentieren, leisten sie einen erheblichen Beitrag zur eigenen Überwachung/Ausforschung. Katzenvideos tragen zu dieser ausforschenden Überwachung bei, erzeugen aber durch den

⁸⁸ Absatz bis Fußnote: Vgl. Andrejevic, M., *Lateral Surveillance*, 2006, S. 396.

Blick auf die naturhafte, unbefangene Katze und das Gefühl, Beobachter zu sein, zugleich die Illusion, selbst der beobachtenden Kontrolle nicht zu unterstehen.⁸⁹

⁸⁹ Vgl. O'Meara, R., Do cats know, 2014, S. 2.

3 Begleitumstände und Parallelentwicklungen zum Phänomen Cat Videos auf YouTube

In den vorangegangenen Kapiteln wurde das Phänomen der Katzenvideos vor dem Hintergrund der Bedeutung der Katze für den Menschen und verschiedener Entwicklungen im Internet thematisiert. Im Zusammenhang mit der Beliebtheit von Katzenvideos sowie der herausragenden Bedeutung von YouTube als besonders nutzerfreundliche und teilungsfreudige Plattform für solche Videos und weiter der weltumspannenden sowie nutzer-massenhaften Auslegung dieses Netzwerks verdient das Thema der viralen Verbreitung und globalen Rezeption von Videos mit Cat Content besondere Beleuchtung. Ebenfalls wird hier das wichtige Thema der gesellschaftspolitischen Auswirkungen und eine mögliche Professionalisierung der Plattform und Videos untersucht.

3.1 Going viral: Viralität als Ausdruck der Verbreitung

Der Begriff „viral“ ist eng verwoben mit dem Konzept der Memes. Im allgemeinen Sprachgebrauch werden die Ausdrücke „Memes“ und „Virals“ häufig synonym verwendet, obgleich sie sich voneinander unterscheiden.⁹⁰

Hemsely und Mason beschreiben Viralität als einen Prozess der Weitergabe von Informationen in Form von Texten, Bildern oder Videos, die binnen kürzester Zeit einer großen Bandbreite von Personen zur Verfügung stehen. Als Mittel der Verbreitung der Daten dienen dabei soziale Netzwerke.⁹¹ Shifman fasst anhand der Rezeption dieser Definition das Konzept der Virals als eine „person-to-person mode of diffusion“,⁹² die mit hoher Geschwindigkeit über soziale Netzwerke verbreitet wird und in unterschiedlichen Netzwerken eine hohe Reichweite besitzt. Das Objekt, das im Internet verbreitet wird, erhält entsprechend den Zusatz „viral“ (z.B. viral video, viral photo). Der Hauptunterschied zu Memes besteht laut Shifman darin, dass Virals auf ein bestimmtes Medium bezogen sind (z.B. Video, Foto), Memes hingegen immer eine Kombination aus Bild und Text darstellten. Ein Video ohne Text sei insofern kein Meme, könne aber Bestandteil eines Memes sein.⁹³ Shifman klassifiziert Virals und Memes als zwei Enden

⁹⁰ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 55.

⁹¹ Vgl. Hemsley, J. & Mason, R.M., Nature Knowledge, 2013, S. 138–176.

⁹² Shifman, L., Memes, 2014, S. 55.

⁹³ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 55-56.

eines dynamischen Prozesses, der mit der Verbreitung von Bild-, Text- oder Filminhalten einhergeht. Zwischen Virals und Memes bestehe eine Wechselwirkung. Einerseits können Virals zu Memes werden, andererseits können sich Memes viralhaft rasant im Netz ausbreiten. In diesem Sinne wäre von viral Memes zu sprechen.⁹⁴ Eine differenzierte Gegenüberstellung der Unterschiede von Virals und Memes laut Shifman bietet Tabelle 1.

	Viral	Meme
Versionen	eine	viele
Popularität	Millionen von Nutzern betrachten ein Video/Foto	Beliebtheit verteilt sich gleichmäßig auf alle Memes
Abhängigkeit von		Bezug auf ein(e) bestimmte(s) Genre/Form oder Foto/Video
Nutzereinbezug	Metakommentare	Text darf verändert werden
Beispiele	Evian Roller Babies	LOLcats

Tabelle 1: Virals und Memes Gegenüberstellung (nach Shifman, L., Memes, 2014, S. 59)

In Bezug auf Jonah Bergers und Katherine Milmans Studie über Sharing-Tendenzen im Internet⁹⁵ hebt Shifman sechs Faktoren hervor, die einen besonders starken Einfluss auf die Viralität eines Videos/Fotos/Memes nehmen:⁹⁶

- Humor und schöne Ereignisse: Gute Geschichten mit erfreulichem, positiv überraschendem, nützlichem und erheiterndem Inhalt werden häufiger geteilt als negative Berichte.⁹⁷ Phelps, Golan und Zeidner ermittelten, dass Witze und humoristische Inhalte dabei deutlich überwogen und einen Anteil von 90 Prozent geteilter Videos/Texte/Memes ausmachten.⁹⁸ Humor überrascht und löst beim Betrachter emotionale Erregung aus, wodurch das Bedürfnis erhöht wird, den Inhalt weiterzuverbreiten.⁹⁹
- Provokationen: Neben lustigen Bildern/Texten/Videos lösen auch provokante Inhalte Emotionen beim Betrachter aus und triggern eine Reaktion. Provokationen können

⁹⁴ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 58.

⁹⁵ Vgl. Berger, J. & Milkman, K., What Makes, 2012, S. 192-205.

⁹⁶ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 66.

⁹⁷ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 66.

⁹⁸ Phelps, J./Lewis, R./Molibio, L./Perry, D. & Raman, N., Viral Marketing, 2004, S. 333–348, Golan, G. & Zaidner, L., Viral Advertising, 2008, S. 1083-6101.

⁹⁹ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 67.

sowohl positiv (z.B. Naturwunder) als auch negativ (d.h. Empörung, Wut, Trauer auslösend) sein.¹⁰⁰

- Inszenierung: Klarheit und Verständnis stellen neben starken Emotionen (Freude, Überraschung, Wut, Ärger) wesentliche Faktoren für die Viralität eines Videos dar.¹⁰¹ Am Beispiel des Kurzfilms *Kony 2012* über den Revolutionär Joseph Kony demonstriert Zuckermann, dass neben der Bedeutung von schockierenden Inhalten (Provokation) auch eine einfache, leicht verständliche Inszenierung für das Publikum wichtig ist.¹⁰²
- Prestige: Viralität kann zum einen vom Bekanntheitsgrad der Person abhängen, die ein Video / einen Text / ein Bild in Umlauf bringen möchte, zum anderen aber auch von der Beliebtheit der Person / des Objekts / des Tieres, das Inhalt des Verbreitungsgegenstands ist.¹⁰³
- Positionierung: Sie bezieht sich sowohl auf den Ort, wo das Video/Bild oder der Text erstmals gezeigt wird als auch auf die Mittel, mit welchen die Botschaft verbreitet wird (z.B. E-Mail, soziales Netzwerk) wie auch auf den Typus der Nutzer, die angesprochen werden. Mit letzterem ist gemeint, welcher Art die Konnektivität der Nutzer ist, welche die Botschaft erhalten. Zwei Typen werden dabei unterschieden: Nutzer, die eine hohe Reichweite und viele Kontakte in einem bestimmten Netzwerk besitzen und Nutzer, die durch Kontakte in verschiedenen, unverbundenen Netzwerken eine Brückenfunktion bilden. Um eine möglichst hohe Reichweite zu erzielen, ist es notwendig, beide Nutzergruppen mit dem Inhalt der Botschaft anzusprechen und zur Verbreitung zu animieren.^{104 105}
- Teilnahme: Die Teilnahme am Prozess der Verbreitung entsteht durch das Teilen der Inhalte und zusätzliche Interaktionshandlungen, die über den reinen Teilungsprozess hinausgehen (z.B. Interaktion durch Twitter-Nachrichten an zuständige Politiker). Diese Teilnahme ist vor allem für soziopolitische Kampagnen oder den Verkauf von Produkten im Sinne einer Marketing-Strategie von Relevanz.¹⁰⁶ Gemäß Odén und Larsson ist der virale Erfolg davon abhängig, inwieweit das Publikum Gelegenheit erhält, an der Kampagne selbstständig mitzuwirken.¹⁰⁷

¹⁰⁰ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 67-68.

¹⁰¹ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 69.

¹⁰² Vgl. Zuckermann, E., *Unpacking Kony*, 2012.

¹⁰³ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 69-70.

¹⁰⁴ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 70-71.

¹⁰⁵ Vgl. Odén, N. & Larsson, R., *Viral Success*, 2011, S. 5-7 und S. 17-19.

¹⁰⁶ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 72-73.

¹⁰⁷ Vgl. Odén, N. & Larsson, R., *Viral Success*, 2011, S. 5-6 und S. 17-19.

Ähnliche Überlegungen zur viralen Verbreitung entfaltet Ackerman-Greenberg.¹⁰⁸ Insbesondere decken sich seine Überlegungen in den Punkten der Inszenierung und der Erzeugung starker Gefühle beim Publikum mit den Faktoren von Shifman. Zusätzlich stellt er als wichtige Faktoren für den Erfolg einer viralen Verbreitung heraus die Kürze eines Videos (15-30 Sek.) und die Einbindung von Darstellern, die beim Publikum positive emotionale Erregung auslösen.¹⁰⁹ Diese vorgenannten Aspekte kommen den Produzenten von Katzenvideos zwanglos entgegen, denn das typische Cat Video ist kurz und niedlich.

Die Beachtung der vorstehenden Faktoren von Shifman und Ackerman-Greenberg ist für die erfolgreiche, weite virale Verbreitung der Botschaften von Katzenfans von erheblicher Bedeutung.

Wie im noch folgenden Vergleich verschiedener YouTube-Kanäle und Videos über Katzen veranschaulicht und belegt werden wird, weisen Katzenvideos einerseits virale, andererseits memetische Aspekte auf. Es handelt sich meist um Kurzvideos hoher Beliebtheit und Reichweite – Merkmale, die ihre Viralität erhöhen und eine Klassifikation als Viral erlauben. Sie zeigen lustige Ereignisse aus dem Leben von Katze und Mensch, die überraschen, zum Lachen anregen und größtenteils positive Gefühle beim Publikum wecken. Über die Video-Sharing-Plattform YouTube können viele Internetnutzer erreicht werden, sowohl jene, die speziell nach Katzen suchen, als auch solche, die zufällig auf die Videos stoßen. Aufgrund der Masse der vorhandenen Videos zum Thema Katze besteht eine erhöhte Möglichkeit, zufällig mit dem Inhalt solcher Videos in Berührung zu kommen. In ihrer Inszenierung sind sie klar, verständlich und animieren die Betrachtenden zur Reaktion auf die Videos. Hierzu kann die Kommentarfunktion oder die Like-Option auf YouTube genutzt werden. Als Memes einzuordnen – so oben Shifman – sind jene Katzenvideos, die über das reine Videomaterial hinaus Hintergrundmusik und/oder Textinhalte oder verbale Hintergrundkommentare der Produzenten enthalten.

Manche memetische Videos legen ihren Fokus auf durchschnittliche Menschen.¹¹⁰ Die Studie von Burgess und Green zeigte eine erhöhte Reaktion von Zuschauern (63%) bei Videomaterial auf, das von privaten Nutzern für private Nutzer erstellt wurde.¹¹¹ Shifman führt dies zurück

¹⁰⁸ Vgl. Ackerman-Greenberg, D., *Secret Strategies*, 2007.

¹⁰⁹ Vgl. Ackerman-Greenberg, D., *Secret Strategies*, 2007.

¹¹⁰ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 73-74.

¹¹¹ Vgl. Burgess, J. & Green, J., *YouTube*, 2009, S. 42

auf eine höhere Identifizierbarkeit der Zuschauer mit den Protagonisten und den alltäglichen Situationen, wie sie im Leben jedes Menschen geschehen können.¹¹² Diese Privatheit und Alltäglichkeit sind bei Katzenvideos gegeben, sie haben somit eine Chance, zu Memes werden.

Memes und Virals gemeinsam ist ihr oftmals anzutreffendes humoristisches Element. Dies ergab auch eine Analyse ausgewählter Videos von Michele Knobel und Colin Lankshear. Die Analyse umfasste Videos aus dem Zeitraum von 2000 bis 2005, die auf hohe Beliebtheit beim Publikum im fraglichen Zeitraum trafen und deren Hauptmerkmal die humoristische Komponente ihres Inhalts war.¹¹³ Humor entstand durch Verspieltheit, durch Brüche in der Erzählung und durch eine gefühlte Überlegenheit der Produzenten bzw. der Zuschauer gegenüber den Protagonisten. Daneben hatten memetische virale Videos oft eine einfache Struktur und waren in der Weise inszeniert, dass eine Wiederholbarkeit und Nachahmung des Inhalts möglich wurde.¹¹⁴ Diesen genannten humoristischen Aspekten folgen Cat Videos oftmals schon automatisch, denn die Eigenheiten von Verspieltheit, unerwartetem Verhalten und Tollpatschigkeit wohnen der Katze teils von Natur aus inne.

Katzenvideos haben somit eine Aussicht darauf, viral zu werden, wenn sie den von Shifman herausgearbeiteten Faktoren und weiter den Gesichtspunkten von Ackerman-Greenberg für eine Viralität gerecht werden: Humor, einfache Inszenierung, Prestige, gute Positionierung, Verbreitung durch aktive Nutzer, kurze Dauer und emotional positiv besetzte Darsteller.

Andererseits oder zusätzlich können Cat Videos auch zu Memes werden durch ihr vertrautes, häusliches Sujet, ihren Humor und ihre Wiederholbarkeit in vielen Versionen. Dies trifft beispielsweise auf den Trend zu, Katzen mit einer Gurke hinter ihrem Rücken zu erschrecken und diese Reaktion zu filmen und zu teilen.

3.2 Globalisierung / internationales Phänomen

Virals, Memes und memetische virale Videos bleiben im Internet nicht auf eine bestimmte Region beschränkt. Durch die Internettechnologie und Prozesse der Viralisierung verbreiten sie sich weltweit an jeden Ort mit Internetzugang. Das Internet vernetzt die Menschen weltweit

¹¹² Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 76.

¹¹³ Vgl. Knobel, M. & Lankshear, C., Literacies Sampler, 2007.

¹¹⁴ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 79-82.

und bietet damit die Grundlage für digitale Globalisierung von Informationen in Form von Bildern, Texten und Videos.¹¹⁵

Der Begriff der Globalisierung bezeichnet einen in der Fachliteratur kontrovers behandelten Entwicklungsprozess komplexer, weltweiter Vernetzung von Gemeinschaften, Kulturen, Institutionen und Individuen.¹¹⁶ Sie ist mit der Expansion des Internets seit den 1990er Jahren eng verknüpft. Mit dem Prozess der Globalisierung, insbesondere auch mit der Globalisierung im und durch das Internet, entstanden Hoffnungen, Ängste und Debatten zu und über diesen Prozess.

Technische Errungenschaften machten es möglich, Landesgrenzen zu überschreiten und damit kulturelle und soziale Besonderheiten unterschiedlicher Gemeinschaften miteinander zu vernetzen. In hervorgehobener Weise trägt dazu das Internet bei. Nicht nur scheinen weite geografische Distanzen durch den digitalen Globalisierungsprozess kürzer zu werden; in umgekehrter Richtung wird das Internet zugleich von regionalen und kulturellen Strukturen beeinflusst, wodurch ein interkultureller Raum entsteht.¹¹⁷

Unter den Teilnehmern an der Diskussion über das Entstehen, die Wirkung und die Strukturen der Globalisierung meint Shifman, einen dominanten Einfluss des Gedankenguts des Westens, insbesondere der USA, als Hauptkultur feststellen zu können.¹¹⁸ Dem stellt Robertson den Begriff der „Glocalisation“ gegenüber, der eine symbiotische Beziehung zwischen lokalen und globalen Strukturen beinhaltet.¹¹⁹ Dieses Gedankenkonzept impliziert mehr den Prozess einer Verschmelzung eigener und fremder Kulturen, woraus dann tatsächlich eine Hybrid-Kultur durch interkulturelle Beeinflussungen entstehen kann. In diesem Prozess der wechselseitigen Beeinflussung und Verschmelzung ist oftmals die Ursprungssprache des Users im Netz nicht zu erkennen; Privatpersonen als User im Internet bedienen sich meist der Schriftsprache Englisch, um den Inhalt ihrer Mitteilungen/Botschaften/Videos möglichst vielen Nutzen zugänglich zu machen. Nach wie vor zählt Englisch zu der meist genutzten Sprache im globalen Web.¹²⁰

Dieser Prozess der interkulturellen Verschmelzung und Globalisierung wird beispielhaft verdeutlicht durch die Entwicklung und Verbreitung von Witzen im Internet.

¹¹⁵ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 151.

¹¹⁶ Vgl. Tomlinson, J., Cultural Imperialism, 1991, S. 173-180.

¹¹⁷ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 152.

¹¹⁸ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 152.

¹¹⁹ Vgl. Robertson, R., Globalization, 1995, S. 28.

¹²⁰ Absatz: Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 154-155.

Eine Studie von Shifman aus dem Jahr 2009 über die Globalisierung und Übersetzung eines Witzes über geschlechtsspezifische Stereotype im Internet zeigt eine Verbreitung des Witzes über linguistische und kulturelle Grenzen hinweg. Die Übersetzung des Witzes erfolgte aus den und in die weiteren neun am häufigsten gesprochenen Sprachen im Internet nach Englisch: Chinesisch, Spanisch, Japanisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Arabisch, Koreanisch und Italienisch. Über eine rein sprachliche Übersetzung hinaus wurde der Inhalt des Witzes den kulturellen Gegebenheiten der Lokalkultur der jeweiligen Sprache angepasst. Zum Beispiel nutzten deutsche Übersetzungen anstelle typisch amerikanischer Sportarten und deren Beliebtheit bei Männern deutsche Sportarten wie Fußball. Geschlechtsspezifische Klischees zeigten jedoch weltweit ein relativ homogenes Bild und blieben größtenteils unverändert. Nur die arabische Version unterschied sich marginal von den übrigen Übersetzungen, da sie muslimische Traditionen, Lebens- und Denkweisen in den Vordergrund stellte und sexuelle Handlungen vor der Ehe gänzlich aus dem Textinhalt ausschloss. Aufgrund der beispielhaften Untersuchung nur eines Witzes konnten anhand dieser Studie von Shifman keine verallgemeinernden Aussagen über Globalisierungsprozesse getroffen werden. Deshalb wurde im Jahr 2010 von Shifman, Levy und Thelwall eine erweiterte Studie über die 100 beliebtesten englischen Witze im Internet durchgeführt. Diese Studie bestätigte den bereits vorher gewonnenen Eindruck, dass Witze häufig aus vielen Sprach- und Kulturräumen heraus und in sie hinein wandern, übersetzt werden und auf diese Weise eine Globalisierung erleben. Die häufigsten Übersetzungen außerhalb der dominanten englischen Sprache erfolgten in die russische, portugiesische, spanische, französische und deutsche Sprache. Übersetzungen in die chinesische und arabische Sprache waren seltener. Übersetzungen in die koreanische und japanische Sprache waren am seltensten zu verzeichnen.¹²¹ Während einige Witze weltweit verbreitet und übersetzt werden, existieren andere nur in englischer Sprache.¹²²

Witze und andere humorige Geschichten mit einer guten Chance zur Globalisierung im zuvor dargestellten Sinne zeichnen sich oft aus durch eine Kerngeschichte mit einfachem, repetitivem Inhalt und schrulligen, inhaltlich verdreht/verdrechselten, verblüffenden Komponenten.¹²³ Sie sind nicht abhängig von einer verbalen Form, diese kann genauso oder sogar besser auch visuellen oder audiovisuellen Charakter haben. Die Verdichtung zu einem Bildmeme oder Video ist besonders geeignet, weil es hier wegen geringer Verwendung von Sprache besonders

¹²¹ Absatz bis Fußnote: Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 155-161.

¹²² Vgl. Shifman, L./Levi, H. & Thelwall, M., *Internet Memes*, 2012.

¹²³ Vgl. Shifman, L., *Memes*, 2014, S. 166.

leicht ist, Sprachgrenzen zu überwinden.¹²⁴ Für eine erfolgreiche globale Verbreitung ist des Weiteren die einfache Nachschöpfbarkeit der Grundidee des Memes/Videos mit einer ebenso leichten Variierbarkeit hilfreich.¹²⁵ Wie verbale Witze können auch visuelle und audiovisuelle Inhalte an lokale Faktoren angepasst werden.¹²⁶

Diesen am Beispiel Witz/humorige Geschichte herausgestellten Strukturanforderungen für eine erfolgreiche Globalisierung entsprechen in sehr dichter Weise die Cat Memes (vgl. oben Kapitel 2.2) und die Cat Videos (vgl. oben Kapitel 2.3). Sie sind ebenfalls erschaffen durch Verwendung von Bild und teilweise von vereinfachtem Text und erreichen dadurch eine eigene Symbolsprache, die weltweit verstanden werden kann.¹²⁷ Gemäß Milner ist das Verständnis von Memes dabei jedoch an subkulturelle Standards gekoppelt, die dem Internet zu eigen sind und über die Zugehörigkeit eines Individuums zu einer bestimmten Gruppe von Internetnutzern Aufschluss geben.¹²⁸ Anhand der Nutzung, Verbreitung und dem Verständnis eines Memes lassen sich zwei Gruppen, Insider und Outsider, voneinander unterscheiden.¹²⁹ Memes (sowohl Bildmemes als auch Videomemes), darunter LOLcats und Cat Videos, werden durch Globalisierungsprozesse somit zu Trägern einer interneteigenen interkulturellen Kultur, die ihren eigenen Gesetzen und Mechanismen folgt.¹³⁰

Während Memes die Sprache des Internets darstellen, die unterschiedliche Facetten aufweisen kann, fungieren soziale Netzwerke als virtuelle Orte, wo sich Gemeinschaften mit netzwerkeigenen Subkulturen herausbilden. Unter diesen Netzwerken ist nach seiner technischen und nutzerbreiten Auslegung YouTube in hervorgehobener Weise geeignet (vgl. oben Kapitel 2.4), Cat Videos zu einem Phänomen von globaler Bedeutung zu machen.

YouTube stellt einen global zugänglichen Ort für kulturelle Teilhabe von Privatpersonen an kreativen Prozessen dar. YouTube als Plattform für Online-Videos vereint kommerziell und non-kommerzielle Angebote und stellt diese gleichermaßen allen Nutzern der Plattform zur Verfügung. Marktwirtschaft und marktfremde Formen kultureller Produktion im digitalen Umfeld werden durch das Design und die kommerzielle Logik von YouTube miteinander

¹²⁴ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 159-161.

¹²⁵ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 166.

¹²⁶ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 159-161.

¹²⁷ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 173.

¹²⁸ Vgl. Milner, zitiert aus Shifman, L., Memes, 2014, S. 173.

¹²⁹ Vgl. Nissenboim, A., zitiert aus Shifman, L., Memes, 2014, S. 173.

¹³⁰ Vgl. Shifman, L., Memes, 2014, S. 173-174.

verknüpft. Die Gemeinschaft von YouTube, eingebettet in den globalen Raum des Internets, ist durch die kollektive Kreativität und die Kommunikation zwischen Nutzern und Publikum charakterisiert und generiert in Folge eine Subkultur, die sich weltweit erstreckt.¹³¹

Uricchio beschreibt die Teilnahme in sozialen Netzwerken wie YouTube als ursächlich für die Herausbildung virtueller, kultureller Staatsbürgerschaften, vergleichbar mit bereits etablierten, politischen Staatsbürgerschaften.¹³²

*“Community, freed from any necessary relationship to the nation-state, and participation, in the sense of active, then, are two prerequisites for the enactment of cultural citizenship [...] And it is in this context that I want to assert that certain forms of [...] participatory culture [...] in fact constitute sites of cultural citizenship. I refer here particularly to collaborative communities, sites of collective activity that exist thanks only to the creative contributions, sharing, and active participation of their members”.*¹³³

Anders als bei lokalen Gemeinschaften der Fall, konstituiert die Teilnahme in virtuellen Netzwerken eine Beziehung zwischen Individuum und Gemeinschaft vor dem Hintergrund der Globalisierung des Denkens und der Vermischung kultureller Differenzen der Teilnehmer. YouTube entwickelt sich somit zu einem Ort für kosmopolitische Kulturbürger, die technikaffin und technikinteressiert sind und im sozialen Netzwerk ihre Identität und Meinung repräsentieren, sowie in Kontakt mit anderen Teilnehmern treten und dabei kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten erleben.¹³⁴

YouTube ist global von jedem Standort mit Internet aus zugänglich und ermöglicht damit Nutzern weltweit Zugriff auf Online-Videos. Damit werden virtuell geografische Grenzen überwunden und ein globalisiertes Netzwerk etabliert.¹³⁵ YouTube stellt in dieser Entwicklung somit für das Teilpublikum der Katzenfans einen idealen Raum dar, was die Globalisierung der Videos anbelangt. Die Anzahl der geposteten Katzenvideos erreichte im Jahr 2014 mehr als zwei Millionen. Diese wurden wiederum mehr als 24 Milliarden Mal gesehen.¹³⁶ Ein

¹³¹ Gesamter Absatz: Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 75.

¹³² Vgl. Uricchio, W., Cultural Citizenship, 2004, S. 148.

¹³³ Vgl. Uricchio, W., Cultural Citizenship, 2004, S. 148.

¹³⁴ Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 78, 81.

¹³⁵ Vgl. Burgess, J. & Green, J., YouTube, 2009, S. 83.

¹³⁶ Vgl. Marshall, C., Cat videos, 2014.

Katzenvideo wurde somit durchschnittlich etwa 12.000 Mal angesehen, was deutlich über dem Durchschnittswert von Videos anderer Kategorien liegt.¹³⁷ Die hohen Zahlen zeigen, dass Internetnutzer verhältnismäßig viel Zeit damit verbringen, Katzenvideos auf YouTube online zu stellen, sie anzusehen und zu kommentieren. Die Verbreitung und Beliebtheit mancher Katzen wie Lil Bub und Grumpy Cat haben Ausmaße angenommen, die ihnen Star-Status eingebracht haben.¹³⁸ Forschungsergebnisse der Medienindustrie deuten darauf hin, dass Internetnutzer zweimal häufiger Bilder oder Videos von Katzen als von Menschen oder sich selbst posten.¹³⁹

3.3 Auswirkungen auf die Gesellschaft

Die Publikation von Cat Content im Netz und das Abrufen entsprechender Inhalte kann als Internetphänomen bezeichnet werden, wie in Kapitel 2.2 bereits aufgezeigt. Die durch Google AdWords nachvollziehbare Zahl von Suchanfragen zum Begriff „Cat“ liegt zwischen 1 Million und 10 Millionen im Monat.¹⁴⁰ Dieses Nachsuchvolumen trifft auf ein Netzangebot von mehr als 2,2 Milliarden Fundstellen im Netz.¹⁴¹ YouTube selbst stellt keine Zahlen zu Suchanfragen zur Verfügung; die Suchfunktion auf YouTube liefert zum Begriff „Cat“ inzwischen (Stand Juli 2018) etwa 77,2 Millionen Ergebnisse für verfügbare Videos.¹⁴² Diese enormen Nachfrage- und Verfügbarkeitsmengen in kurzer Entwicklungszeit nach und von Cat Content sind nicht nur als Internetphänomen zu bezeichnen, sie indizieren gleichermaßen einen Trend in der Gesellschaft zur Kommunikation im Netz über den spezifischen Inhalt „Cat Content“; dieser Umstand kann als gesellschaftliche Bewegung bezeichnet werden. In Anbetracht dieses gesellschaftlich getragenen Phänomens ist die kleine Zahl an einschlägigen Studien über die Bedeutung, Auswirkung und Folgen der Kommunikation im Netz über Cat Content und speziell über Katzenvideos erstaunlich.¹⁴³

¹³⁷ Vgl. Marshall, C., YouTube video, 2015.

¹³⁸ Vgl. Millward, D., Grumpy cat, 2014.

¹³⁹ Vgl. William, R., Cat photos, 2014.

¹⁴⁰ Quelle: Google AdWords unter <https://adwords.google.com>. Es wird ein Konto benötigt. (Abgerufen am 16.7.2018)

¹⁴¹ Quelle: Google unter https://www.google.at/search?source=hp&ei=dJxMW8XMMoH7sgG326noCQ&q=cat&oq=cat&gs_l=psy-ab.3..0i131k1l12j0j0i131k1j0l6.1157.1380.0.4800.4.3.0.0.0.588.588.5-1.1.0....0...1c.1.64.psy-ab.3.1.585.0...0.i2kU5s2TF3E. (Abgerufen am 16.7.2018)

¹⁴² Quelle: YouTube unter https://www.youtube.com/results?search_query=cat. (Abgerufen am 16.7.2018)

¹⁴³ Vgl. Myrick, J. G., Emotion regulation, 2015, S. 168.

Speziell über die Frage, welche Auswirkungen das Anschauen von Katzenvideos auf die Stimmung von Menschen hat, führte im Jahr 2015 die Assistenzprofessorin Jessica Gall Myrick im Bundesstaat Indiana (USA) eine Studie mit 7000 Teilnehmern durch. In die Studie einbezogen wurden Videos der Plattformen YouTube, Facebook, BuzzFeed und I can Has Cheezburger. 36 Prozent der Teilnehmer bezeichneten sich dabei selbst als Katzenliebhaber. Das Ergebnis der Studie zeigte, dass sich Menschen nach dem Konsum von Katzenvideos tatkräftiger und besser gelaunt fühlen. Negative Emotionen wie Ärger, Trauer und Stress konnten in der Folge leichter bewältigt werden. Aus der Studie ging ferner hervor, dass viele Menschen während der Arbeit oder während ihres Studiums Katzenvideos ansahen, was sich positiv auf ihre Stimmung auswirkte. Glücksgefühle überwogen gegenüber dem schlechten Gewissen, das durch die Prokrastination entstand. Vielen der Teilnehmer waren berühmte Katzen wie *Henri*, *le Chat Noir*, *Nala Cat*, *Grumpy Cat* oder *Lil Bub* bereits vor ihrer Teilnahme an der Studie bekannt. 25 Prozent der Katzenvideos wurden gezielt gesucht, wohingegen 75 Prozent als Zufallstreffer eingestuft werden konnten. Unter den Menschen, die besonders häufig Katzenvideos ansahen, befanden sich viele Katzenbesitzer, Katzenliebhaber, aber auch Personen mit spezifischen Persönlichkeitsmerkmalen (z.B. Schüchternheit, Freundlichkeit).¹⁴⁴

*"Practically, these findings [...] promote the idea that viewing Internet cats may actually function as a form of digital pet therapy and/or stress relief for Internet users."*¹⁴⁵

Die Studie inspirierte Comenius Roethlisberger und Admir Jahic zu einem interaktiven Projekt, dessen Ergebnisse die Schweizer Künstler auf ihrer Webseite präsentieren.¹⁴⁶ Das Projekt zielte darauf ab, Katzen und Kunst miteinander zu verbinden, ausgehend von Myricks Studienergebnissen zum positiven Einfluss von Katzenvideos auf die Stimmung von Menschen. Unter Bezugnahme auf eine Ausstellung im Kunsthhaus Baselland und einen Informationstext der Direktorin Dr. Ines Goldbach über die Ausstellung werden Besuchern der Webseite die Ergebnisse des Projekts präsentiert, das Besuchern des Kunsthhauses im Rahmen dieser Ausstellung ermöglichte, aus 21 Tonwürfeln eigene Katzenfiguren (vgl. Abb. 7) herzustellen.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Gesamter Absatz: Vgl. Vlahakis, G./Kibbler A., Not-so-guilty pleasure, 2015.

¹⁴⁵ Myrick, J. G., Emotion regulation, 2015, S. 174.

¹⁴⁶ Vgl. Jahic, A./Roethlisberger, C., The Mariana Trench, 2016.

¹⁴⁷ Vgl. Goldbach, I., Of Art and Cats, 2016.



Abbildung 7: Tonkatzen aus dem Kunsthaus Baselland (Jahic, A./Roethlisberger, C., The Mariana Trench, 2016)

Doch im Internet wird nicht nur positiv über Katzenvideos und ihre Auswirkung auf gesellschaftliche Entwicklungen berichtet. In einem Artikel der offiziellen Website der deutschen Apotheker, unter der Rubrik „Kurioses“, wird auf negative Auswirkungen Bezug genommen, die vor allem das exzessive Surfen im Internet, das Ansehen von Katzenvideos und der damit verbundene Stromverbrauch auf die Umwelt und den Menschen hat.¹⁴⁸

„Es ist allgemeine Gewohnheit geworden, bei Langeweile im Internet zu surfen. Ein Spaziergang im Park ist umweltschonender und gesünder. Die Menschen müssen sich erst bewusst werden, dass alles, was sie im Netz tun, Strom verbraucht. Niemand will zurück in die Steinzeit, aber ein verantwortungsvoller Umgang mit der Technik wäre ein großer Schritt nach vorn,“¹⁴⁹ sagt Claudia Sprinz, Sprecherin von Greenpeace Österreich.

Es sei – so die zitierte Glosse – zu empfehlen, anstatt nach Katzenvideos zu googeln, sich lieber aktiv mit den Tieren zu beschäftigen.¹⁵⁰ Dies wäre nicht nur umweltschonender, sondern auch für den Menschen gesünder, der sich in der modernen Industriegesellschaft in der Regel zu wenig körperlich betätigt. Mit Katzen im Garten zu spielen würde ebenso eine befriedigende Ablenkung darstellen und darüber hinaus Menschen zur Bewegung animieren.

¹⁴⁸ Vgl. www.Aponet.de, Katzenvideos, 2012.

¹⁴⁹ Sprinz, C., zitiert von [Aponet.de](http://www.Aponet.de), Katzenvideos, 2012.

¹⁵⁰ Vgl. www.Aponet.de, Katzenvideos, 2012.

In Anbetracht der Ergebnisse der Studie von Myrick dürfte sich die Umsetzung eines solchen Vorhabens jedoch schwierig gestalten, da Menschen vor allem in solchen Situationen Katzenvideos konsumieren, die es ihnen zeitlich und arbeitstechnisch nicht ermöglichen, für eine halbe Stunde ihren Arbeits- oder Studienplatz zu verlassen, um mit Katzen zu spielen und dadurch ihre Motivation zu stärken.

Die zitierte Glosse deckt auch in keiner Weise die gesellschaftspolitischen Auswirkungen des Betrachtens insbesondere von Katzenvideos im Netz ab. Denn dieser scheuklappenartig eingengte negative Blick kann auf viele Phänomene übertragen werden, die heute das gesellschaftliche Verhalten prägen. Zum Beispiel führt das heute gängige abendliche Freizeitverhalten des Fernsehens gleichermaßen zu Bewegungsarmut, nur wäre der gesellschaftliche Informationsstand und das daraus fließende politische Bewusstsein ohne das Informationsmedium Fernsehen nicht vorstellbar. Derartige Beispiele, die mit eingengtem Blick betrachtet die tatsächliche heutige gesellschaftliche Wirkung nicht erkennen lassen, sind in großer Menge zu finden.

Hinsichtlich der Ausgangsfrage zur gesellschaftspolitischen Auswirkung des Konsums von Katzenvideos ist daher zunächst noch einmal auf den Umfang der quantitativen Bedeutung dieses Konsumverhaltens hinzuweisen und mit der Aussage zu verbinden, dass es sich in der Gesellschaft als Teil eines üblichen Verhaltens etabliert hat. Dieses etablierte Verhalten verbindet sich mit Folgewirkungen.

Eine Folge ist zum Beispiel die auf die soziale Stellung der Katzenhalter. Hunde sind auf der Straße und im Park in Begleitung ihres Besitzers anzutreffen und somit Teil des öffentlichen Alltags, Katzen dagegen blieben in der westlichen Welt meist im privaten Umfeld und waren für die Öffentlichkeit unsichtbar. Das Klischee des Katzenbesitzers war das eines weniger geselligen, zurückhaltenden Einzelgängers, der sozial scheinbar auf seine Katze konzentriert ist. Durch das Web 2.0 bot sich die Möglichkeit, die eigene Katze über das private Umfeld hinauszuhoben, öffentlich sichtbar zu machen und seine Freude über das Tier mit Gleichgesinnten zu teilen – es entstand ein virtueller Katzenpark. Die Katzenfans können sich heute einfach austauschen und teilen Erfahrungen, sie sind zu einer echten Community geworden. Das Phänomen des Cat Contents und von Katzenvideos auf YouTube hat somit auch einen sozialen Effekt, das Bild des Katzenfans hat sich gewandelt und aus vielen Einzelnen ist eine Gruppe von Vielen geworden.

Bei einer Gesamtbetrachtung des Umstands, dass viele Menschen sich durch das Anschauen von Katzenvideos motiviert sehen, sich mit YouTube und dessen technischen Möglichkeiten zu beschäftigen, ist auch der Aspekt eines spielerischen Lernens des Umgangs mit heute unverzichtbaren Arbeitsmitteln der IT-Welt zu würdigen. Die Lust auf Katzenvideos bewegt viele Katzenfans und damit eine quantitativ große Gruppe, sich mit IT-Medien, wie es YouTube ist, auseinanderzusetzen, den Umgang mit diesen und ihren Einsatzmöglichkeiten zu lernen und sich damit eine Fertigkeit anzueignen, die in der heutigen Arbeitswelt außerordentlich wichtig ist. Genauso ist bei einer Gesamtbetrachtung des Phänomens „Katzenvideo“ zu würdigen, dass aus der großen Gruppe der Katzenfans sich viele Personen finden, die im konkreten Doing als Produzent von Katzenvideos unter Nutzung von IT-Arbeitsmitteln Kreativität und Gestaltungs-Know-How entwickeln und damit ihre persönliche Profilierung für den Arbeitsmarkt deutlich verbessern.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die positiven Auswirkungen von Katzenvideos auf die Gesellschaft deutlich zu überwiegen scheinen.

3.4 Professionalisierung

YouTube ist mehr als eine Videoplattform zum Teilen von Amateurvideos geworden.¹⁵¹ Nicht zuletzt Kanäle wie *Grumpy Cat* oder *Lil Bub* zeigen, dass mit Katzenvideos nicht nur hohe Zuschauerzahlen erzielt werden, sondern auch Geld verdient werden kann. Claudia Zettel verdeutlichte in ihrem Artikel über die Zukunft von Katzenvideos aus dem Jahr 2012, dass aufgrund der rasanten Entwicklungen der Plattform und des Einbezugs von über einer Million Content-Partnern, die eine Zwischenschaltung von Werbeeinhalten zulassen, eine Professionalisierung der YouTube-Kanäle erwartet werde sowie eine engere Zusammenarbeit mit Google+.¹⁵²

Wichtig für die marktwirtschaftlichen Interessen von YouTube sei es, so Pickett, Direktor für Inhalt und Arbeitsabläufe bei YouTube, die Zeitdauer zu steigern, die Nutzer auf YouTube verbringen, um dadurch für Werbepartner attraktiver zu werden. Um Rechteinhaber professionell hergestellter Medieninhalte zur Zusammenarbeit mit YouTube zu bewegen, ist es außerdem ein Thema für YouTube, das Einstellen von kostenpflichtigen Angeboten zu

¹⁵¹ Vgl. Fotopoulos, K., *Apocalypse*, 2017.

¹⁵² Vgl. Zettel, C., weiterhin Katzenvideos, 2012.

ermöglichen und somit den Rechteinhabern unmittelbare wirtschaftliche Perspektiven zu eröffnen;¹⁵³ solche Möglichkeiten werden bereits von Netflix oder Amazon Prime angeboten. Der Chefentwickler Chris Goodrow betont, die oberste Priorität für YouTube müsse es bleiben, eine möglichst hohe Bandbreite an Videos zur Verfügung zu stellen, um den unterschiedlichsten Nutzergruppen Anreize zu bieten, Kanäle zu abonnieren. Dazu müssten Inhalte leichter gefunden werden können.¹⁵⁴ Von YouTubes Produktchef Rajaraman wurde angedacht, in Bezug auf Katzenvideos diese thematisch passenden Kanälen zuzuweisen und die Fülle an Inhalten über Katzen geordneter und übersichtlicher zu gestalten.¹⁵⁵ Hinsichtlich der Professionalisierung von YouTube waren auch die Vereinfachung des Kommentarsystems und die Verknüpfung mit Google+ wichtige Themen, denen sich die YouTube-Entwickler ab 2012 widmen wollten.¹⁵⁶

Mittlerweile herrscht eine enge Kooperation zwischen Google und YouTube, welches Konzerntochter von Google ist. Von den Usern profitieren vor allem jene von dieser Entwicklung, die mit YouTube einen Neben- oder Haupterwerb erzielen:

„Google übernimmt die Kosten für das Hosting und den Traffic, erreicht Millionen Menschen weltweit und erlaubt gleichzeitig Monetarisierung durch Werbung und schüttet so einen gewissen Teil der Erlöse an die ‚Creators‘, YouTubes eigener Titel für Videoersteller, aus. Es ist eine Beziehung, von der beide Seiten profitieren. Hauptberufliche YouTuber investieren ihr Geld und ihre Zeit in ihren Kanal und damit in die Plattform. [...] Google [mit seiner Konzerntochter YouTube] baut sich mit seinen Creators ein eigenes Mediennetzwerk auf, fast ohne eigenes Involvement beim kreativen Prozess. Die eine Seite ist also für das Technische zuständig und bezahlt die Rechnungen, die andere Seite liefert das Kreative, den Content.“¹⁵⁷

Die Entwicklung geht weiter in Richtung Professionalisierung, ist aber noch nicht abgeschlossen. Verbesserungspotenzial ist vorhanden, insbesondere was die Übersichtlichkeit und Strukturen der Kanäle anbelangt. Erste Schritte sind bereits getan. So existiert neben der allgemeinen Videosuchfunktion bereits ein Filter, der die Suche nach spezifischen Inhalten,

¹⁵³ Vgl. Picket, T., zitiert von Zettel, C., weiterhin Katzenvideos, 2012.

¹⁵⁴ Vgl. Goodrow, C., zitiert von Zettel, C., weiterhin Katzenvideos, 2012.

¹⁵⁵ Vgl. Rajaraman, zitiert von Zettel, C., weiterhin Katzenvideos, 2012.

¹⁵⁶ Vgl. Goodrow, C., zitiert von Zettel, C., weiterhin Katzenvideos, 2012.

¹⁵⁷ Fotopoulos, K., Adpocalypse, 2017.

z.B. Katzenvideos, erleichtert. Darüber hinaus wurden Sammelkanäle über Katzeninhalte geschaffen, die allerdings überwiegend aus unterschiedlichen Quellen stammen. Der Fokus der nachfolgend angestellten Beleuchtung des Angebots richtet sich der Übersichtlichkeit halber auf Kanäle einzelner Urheber, die hauptsächlich Katzenvideos auf YouTube online stellen.

4 Inhalt und Konzepte von Katzenvideos auf YouTube – ein Vergleich

In den vorangegangenen Kapiteln wurde die Bedeutung der Katzenvideos und ihre Entstehungsgeschichte, ausgehend von ersten bildlichen Darstellungen, über Fotografie, Memes und Virals und ihrer globalen Ausbreitung über die LOLcats-Community und YouTube hergeleitet. Trotz des hohen Beliebtheitsgrades, dessen sich Katzenvideos erfreuen, mangelt es an empirischen Untersuchungen. Der folgende Vergleich des Inhalts und der Konzepte verschiedener Channels und Videos über Katzen auf YouTube soll einen Einblick in die Vielfalt verfügbarer Katzenvideos bieten.

Im Gegensatz zu LOLcat-Memes sind YouTubes klassische Videos mit Cat Content im Regelfall ohne Wort und Text innerhalb des Videos selbst zu sehen. Es gibt größtenteils auch keinen Vor- oder Abspann, das Video selbst bedient sich im Normalfall der reinen Bildsprache. Allerdings fordert YouTube für die Einstellung des Videos in dieses Medium die Voraussetzungen einer Registrierung mit Nutzernamen und einen Titel für das Video. Diese Daten werden in einem Begleittext dem Video beigelegt und von YouTube automatisch ergänzt um das Datum der Einstellung des Videos auf YouTube. Man hat es hier mit einer Grundausrüstung von Metatext zu tun. Dieser Metatext über z.B. Autor, Herstellungsjahr, Inhalt etc. kann sowohl vom Hochladenden wie auch von den Teilenden und Betrachtenden über die Grundausrüstung des Metatextes hinaus innerhalb dieses um weitere Informationen, Betrachterkommentare, Witzbemerkungen und sonstige Wortbeiträge ergänzt werden. Von dieser Möglichkeit wird in der Praxis lebhaft Gebrauch gemacht.

Die Suche auf YouTube nach den Schlagworten *Katzen*, *cats*, *Katzenkanal*, *cat channel*, *Katzenvideos*, *cat videos*, *Großkatzen*, *big cats* führt zu einer Fülle an Material (vgl. dazu Tabelle 2), die zu quantitativen Abschlachtungen zwingt und eine Behandlung des Materials in beispielhafter, qualitätsorientierter Form erforderlich macht.

Katzen	941.000 Ergebnisse
Cats	20.200.000 Ergebnisse
Katzenkanal	896 Ergebnisse
Cat Channel	28.500.000 Ergebnisse
Katzenvideos	74.300 Ergebnisse
Cat videos	72.800.000 Ergebnisse
Großkatzen	7.070 Ergebnisse
Big cats	10.900.000 Ergebnisse

Tabelle 2: Übersicht der Menge an Videos über Katzen auf YouTube (Stand 16.3.2018, Zahlen gerundet)

Aus der ersten Sichtung des Videomaterials auf YouTube wird ersichtlich, dass die englischsprachige Suche deutlich mehr Ergebnisse liefert als die deutsche, was für eine internationale Verbreitung der Videos spricht.

Aufgrund der hohen Ergebniszahlen mussten Einschränkungen für die Bildung des Basismaterials für die Sichtung der Videos mit Cat Content vorgenommen werden. Um eine Untersuchung von Konzepten anstatt von Zufallstreffern zu ermöglichen, werden in dieser Arbeit nur Videos im Rahmen von katzenspezifischen Kanäle verglichen. Gesichtspunkte für die quantitative Einschränkung der untersuchten Kanäle sind deren Exklusivität und Abonnentenzahl (mind. 100.000 Abonnenten). Mit Exklusivität ist gemeint, dass nach Möglichkeit nur Kanäle in das Basismaterial einbezogen wurden, die ausschließlich Katzenvideos anbieten. Um die Vielfalt des Angebots sichtbar zu machen, wurden auch Kanäle über Großkatzen sowie Kanäle über Katzenhaltung /Katzenrettung in die Bildung des Basismaterials aufgenommen. Ausgeschlossen wurden Animationsfilme und Cartoons. Aus diesem Basismaterial wurden anschließend für den Vergleich 20 nach den Abonnentenzahlen erfolgreiche Kanäle als typische Beispiele herausgesucht. Die Abonnentenzahlen deuten auf die Beliebtheit eines Kanals für das Katzenpublikum hin. Folgerichtig zeigt YouTube, wenn man nach Kanälen mit Katzeninhalten sucht und die Ergebnisse nach „Aufrufzahl“ sortiert, die Kanäle mit den meisten Abonnenten zuerst an. Die in solcher Weise als Basismaterial

gewählten Kanäle wurden entsprechend ihrer Inhalte kategorisiert (vgl. Tabelle 3). Neben den drei Untergliederungspunkten Katzenhaltung, Großkatzen und Katzen als Unterhaltungsfaktor wurde Kanälen über berühmte Katzen eine eigene Kategorie eingeräumt.

Berühmte Katzen	Katzenhaltung	Großkatzen/Wildlife	Katzenentertainment
TheMeanKitty (Sparta Cat) Abo: 693.000	Cole and Marmalade Abo: 859.000	Kruger Sightings Abo: 757.000	JunsKitchen Abo: 2.054.000
mugumogu (Maru Cat) Abo: 595.000	Kitten Lady Abo: 475.000	Big Cat Rescue Abo: 639.000	Talking Kitty Cat Abo: 1.275.000
Real Grumpy Cat (Grumpy Cat) Abo: 260.000	Robin Seplut Abo: 365.000	Animal Channel Abo: 522.000	CatPusic Abo: 369.000
Lil BUB Abo: 236.000	Sho Ko Abo: 247.000	michael Jamison Abo: 425.000	CATMANTOO Abo: 185.000
Keyboard Cat Abo: 167.000	Kitten Academy Abo: 226.000	Wild Things Abo: 150.000	N2 Cat Crew Abo: 127.000
Gesamt Abo: 1.951.000	Gesamt Abo: 2.172.000	Gesamt Abo: 2.493.000	Gesamt Abo: 4.010.00

Tabelle 3: Kategorien von Katzenkanälen (Stand 25.5.2018, Zahlen gerundet)

Aus dem Vergleich der Abonnementzahlen in den vier Kategorien geht hervor, dass Kanäle und Videos, die dem Entertainment dienen, in ihrer Gesamtheit die größere Menge der Abonnenten stellen; Kanäle mit Inhalten über berühmte Katzen sind thematisch dem Entertainmentbereich zuzuordnen. Kanäle mit Sach- oder Wissenschaftsinhalten (Katzenhaltung, Großkatzen) halten sich nach Abonnementzahlen in etwa die Waage. Aus der vorstehenden Übersicht lässt sich somit schlussfolgern, dass Videos mit Cat Content auf YouTube vornehmlich zu Unterhaltungszwecken angesehen werden.

Geht man den Gründen für die unterschiedlichen Erfolge bei der Gewinnung von Abonnenten und der daraus zu schlussfolgernden Beliebtheit der Videos tiefergehend nach, so geben die oben in den Kapiteln 2.2, 2.3, 3.1 und 3.2 gefundenen und herausgearbeiteten Kriterien einen

plausiblen Beurteilungs- und Erklärungshintergrund. Nach diesen Kriterien lassen sich die nachfolgend vorgestellten Videos in Bezug auf die Themen Meme, Standardkonzepte und Beliebtheitsfaktoren, Viralität und Globalisierung untersuchen und beurteilen.

4.1 Berühmte Katzen

4.1.1 Berühmte Katzen im Einzelnen

(a) TheMeanKitty / Sparta Cat

Der inzwischen nach Abonnenten berühmteste Kater auf YouTube ist *Sparta*. Er teilt sich den Kanal *TheMeanKitty*, der seit 2008 bis heute rund 161 Millionen Mal aufgerufen wurde, mit dem Kater *Loki*. Die 178 Videos zeigen Ausschnitte des Zusammenlebens der beiden Kater mit ihren Besitzern. 31 Videos der Sammlung wurden über eine Million Mal angesehen.¹⁵⁸ Vier der sechs Videos mit den höchsten Aufrufen wurden in den Jahren 2016 bis 2018 erstellt, eines im Jahr 2008. Das Video mit den meisten Likes ist zugleich das aktuellste Video, jedoch nicht das Video mit der höchsten Aufrufzahl. Die Dauer der Videos beträgt zwischen 1,20 und 4,16 Minuten (vgl. Tabelle 4).

	How to Annoy ...	Kitties React To Pregnancy	How To Get A Kitty Belly	The BIG Mean Kitty Song	Faking My Death In Front Of My Cat	(Faking My Death In Front Of My Dog)
Erstellungsjahr	2008	2016	2017	2017	2018	2018
Länge (min)	1:27	1:51	1:20	4:16	1:55	1:51
Aufrufe	4.777.472	4.651.801	36.456.926	6.100.662	10.973.357	10.246.997
Like/Dislike (TSD)	16,4 / 2,0	88,0 / 2,3	72,8 / 22,2	21,7 / 3,0	185,1 / 5,8	250,1 / 5,3
Kommentare	2.196	4.729	2.596	2.026	17.893	12.666

Tabelle 4: TheMeanKitty Top 6, eingeschlossen Katzen Top 5 (Stand 25.5.2018)

¹⁵⁸ Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2008.

Das älteste Video How To Annoy Your Mean Kitty 1 beginnt mit einer kurzen Sequenz, die den Besitzer der Kater Sparta und Loki zeigt. Er sitzt vor einer weißen Wand und erläutert sein Vorhaben, Sparta zu ärgern bzw. Sparta lustige Reaktionen beim gemeinsamen Spiel zu entlocken. Die Kamera schwenkt auf Sparta, der neben einem Kletterbaum liegt und mit einer herabhängenden Kugel spielt. Sein Besitzer hat inzwischen eine Quittung hervorgeholt. Während er Sparta ergreift und die Quittung über dessen Fell reibt, erläutert er sein Handeln. Wird die Quittung lang genug über das Fell gerieben, bleibt sie hängen, was den Kater dazu bewegt, sich auf dem Boden zu wälzen, um die Quittung los zu werden. Dies gelingt, woraufhin sein Besitzer die Prozedur drei Mal wiederholt, bevor das Video endet.¹⁵⁹

Das Video mit der geringsten Aufrufzahl und der zweithöchsten Anzahl an Likes und Kommentaren unter den Katzenvideos KITTIES REACT TO PREGNANCY ist in zwei Abschnitte untergliedert. Der erste Teil des Videos zeigt den Besitzer der beiden Kater und dessen schwangere Frau. Bei 0:28-0:30 unterbricht beschreibender Text das Video. Darauf folgend zeigt die Kamera die Frau auf ihrem Sofa liegend, auf ihrer Brust den Kater Sparta, der sie beschnuppert und ihre Schläfe leckt. Neben ihr sitzt Loki, den sie streichelt und der im späteren Verlauf beginnt auf sie zu klettern. Das Video ist mit Klaviermusik unterlegt.¹⁶⁰

Am häufigsten aufgerufen wurde das Video How To Get A Kitty Belly. Das Video zeigt Sparta im ersten Stock des Hauses und am oberen Ende der Treppe. Sein Besitzer nähert sich ihm mit ausgestreckter Hand, worauf Sparta unbeeindruckt bzw. mit einer Änderung seines Standortes reagiert, bis er sich schließlich am Bauch streicheln lässt.¹⁶¹

The BIG Mean Kitty Song – Official Music Video [KIDS SONGS] besteht aus einem Zusammenschnitt verschiedener Szenen mit unterlegtem Gesang und Musik von Cory Williams, dem Besitzer der beiden Kater. Das Musikvideo beginnt mit dem Erscheinen von Williams' Tochter Chell im Wohnzimmer. Sie bringt ihrem Vater ein Buch, der den Liedtext daraus zu singen beginnt und dazu tanzt. Seine Tochter stimmt in den Tanz ein. Darauf folgen Zwischensequenzen, die Sparta zeigen, der das Haus erkundet, spielt, herumtollt und sich auf einem Teppich wälzt. Die Sequenzen erscheinen im Wechsel mit Szenen, die Williams und seine Familie in der Stadt sowie in ihrem Haus zeigen. Das Video endet damit, dass die Familie über die Treppe in den ersten Stock verschwindet und das Buch auf einem Sessel liegen bleibt.

¹⁵⁹ Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2008.

¹⁶⁰ Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2016.

¹⁶¹ Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2017.

Musik und Text wurden von Williams selbst produziert. Trotz der herausragend hohen Aufrufzahl hat das Video im Vergleich zu *KITTIES REACT TO PREGNANCY* weniger Likes, im Verhältnis aber deutlich mehr Dislikes erhalten.¹⁶²

Das am besten bewertete Video der Katzensvideos – das Hundevideo wurde hier nicht berücksichtigt – Faking My Death In Front of My Cat – Mean Kitty Reacts stellt ein Experiment dar, zum Zweck des Tests der Reaktion einer Katze (hier des Katers Sparta) auf einen möglichen, plötzlichen Tod des Besitzers. Cory Williams gibt vor, neben dem Treppenaufgang zusammen zu brechen und bleibt mit geschlossenen Augen auf dem Boden liegen. Kurz darauf erscheint Sparta maunzend am Treppenabgang und nähert sich ihm von hinten. Der Kater beschnuppert zunächst Williams' rechte, ausgestreckte Hand, sieht sich immer wieder um und maunzt, bevor er Williams' Brust beschnuppert und sich anschließend neben ihn legt, sich leicht in die Rückenlage dreht und seine Beine von sich streckt, bis Williams erwacht und ihn streichelt. Die Reaktionen der Kommentatoren fallen unterschiedlich aus, von Belustigung, über Vergleiche mit den Reaktionen eigener Katzen, bis hin zu der Überlegung, ob Katzen unterscheiden können, ob ein Mensch tatsächlich Hilfe benötige oder nicht.¹⁶³

Bei einem ersten Ansehen des Videokanals *TheMeanKitty* mit seinen Darstellern, den Katern Sparta und Loki, überrascht zunächst der Erfolg dieses Kanals, denn im Vergleich zum folgenden Kanal *mugumogu* (siehe unten 4.1.1 (b)) sind hier die Videos in einer etwas komplizierteren Struktur aufgebaut und verzichten auf einen Wiedererkennungstopos. Wenn man sich die Videos näher anschaut, kann man jedoch die von Shafer und O'Meara herausgestellten Beliebtheitsfaktoren und Standardkonzepte deutlich erkennen: So dramatisieren die Produzenten in den einzelnen Videos Sequenzen aus dem vertrauten Alltag, lassen diese in der Umgebung des Privaten und unterstreichen das Private mit der Herstellung eines sehr persönlichen Bezugs zum Produzenten und seiner Familie. Bei meist minimalem Einsatz von Sprache wird die Situation mehr mit Zeigen statt Erzählen vermittelt. Darsteller, die positive Gefühle auslösen, sind hier nicht nur die Katzen, sondern auch die anscheinend glückliche Familie. Ebenfalls sind zusätzlich zu den Katzen auch deren Halter verspielt und lustig.

¹⁶² Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2017.

¹⁶³ Vgl. Williams, C., Mean Kitty, 2018.

(b) mugumogu / Maru Cat

Der japanische Kanal mugumogu über den Kater *Maru* wurde seit 2008 bis dato rund 362 Millionen Mal aufgerufen. Von den rund 580 Videos, die Ausschnitte aus dem Leben des Katers präsentieren, wurden 68 Videos über eine Million Mal angesehen.¹⁶⁴ Die fünf am häufigsten besuchten Videos wurden im Zeitraum 2008 bis 2011 erstellt und haben eine Dauer von 1,22 bis 5,14 Minuten. Das längste Video über die Vorstellung des Katers erhielt die meisten Aufrufe und Likes, das kürzeste und aktuellste Video die geringste Zahl an Aufrufen und Likes. Die übrigen Videos hielten sich im Mittelfeld, gemessen an Aufrufzahl, Likes und Kommentaren (vgl. Tabelle 5).

	Maru's Box	I'm Maru	Big Box and Maru	Many too small boxes	A box and Maru 8.
Erstellungsjahr	2008	2009	2009	2010	2011
Länge (min)	1:32	5:14	1:54	2:58	1:22
Aufrufe	17.908.850	23.230.851	10.653.847	15.171.926	7.383.894
Like/Dislike (TSD)	53,7 / 1,1	98,6 / 1,8	40,7 / 0,793	64,8 / 1,1	36,9 / 0,332
Kommentare	5.572	9.112	3.768	4.890	2.591

Tabelle 5: mugumogu Top 5 (Stand 25.5.2018)

Das älteste Video 特訓するねこ (Maru's Box) zeigt den dunkelbraun-schwarz-getigerten Kater Maru mit einer Schachtel, die auf zwei Seiten geöffnet ist. In einer Zeitspanne von 1,31 Minuten versucht Maru, durch die Schachtel zu kriechen. Dabei schiebt er die Schachtel über den Fußboden des Küchenraum unter einem Tisch hindurch. Schließlich gelingt es ihm, seinen Kopf und den Vorderkörper durch die zu enge Schachtel zu zwängen, woraufhin er sich auf dem Boden wälzt. Die Kommentare sind sowohl auf Englisch als auch auf Japanisch und beinhalten Bedenken hinsichtlich des überhöhten Gewichts des Katers.¹⁶⁵

Das beliebteste Video まるです (I'm Maru) mit der längsten Laufzeit zeigt Maru in unterschiedlichen Positionen, beim Spielen und Herumlaufen in verschiedenen Räumen. Zwischen den Szenen ist weißer, beschreibender Text (japanisch/englisch) eingeblendet. Maru

¹⁶⁴ Vgl. Mugumogu, Maru, 2008.

¹⁶⁵ Vgl. Mugumogu, 特訓するねこ, 2008.

wird als fauler, seltsamer Scottish Fold Kater beschrieben, der manchmal ein wenig ängstlich ist und sich wie ein verwöhntes Kind benimmt, sehr verspielt ist und Schachteln liebt. Die hauptsächlich englischen Kommentare drücken ihre Begeisterung für den Kater aus.¹⁶⁶ Aufgrund seiner Liebe für Schachteln ist es nicht verwunderlich, dass alle fünf am häufigsten aufgerufenen Videos Maru beim Spielen mit einer oder mehreren Schachteln zeigen. Diese scheinen ein besonderes Markenzeichen der beliebten Videos von Maru zu sein.

大きな箱とねこ。(Big box and Maru) dokumentiert Marus Umgang mit einer großen geöffneten Faltschachtel. Anfangs erkundet Maru die nähere Umgebung, schleicht um die Schachtel, springt auf einen Tisch und betrachtet die Öffnung. Dann kehrt der Kater auf den Boden zurück, umrundet die Schachtel und springt anschließend aus dem Stand mit einem Satz in den Karton. Das Video endet damit, dass Maru seine Pfoten an den Schachtelrand legt und darüber hinausblickt.¹⁶⁷

Im Video いろいろな小さ過ぎる箱とねこ。-Many too small boxes and Maru- wird Maru, wie der Titel bereits impliziert, mit drei für ihn zu kleinen Schachteln konfrontiert. In allen Fällen bemüht er sich, in die Schachteln zu klettern. Zweimal bleibt er am Ende auf den Schachteln sitzen. Bei der dritten Schachtel gibt er es schließlich auf -nd bleibt neben der umgekippten Schachtel sitzen, wobei sein Körper die Öffnung verdeckt. Die Kommentatoren reagieren belustigt auf die drei aufeinanderfolgenden Szenen, die durch kurze Zwischensequenzen mit beschreibendem weißen Text vor schwarzem Hintergrund in drei Abschnitte untergliedert werden.¹⁶⁸

箱とねこ 8。-A box and Maru 8.- zeigt ebenfalls den Versuch Marus, in eine für ihn etwas kleine Schachtel zu gelangen. Gegen Ende des Videos gelingt es ihm, seinen Körper in die Schachtel zu quetschen, bis nur noch sein Kopf herausschaut. Unter den Kommentaren befinden sich hier auch deutsche Kommentare, die Zuneigung gegenüber dem Kater ausdrücken.¹⁶⁹

Die Videos des Kanals *mugumogu* über die Katze Maru beinhalten der Form nach durchaus memetische, Viralität ausmachende Aspekte mit ihrem leicht verständlichen, aus dem Alltäglichen stammenden Humor. Das Motiv „Katze und Schachtel“ wird wiederholt und

¹⁶⁶ Vgl. Mugumogu, まるです, 2009.

¹⁶⁷ Vgl. Mugumogu, 大きな箱とねこ, 2009.

¹⁶⁸ Vgl. Mugumogu, boxes and Maru, 2010.

¹⁶⁹ Vgl. Mugumogu, Maru 8, 2011.

dadurch zu einem variierbaren, fortspinnbaren Wiedererkennungsmotiv. Die Videos sind zudem einfach inszeniert und in der Lage, in der kurzen Darstellungszeit beim Betrachter Gefühle zu wecken. Sie entsprechen den von Shafer und O'Meara aufgezeigten Standardkonzepten und Beliebtheitsfaktoren: Die Videos über Maru verstehen es, einen vertrauten Vorgang zu dramatisieren in dem Sinne, dass ein an sich spielerisches Verhalten der Katze aus dem Alltäglichen auf seine humorigen Komponenten zugespitzt wird. Maru ist sich der Beobachtung offenkundig nicht bewusst und erscheint somit authentisch. Die immer wiederholte, im Video überspitzt dargestellte Auseinandersetzung der Katze mit einer oder mehreren Schachteln stellt einen Topos dar, der überall verstanden wird.

(c) Real Grumpy Cat

Der Kanal *Real Grumpy Cat* wurde seit 2010 bis dato rund 38 Millionen Mal aufgerufen, fünf der 38 verfügbaren Videos über eine Million Mal.¹⁷⁰ Die fünf am häufigsten besuchten Videos wurden im Jahr 2012 erstellt und haben eine Dauer von 0,10 bis maximal 1,49 Minuten. Das Video *The Original Grumpy Cat!* mit einer Länge von 55 Sekunden sticht mit seiner Aufrufzahl, seinen Likes und der Zahl der Kommentatoren deutlich hervor. Grundsätzlich zeigt sich bei den Videos von *Grumpy Cat* ein tendenzieller Abfall der Beliebtheit im Gegensatz zu den Kanälen über *Maru* und *Sparta*.¹⁷¹

	Do not disturb Grumpy Cat!	More Grumpy Cat	The original Grumpy Cat	Sleepy Grumpy Cat!	Grumpy Cat getting treats...
Erstellungsjahr	2012	2012	2012	2012	2012
Länge (min)	0:10	0:21	0:55	0:44	1:49
Aufrufe	2.983.197	2.692.974	21.148.566	1.276.216	1.065.680
Like/Dislike (TSD)	10,6 / 0,340	11,8 / 0,251	138,9 / 3,1	7,8 / 0,197	6,7 / 0,198
Kommentare	1.174	2.064	20.336	1.014	1.392

Tabelle 6: Grumpy Top 5 (Stand 25.5.2018)

¹⁷⁰ Vgl. Real Grumpy Cat, Grumpy, 2010.

¹⁷¹ Vgl. Real Grumpy Cat, Grumpy, 2010.

Die fünf beliebtesten Videos (vgl. Tabelle 6) zeigen typische Szenen aus dem Leben der Katze. Es gibt meist keinen Vor- oder Abspann und die Videos sind kaum geschnitten oder mit Musik unterlegt.

Do not disturb Grumpy Cat! ist eine zehnssekündige Großaufnahme der weißen Katze mit den schwarzen Ohren, dem schwarzen Schwanz und dem mürrischen Blick. Die Katze liegt auf einem braunen Kissen mit schwarzen Streifen und starrt in die Kamera. Als sie berührt wird, setzt sie sich kurz auf, bevor sie wieder ihre ursprüngliche Position einnimmt.¹⁷²

Im Video More Grumpy Cat! kriecht Grumpy über einen weißen Teppichboden zu einem Bücherregal. Unterwegs blickt sie mehrfach zur Kamera, bevor sie dieser den Rücken kehrt und unter das Regal kriecht. Kommentatoren bemitleiden ihren Zustand und diskutieren die Frage, wie groß ihre Schmerzen sind und woran sie leidet.¹⁷³

Das beliebteste Video The Original Grumpy Cat! zeigt Grumpy auf einem weißen Bettbezug liegend, sie wird am Bauch gekrault. Ihr Kopf ist leicht zur Seite geneigt. Eine Pfote berührt die Hand, die sie streichelt. Grumpy wird mit dem Zeigefinger auch unter dem rechten Ohr gekrault, woraufhin sie zunächst nach den Fingern schnappt, bevor sie den Vorgang des Kraulens über sich ergehen lässt. Die Kommentatoren äußern sich über Vergleiche mit eigenen Katzen und diskutieren darüber, dass Grumpys Gesichtsausdruck züchtungsbedingt unveränderbar sei. In Folge sei es unmöglich zu sagen, ob Grumpy sich über das Streicheln freue oder nicht.¹⁷⁴

Auch im Video Sleepy Grumpy Cat! liegt Grumpy auf der weißen Bettdecke. Die Aufnahme zeigt im Hintergrund auch die Kissen und das Kopfende des Bettes auf dem Grumpy liegt. Sie blickt direkt in die Kamera, mit dem für sie typischen, mürrischen Gesichtsausdruck. Nach einer Weile beginnt sie sich zu lecken. Bei 0:43 wechselt das Szenario abrupt und man erschreckt sich möglicherweise über den plötzlichen lauten Ton. Die Aufnahme zeigt die Katze sehr kurz von oben auf einem schwarzen Untergrund sitzend, rechts und links herunterhängende Bettlaken. Zornig maunzt sie in die Kamera, womit das Video endet. Reaktionen der Zuschauer beziehen sich weniger auf die Katze, sondern vielmehr auf Verhaltensweisen von Menschen beim Erwachen.¹⁷⁵

¹⁷² Vgl. Real Grumpy Cat, Do not disturb, 2012.

¹⁷³ Vgl. Real Grumpy Cat, More Grumpy, 2012.

¹⁷⁴ Vgl. Real Grumpy Cat, Original Grumpy, 2012.

¹⁷⁵ Vgl. Real Grumpy Cat, Sleepy Grumpy, 2012.

Das Video Grumpy Cat getting treats after being on the TODAY show! startet mit einem etwas altmodisch wirkenden Schnitt, bei dem man über ein Fotoalbum in die Szene einzusteigen scheint. Ähnlich den vorangegangenen Videos wird Grumpy in Großaufnahme gefilmt. Abgesehen von Grumpy sind nur ein Handtuch zu erkennen, ein unscharfer Hintergrund, bei dem es sich vermutlich um ein Bett handelt, auf dem Grumpy sitzt und eine Hand, die Grumpy Futter auf das Handtuch legt und die Katze am Rücken streichelt. Grumpy frisst langsam und leckt sich ihr Maul. Die Kamera beachtet sie erst am Ende des Videoclips. Abschließend wird ein Foto von Grumpy in einem Holzwägelchen sitzend gezeigt, darauf folgen Links und ein Bild eines schwarzen T-Shirts mit Druckmotiven des Kopfes von Grumpy Cat, eines davon stellt das Gesicht der Katze im Mond dar.¹⁷⁶

Die Videos des Kanals *Real Grumpy Cat* rühren den Betrachter zunächst an durch ihre simple, nach ihrer Form an die Neunzigerjahre erinnernde Bildführung und simplen Schnitt. Gleichwohl findet man in ihnen die Standardkonzepte, wie sie Shafer und O'Meara herausgestellt haben. Die Videos sind kurz und greifen Szenen des vertrauten Alltags auf, die aus sich heraus ohne Sprachverwendung überall verständlich sind und bei aller natürlichen Unbefangenheit der Katze – wie die Kommentare zu den Videos zeigen – Parallelüberlegungen zu menschlichen Verhaltensweisen, zum Beispiel beim Aufwachen, auslösen. Man kann schlussfolgern, dass der Produzent die Videos ausrichtete auf die Reaktion des Betrachters im Sinne des „Cinemas of Attraction“. Zum viralen Schub trägt die dargestellte Katze bei, welche mit der Markanz ihres Gesichts zum einen Assoziationen herausfordert und zum anderen zugleich einen Wiedererkennungswert auslöst.

Besonders das Video *The Original Grumpy Cat!* mit seiner sehr einfach konzipierten, kurzgefassten Kerngeschichte und mit äußerst geringer Sprachverwendung trägt in sich die guten Chancen für die Erlangung von Viralität, wie sie Shifman (oben Kapitel 3.2) beschrieben hat. So verwundert nicht, dass dieses Video aus dem Kanal über 21 Millionen Aufrufe verzeichnet und somit als Beispiel für einen viralen Erfolg im globalen Netz bezeichnet werden kann.

(d) Lil BUB

Die nach Abonnenten vierte Katze aus der Kategorie berühmter Katzen auf YouTube ist Lil Bub. Der offizielle YouTube-Kanal wurde 2011 begründet und seither rund 40 Millionen Mal

¹⁷⁶ Vgl. Real Grumpy Cat, Grumpy Cat getting treats, 2012.

aufgerufen. Von den 217 Videos, die Erlebnisse der Katze Lil Bub zeigen, wurden nur fünf Videos über eine Million Mal angesehen.¹⁷⁷ Diese fünf beliebtesten Videos wurden in den Jahren 2011 bis 2014 erstellt. Bis auf ein Video, das eine Laufzeit von einer Stunde aufweist, bei zweithöchster Aufrufer-, Like- und Kommentarzahl, beträgt die Dauer der Videos zwischen 0,40 und 2,34 Minuten (vgl. Tabelle 7). Sie sind meist mobil aufgenommen und teils ungeschnitten.

	Yoghurt Bub	Bub Sounds	Magical Yule	8 week old baby Bub	Bub meets Tiger
Erstellungsjahr	2011	2012	2013	2014	2014
Länge (min)	1:26	0:40	1:00:07	1:23	2:34
Aufrufe	1.040.433	1.621.680	3.735.762	4.475.316	2.306.111
Like/Dislike (TSD)	8,0 / 0,104	15,4 / 0,287	28,8 / 2,6	19,8 / 1,2	33,1 / 0,902
Kommentare	1.046	1.966	2.616	1.736	3.396

Tabelle 7: Lil Bub Top 5 (Stand 25.5.2018)

Das älteste Video BUB! YOU'VE GOT YOGURT ON YOUR HEAD beginnt mit dem Bild eines geöffneten Joghurtbechers, der auf einem Küchentisch steht. Die Kamera dreht zu einem blauen Sofa mit weißen Kissen. Die getigerte Katze Lil Bub tappst dort herum und nähert sich schließlich den Kissen. Bei 0:45 bringt der/die Besitzer/in den Joghurt zum Sofa und hält diesen der Katze hin. Lil Bub steckt ihren Kopf in die Öffnung und beginnt zu fressen. Der/die Besitzer/in lässt den Becher los. Lil Bub frisst weiter, bis der Becher bei 1:22 auf den Boden fällt. Die Katze blickt daraufhin in die Kamera, womit das Video endet.¹⁷⁸

BUB SOUNDS zeigt die Katze mit angezogenen Pfoten auf weißem Teppichboden liegend. Hinter ihr sitzt ihr/e Besitzer/in und streichelt sie. Lil Bub leckt sich die Lippen, schüttelt ihren Kopf, streckt ihre Zunge leicht aus dem Maul, blickt kurz zurück, gibt dabei leise gurrende Geräusche von sich und verlässt gegen Ende des Videos das Bild, indem sie aufsteht und davon krabbelt.¹⁷⁹

¹⁷⁷ Vgl. Lil Bub, Bub, 2011.

¹⁷⁸ Vgl. Lil Bub, YOU'VE GOT YOGURT, 2011.

¹⁷⁹ Vgl. Lil Bub, BUB SOUNDS, 2012.

Das längste Video mit dem Titel Lil BUB's Magical Yule LOG Video ist ebenfalls einfach gestaltet. Lil Bub liegt auch hier auf einem Teppich, die Pfoten angezogen. Im Hintergrund brennt in einem offenen Kamin ein Feuer. Lil Bubs Gesicht ist meist der Kamera zugewandt, wodurch die gerollte Zunge, die ihr aus dem Maul hängt, deutlich sichtbar ist. Zeitweise blickt sie zur Seite, ändert aber auch bei veränderter Kameraposition nicht ihre Stellung. Dabei schnurrt und gurrts sie leise.¹⁸⁰ Die Kommentatoren zeigen Verwunderung über ihr eigenes Interesse an einem so langen, fast ereignislosen Video, finden es entspannend und sind hingerissen von der Niedlichkeit der Katze.

Das Video FOUND FOOTAGE of an 8 Week Old Baby BUB wurde mit über vier Millionen Mal am häufigsten aufgerufen. Das 1,23-minütige Video begleitet die junge Katze Lil Bub auf ihrem Erkundungsgang durch ein Wohnzimmer, über einen Teppichboden, unter einem Tisch hindurch, vorbei an einem Flachbildfernseher und hohen Lautsprechern. Das Video endet damit, dass der/die Besitzer/in Lil Bub streichelt und das kleine Kätzchen sich für zwei Sekunden auf seine Hinterläufe stellt.¹⁸¹

Gemessen an der Höhe der Likes und der Zahl der Kommentatoren ist das Video BUB MEETS TIGERS am beliebtesten. Das Video ist ein Zusammenschnitt und zeigt Bubs Besitzer, er trägt Bub auf der rechten Schulter und nähert sich einem Tigergehege. Hinter dem hohen Zaun befindet sich ein Königstiger, der die kleine Katze neugierig zu beschnuppen beginnt. Auch Bub reagiert neugierig gegenüber dem Tiger. Zeitweise kommt ein zweiter Tiger hinzu und Bub scheint ihr Interesse zu verlieren. Als ihr Besitzer mit Bub die Position wechselt, blickt sie jedoch wieder neugierig ins Tigergehege. Die Produzenten setzen schließlich noch einen Nachbearbeitungseffekt ein, bei dem Lil Bub eine Flamme in Richtung Tiger zu spucken scheint und dieser zurückschreckt.¹⁸²

Anders als der Kanal *mugumogu* (vgl. 4.1.1 (b)) zeichnet sich der Kanal *Lil BUB* dadurch aus, dass er in der Varianz der Einzelvideos nicht auf die Wiedererkennbarkeit der Erzählung abstellt. Das verbindende Merkmal in diesem Kanal ist, wie bei *Grumpy Cat* (vgl. 4.1.1 (c)), die Markanz der dargestellten Katze, die gleichsam systematisch zum Star aufgebaut wird. In den Videos werden – mit einer Ausnahme, dem Video *Lil BUB's Magical Yule LOG Video* – in kurzer und unaufwendiger Weise banale kleine Geschehnisse des Alltags dargestellt mit der

¹⁸⁰ Vgl. Lil Bub, *Magical Yule*, 2013.

¹⁸¹ Vgl. Lil Bub, *8 Week Old*, 2014.

¹⁸² Vgl. Lil Bub, *MEETS TIGERS*, 2014.

markanten Katze als jeweilige Protagonistin. Die einfachen Inszenierungen mit jeweils dargestelltem Bezug zu einer engen Bindung von Mensch und Tier lösen Emotionen und Assoziationen zu menschlichen Verhaltensweisen aus. Das zeitlich und auch mit seiner Darstellung der unendlich vor dem Kaminfeuer liegenden Katze aus dem Rahmen fallende Video *Lil BUB's Magical Yule LOG Video* ist unmittelbar auf die Gefühlswelt des Betrachters gerichtet, mit eben dem Darsteller, der an anderer Stelle in den verschiedensten Videos bereits die Betrachter gefühlsmäßig angesprochen hat. Mit dieser Kombination von Standardkonzepten (vgl. die angeführten Ausführungen von Ackerman-Greenberg in Kapitel 3.1) für erfolgreiche Videos mit Cat Content sind die Grundlagen für den Erfolg von viraler Verbreitung gelegt.

(e) Keyboard Cat

Besonderer Beliebtheit erfreut sich auch die sogenannte *Keyboard Cat*, benannt nach Videos, welche eine Katze in einem blauen Hemd darstellen, die auf einem Keyboard spielt. Der Eindruck entsteht durch einen simplen Trick des Besitzers, der die Katze mit seinen Händen unterhalb des Hemdes berührt und ihre Tatzen bewegt. Im Hintergrund läuft eine nachträglich unterlegte Keyboard Musik. Der Kanal über die *Keyboard Katze* enthält Videos über die erste *Keyboard Katze*, ihren Aufstieg, ihrem Tod durch ein Krebsleiden und ihre Nachfolger. Seit 2007 wurden die 263 Videos rund 92 Millionen Mal aufgerufen, davon elf Videos über eine Million Mal. Wie auch bei *Grumpy Cat* zeigt sich bei der *Keyboard Katze* eine fallende Tendenz in ihrer Beliebtheit.¹⁸³ Die fünf am häufigsten aufgerufenen Videos haben eine Laufzeit von 0,15 bis 1,38 Minuten. Das Video mit der höchsten Likezahl wurde 2007 ins Netz gestellt. Die folgenden Videos aus den Jahren 2009, 2010 und 2014 hatten eine deutlich niedrigere Aufrufzahl. Am beliebtesten waren die Videos über die erste Keyboard Katze *Fatso* und ihre Nachfolgerin *Bento*. Das aktuellste Video aus dem Jahr 2014 wurde am seltensten angesehen und kommentiert. Zahlreiche Kommentatoren drücken ihr Mitgefühl für das Schicksal der Katze aus und bedauern deren Tod. Das Original scheint für viele unvergleichbar (vgl. Tabelle 8).

¹⁸³ Vgl. Schmidt, C., Keyboard Cat, 2007.

	The Original	Behind the Scenes	Keyboard Cat Reincarnated	Pistachios Commercial	96 Tears
Erstellungsjahr	2007	2009	2010	2010	2014
Länge (min)	0:54	1:38	0:33	0:15	0:29
Aufrufe	51.440.626	2.960.428	11.013.063	3.353.003	2.350.181
Like/Dislike (TSD)	473,1 / 14,1	15,4 / 1,5	89,7 / 3,8	11,2 / 0,571	13,8 / 1,2
Kommentare	72.959	4.927	10.557	1.914	876

Tabelle 8: Keyboard Katze Top 5 (Stand 25.5.2018)

Das Originalvideo Charlie Schmidt's Keyboard Cat! – THE ORIGINAL! über Fatso, die rötliche Katze im blauen Hemd, die an einem Keyboard sitzend dargestellt eine schräge Melodie spielt, wurde über 51 Millionen Mal aufgerufen und erhielt mit rund 473.000 Likes und über 72.000 Kommentaren im Vergleich zu den Videos anderer berühmter Katzen die höchste Aufmerksamkeit von ihrem Publikum.¹⁸⁴

Das zweite Video aus der Liste der Top 5 Keyboard Cat Behind The Scenes! – SHOCKING NEW FOOTAGE! ist eine Erweiterung des Originalvideos, das nur die Katze beim Spielen darstellt. Die Ergänzung besteht aus einem Prolog und einem Epilog. Im Prolog spricht Charlie Schmidt aus dem Off zu Fatso, wodurch der Eindruck erzeugt wird, Fatso befände sich in einem echten Tonaufnahmestudio. Das wird durch den Hintergrund verstärkt. Im Epilog nimmt Schmidt seine Katze aus dem Bild. Kurz ist sie am linken Bildrand, auf einem Kissen sitzend zu sehen, während Schmidt erläutert, dass Fatso sich nun zurückgezogen habe. Das Video endet mit dem Portrait eines Mannes, der einen Helm trägt.¹⁸⁵

Keyboard Cat REINCARNATED! ist ein Video über Fatsos Nachfolgerin Bento. Das Video zeigt Bento in einem blauen T-Shirt im Wohnzimmer am Keyboard. Die Ausrichtung von Keyboard und Katze im Bild ist im Vergleich zum Originalvideo spiegelverkehrt. Zu Beginn des Videos ist eine Trommel zu sehen. Eine Katzenpfote berührt die Oberfläche der Trommel mehrfach, bevor das Bild zu Bento am Keyboard wechselt. Die Qualität des Videos im Vergleich zum Original ist besser, das Bild schärfer. Ab 0:31 sind die aufrechten Hinterläufe

¹⁸⁴ Vgl. Schmidt, C., Charlie Schmidt's, 2007.

¹⁸⁵ Vgl. Schmidt, C., Behind The Scenes, 2009.

von Bento zu sehen, die von rechts nach links und zurück bewegt werden. Es ist davon auszugehen, dass Schmidt Bento in aufrechter Haltung über den Boden hielt.¹⁸⁶

Keyboard Cat's Wonderful Pistachios Commercial! kam bei den Zuschauern wesentlich schlechter an, wie die Top Kommentare aus dem Jahr 2015 zeigen, die sich vor allem darüber auslassen, die Katze im grünen T-Shirt am Keyboard sei nicht das Original und der Verkauf von Memes sei unerwünscht. Aktuellere Kommentare ignorieren, dass es sich um ein Werbevideo für Pistazien handelt, die ab 0:11 eingeblendet werden. Vielmehr drücken sie Nostalgie aus und erinnern an das Original. Die Katze in diesem Video ist ebenso ausgerichtet wie Fatso. Auch das Keyboard sieht ähnlich aus. Am linken Ende des Keyboards liegt eine Pistazie, die von der Katze beim Spiel zerdrückt wird. Zusätzlich zur Hintergrundmusik spricht eine Stimme aus dem Off über Pistazien.¹⁸⁷

KEYBOARD CAT 96 TEARS ist ein weiteres Video, das eine rötliche Katze am Keyboard darstellt. Zu Beginn ist die Katze im Profil zu sehen. Sie trägt ein schwarz-weiß-kariertes Hemd und blickt anscheinend sehnsüchtig nach oben. Ihren Kopf wendet sie dabei leicht in Richtung Kamera, bevor das Bild wechselt. Ab 0:02 sitzt sie am Keyboard. Am rechten oberen Bildrand ist ein Schlagzeug zu erkennen. Im Vergleich zur Katze ist das Bild des Schlagzeugs unscharf. Bis zum Ende des Videos ist ein Lied zu hören, welches sich vom Originallied unterscheidet. Das Video endet wie das Original abrupt.¹⁸⁸ Aus einem Kommentar aus dem Jahr 2015 geht hervor, dass die Keyboard Katze und YouTube in enger Relation zueinander gesehen werden. So schrieb User Taofledermaus: „It aint YouTube without Keyboard Cat!“¹⁸⁹

Die Videos des Kanals *Keyboard Cat* beinhalten die Elemente, die nach den Beobachtungsergebnissen von Shifman (oben Kapitel 3.2) die typischen Zutaten für die Globalisierung eines Witzes über alle Sprachgrenzen hinweg darstellen; die jeweilige Keyboard spielende Katze ist eine kurze, schrullige Geschichte, die Kraft ihres surrealen Handlungsablaufs verblüfft. Die Videos beinhalten das Momentum des Keyboard Spielens durch ein Tier als Kerngeschichte einfachen, repetitiven Inhalts, die als Popart-Banalität gewertet werden kann, die zugleich in keiner Weise abhängig ist von verbalen Erklärungen oder Begleithinweisen. Damit sind nach der Struktur der Videos die Grundlagen für eine Globalisierung gelegt und es verwundert nicht, dass das Video *Charlie Schmidt's Keyboard*

¹⁸⁶ Vgl. Schmidt, C., REINCARNATED, 2010.

¹⁸⁷ Vgl. Schmidt, C., Pistachios Commercial, 2010.

¹⁸⁸ Vgl. Schmidt, C., 96 TEARS, 2014.

¹⁸⁹ Vgl. Taofledermaus, 96 Tears, 2015.

Cat! – THE ORIGINAL über 50 Millionen Aufrufe erzielte. Genauso wie die Endzeitlichkeit von Witzen, die durch Verbreitung und Wiederholung der gleichförmigen Witzgeschichte eine Abnutzung erleben, schmilzt dann nach dem anfänglich viralen Erfolg das Interesse an dem Kanal deutlich ab.

4.1.2 Gesamtichtung der Kategorie „Berühmte Katzen“

Bis auf *TheMeanKitty* hatten alle Kanäle ihre Hochphase in Bezug auf Aufrufzahlen, Kommentare und Likes im Zeitraum 2007 bis 2014, *TheMeanKitty* erfreut sich bis heute einer tendenziell steigenden Aufmerksamkeit durch YouTube-Besucher. Der Durchschnittswert der höchsten Like-Zahl der fünf Kanäle beträgt rund 199.000. Das erfolgreichste Video über die Keyboard-Katze *Fatso* liegt mit dem höchsten Wert von rund 473.000 Likes über dem Durchschnittswert, ist aber ein Einzelerfolg. Im Vergleich zum Kanal *Keyboard Cat*, der nur wenig mehr Videos zur Verfügung stellt als der Kanal *Lil Bub*, liegt *Lil Bub* mit seiner höchsten Beliebtheit von nur etwa 33.000 Likes am unteren Rand der Beliebtheitsskala. Auch in Bezug auf die Reaktionsfreudigkeit ist festzustellen, dass Keyboard Katze *Fatso* mit fast 73.000 Kommentaren den höchsten Wert erreicht und damit über dem Durchschnitt der meist kommentierten Videos der fünf Kanäle von etwa 24.700 zu verorten ist. *Lil Bub* schneidet erneut am schlechtesten ab.

Gemeinsam ist allen ausgewählten und besprochenen Kanälen über berühmte Katzen, dass sie entweder intuitiv oder auf Beobachtung und Erfahrung gestützt jenen Konzepten folgen, welche in den Kapiteln 2.3 unter Standardkonzepte, Beliebtheitsfaktoren, 3.1 Kennzeichen von Viralitätseignung sowie 3.2 der Eignung zu weltweiter Verbreitung im globalen Netz hervorgehoben wurden. Als besonders viral konnten dabei aus der Menge der berühmten Katzen solche Videos eingeordnet werden, die in einfach konzipierten Bildern mit möglichst wenig Sprache eine Beziehung von Mensch und Katze oder eine kurze, surreale, aber dennoch nicht uncharmanten Geschichte darstellten. Angesichts dieser Beobachtungen, die aus der Untersuchung von Videos über berühmte Katzen gezogen werden können, erscheint es wahrscheinlich, dass speziell Videos über Katze und Mensch auf YouTube an Bedeutung gewinnen.

4.2 Katzenhaltung / Mensch und Katze

4.2.1 Kanäle über Katzenhaltung im Einzelnen

(a) Cole and Marmalade

Im Jahr 2007 startete Chris Poole einen YouTube-Kanal mit Videos über seine Katzen Cole und Marmalade. Die Videos beinhalten zum einen lustige, aber auch lehrreiche Videos über die beiden Katzen, und zum anderen Videos, die seine Beziehung zu Cole und Marmalade repräsentieren. Bis dato wurden die Videos über 223 Millionen Mal aufgerufen. Von den 300 Videos wurden 64 über eine Million Mal angesehen.¹⁹⁰ Die fünf am häufigsten gesehenen Videos wurden im Zeitraum von 2013 bis 2017 erstellt und haben eine Dauer von 0,35 bis 3,11 Minuten. Das längste Video wurde mit 12 Millionen Mal am häufigsten aufgerufen. Am beliebtesten war jedoch das zweitlängste Video mit einem Like-Wert von rund 148.000. Beide Videos wurden 2015 hochgeladen. Bei den übrigen Videos halten sich die Aufrufe und Likes auf nahezu demselben Level (vgl. Tabelle 9).

	Tiny Kitten	Cat Logic	How Cats Say	What Cats Do At Night	If cats said “Mom”
Erstellungsjahr	2013	2014	2015	2015	2017
Länge (min)	0:35	2:06	2:19	3:11	0:29
Aufrufe	6.172.336	6.289.427	8.904.073	12.494.568	5.220.119
Like/Dislike (TSD)	46,3 / 3,5	68,4 / 1,8	148,2 / 2,3	127,7 / 3,8	58,5 / 9,1
Kommentare	4.556	2.967	13.328	11.679	3.409

Tabelle 9: Cole and Marmalade Top 5 (Stand 27.5.2018)

Das älteste und kürzeste Video der Top 5 Tiny Kitten – BIG Meow! zeigt die schwarze Katze Cole in ihren ersten Lebensmonaten. Das Bild der kleinen Katze füllt nahezu das gesamte Bild. Unter ihren Füßen ist ein Teppich erkennbar. Sie maunzt laut in die Kamera und tappst maunzend über den Teppich. Im beschreibenden Text ist angegeben, dass es sich um eine Videosequenz vor der Fütterung handle und Cole ein Kätzchen sei, das nicht aus einer Zucht stamme, sondern gerettet worden sei. Unter den Kommentaren befinden sich sogar solche in arabischer Sprache.¹⁹¹

¹⁹⁰ Vgl. Poole, C., Cole, 2007.

¹⁹¹ Vgl. Poole, C., Tiny Kitten, 2013.

CAT LOGIC ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen, die den Alltag von Katzen und ihren Umgang mit verschiedenen Objekten dokumentieren, die der schwarzen Katze Cole und der rötlichen Katze Marmalade von ihrem Besitzer zur Verfügung gestellt werden. So verwenden die Katzen lieber Schachteln zum Klettern als den Kletterbaum, Müll anstelle von neuem Spielzeug zum Spielen, bevorzugen den Wasserhahn zum Trinken, schlafen lieber im Wäschekorb und klettern gern auf Tannenbäume. In das Video eingewoben ist außerdem Werbung für Katzenfutter, worauf Kommentatoren mit sarkastischen Bemerkungen reagieren. Andere Reaktionen betreffen vor allem Vergleiche mit eigenen Erfahrungen.¹⁹²

Das beliebteste Video How Cats Say "I Love You" zeigt eine Aneinanderreihung von Szenen, die direkten Bezug auf eine positive Beziehung zwischen Cole, Marmalade und ihrem Besitzer nehmen. Zwischen den Szenen sind Standbilder mit englischsprachigen Kurzinformationen zu sehen, die das Handeln der Tiere beschreiben. Katzen lecken ihre Menschen ab, schnurren, stupsen gern mit ihrem Kopf gegen die Stirn ihrer Besitzer, lassen sich am Bauch kraulen, zerkratzen Stoffe auf Stühlen, drücken mit ihren Tatzen auf den Bauch, kuscheln mit ihren Besitzern, kommen mit erhobenem Schwanz auf ihre Besitzer zu, knabbern ihre Halter gern an, schlafen auf ihren Besitzern und hinterlassen ihnen Geschenke in Form von Nahrungsresten. Die Reaktionen der Kommentatoren beziehen sich auch hier vor allem auf Diskussionen über eigenen Erfahrungen.¹⁹³

What Cats Do At Night... wurde am häufigsten aufgerufen, erhielt jedoch weniger Likes als How Cats Say "I Love You". In dem Video fehlen die menschliche Bezugsperson und der direkte Bezug zum Menschen. Vielmehr wurde das Haus mit Kameras ausgestattet, die das nächtliche Treiben von Cole und Marmalade dokumentieren. Die Katzen schleichen durch das dunkle Haus. Cole und Marmalade jagen hintereinander durch den Flur, besuchen das Schlafzimmer ihres Besitzers und spielen im Wohnzimmer, bevor sie sich ebenfalls einen Platz zum Schlafen suchen. Hinsichtlich der Kommentare tritt kein Thema besonders hervor, es handelt sich um gemischte Reaktionen. Erwähnenswert ist ein Vergleich mit Geisterfotos und der Vermutung, dass es sich bei vielen sogenannten Geistern in Wahrheit um Katzen handeln könne.¹⁹⁴

Das aktuellste Video der fünf mit dem Titel If Cats Said "Mom" Instead of "Meow" zeigt eine Zusammenstellung kurzer Einstellungen, in denen die miauenden Katzen in der

¹⁹² Vgl. Poole, C., Cat Logic, 2014.

¹⁹³ Vgl. Poole, C., How Cats Say, 2015.

¹⁹⁴ Vgl. Poole, C., What Cats Do, 2015.

Nachbearbeitung mit menschlichen Stimmen unterlegt wurden. Meist sagen sie „Mom“, zweimal auch „Yeah“ als Antwort auf Fragen, oft sind sie im Dialog mit ihrer Besitzerin. Die Kommentare der User sind Witzbemerkungen oder drücken Amüsement oder Freude über die Niedlichkeit der beiden Katzen aus.¹⁹⁵

Die Videos des Kanals *Cole and Marmalade* folgen nicht in erster Linie den oben für Beliebtheit (Kapitel 2.3) und Viralität (Kapitel 3.1) aufgezeigten Konzepten, sondern eher dem Ziel des Wissens- und Erfahrungsausbaus im Umgang mit Katzen, wobei die Standardkonzepte für Beliebtheit und Viralität nicht bestimmend, vielmehr unterstützend für das jeweilige Darstellungskonzept eingesetzt werden. Folgerichtig können sie sich auch bei einem Vergleich anhand der Aufrufzahlen nicht mit den erfolgreichsten Videos über berühmte Katzen messen.

Es zeigt sich jedoch, dass interessante, für viele Zuschauer möglicherweise noch unbekannte Inhalte durchaus ebenfalls ein interessiertes Publikum finden, wie die Anzahl der Aufrufe zeigt (vgl. *What Cats do At Night*). Die Verteilung der Aufrufzahlen deutet dabei darauf hin, dass die am Katzenleben interessierten Zuschauer mehr von neuem Wissen über Katzen angezogen erscheinen als von der Darstellung bekannter Katzenlebensweisen. In puncto Beliebtheit deutet das Video mit den meisten Likes (*How Cats Say "I Love You"*) auf eine besondere Wertschätzung von Inhalten hin, die einen direkten Bezug zwischen Mensch und Tier filmisch abbilden.

(b) Kitten Lady

Hannah Shaw dokumentiert in ihrem YouTube-Kanal *Kitten Lady* ihre Arbeit mit Katzen, die in Tierheimen abgegeben oder ausgesetzt wurden und um deren Pflege und Vermittlung in gute Familien sie sich bemüht. Der Kanal besteht seit 2015 und wurde seither über 50 Millionen Mal aufgerufen. Die meisten der 138 Videos handeln allein von Katzen, einige weitere Videos beziehen auch die Produzentin Shaw selbst ein. Von den Katzenvideos wurden zehn über eine Million Mal angesehen.¹⁹⁶ Die Top 5 Videos sind im Vergleich zu dem Kanal *Cole and Marmalade* mit einer Dauer von 6,18 bis 18,22 Minuten relativ lang. Die Aufrufzahl der Top 5 Videos bewegt sich – mit Ausnahme eines Videos, das mit über sechs Millionen Aufrufen deutlich über dem Durchschnitt liegt – im Bereich von 2,5 bis 3,96 Millionen. Das Video mit der höchsten Aufrufzahl weist auch die meisten Likes und Kommentare auf. Im Vergleich zu

¹⁹⁵ Vgl. Poole, C., *If Cats Said*, 2017.

¹⁹⁶ Vgl. Shaw, *Kitten Lady*, 2015.

Cole and Marmalade schneidet *Kitten Lady* hinsichtlich der Zahl der Aufrufe, Likes und Kommentare schlechter ab (vgl. Tabelle 10).

	Rescuing Newborn Kittens	5 Ways to Comfort a Kitten	Rescuing Chloe ...	... Paralyzed Kitten, Chloe	Saving the Tiniest Newborn
Erstellungsjahr	2016	2016	2017	2017	2017
Länge (min)	8:52	6:18	18:22	7:18	10:54
Aufrufe	2.894.077	3.961.829	2.933.828	6.344.754	2.520.941
Like/Dislike (TSD)	31,2 / 0,775	86,0 / 1,6	60, 8 / 0,905	102,4 / 1,9	40,9 / 0,619
Kommentare	2.895	7.819	9.203	9.713	5.059

Tabelle 10: Kitten Lady Top 5 (Stand 27.5.2018)

Das älteste Video der Top 5 Rescuing Newborn Kittens mit der geringsten Anzahl an Likes und Kommentaren dokumentiert die Rettung der drei Kätzchen *Boomba*, *Bumble* und *Bee*. Hannah Shaw zeigt die Kätzchen, führt Tagebuch über ihre Vorgehensweise,¹⁹⁷ unter Verwendung der Tipps, die sie in ihrem nachfolgenden Video beschreibt.

5 Ways to Comfort a Kitten veranschaulicht mit Hilfe von Beispielen die besten Möglichkeiten, Kätzchen zu beruhigen. Das sind demnach: aufwärmen und einwickeln in Kissenbezüge, Bereitstellung von Katzen-Stofftieren und Fellen, Nutzung kleiner Zahnbürsten zum Putzen des Fells und zum Streicheln des Kätzchens, einwickeln in Babytücher.¹⁹⁸ Kommentatoren beider Videos drücken ihre Dankbarkeit und Bewunderung für die Arbeit von Shaw aus.¹⁹⁹

Das erste Video, das die Rettung des ab dem Rumpf gelähmten Kätzchens *Chloe* aus einem Tierheim dokumentiert, ist Rescuing Chloe, a Paralyzed Kitten. Es ist in drei thematische Abschnitte untergliedert. Der erste Teil des Videos zeigt Shaws Besuch im Tierheim, ihr Gespräch mit den Betreibern des Tierheims und das Abholen der Katze. Der zweite Teil zeigt den Besuch beim Tierarzt, Hilfeleistungen für Chloe und die Durchführung physiotherapeutischer Maßnahmen. Im dritten Teil zeigt Shaw, wie sie Chloe füttert und mit

¹⁹⁷ Vgl. Shaw, H., *Rescuing Newborn*, 2016.

¹⁹⁸ Vgl. Shaw, H., *5 Ways*, 2016.

¹⁹⁹ Vgl. Shaw, H., *Rescuing Newborn*, 2016 und *5 Ways*, 2016.

ihr spielt. Auch bei diesem Video drücken die Kommentare Dankbarkeit und Bewunderung aus.²⁰⁰

Caring for a Paralyzed Kitten, Chloe (UPDATE!) ist die Fortsetzung des drei Monate zuvor erstellten Videos über das Kätzchen Chloe und dessen Pflege; sie dokumentiert die schönsten Momente aus Shaws Arbeit mit der Katze. Ferner zeigt Shaw die Anwendung einer Gehhilfe für Katzen, die es Chloe erleichtert, selbstständig ihre Umgebung zu erkunden. Es ist das beliebteste Video des Kanals und verzeichnet die meisten Kommentare.²⁰¹

Das aktuellste Video der Top 5 Saving the Tiniest Newborn Kitten ist in zwei thematische Abschnitte gegliedert. Der erste Teil zeigt Shaws Fahrt zum Tierheim und die Abholung des kleinen Katers *Hank* aus dem Tierheim. Unterwegs spricht Shaw über Hank, der vier Tage alt war, als er im Tierheim in einer Schachtel abgegeben wurde. Der zweite, längere Teil des Videos zeigt, wie Shaw Hank unter Zuhilfenahme einer Spritze mit Milch füttert, ihn wäscht und mit einem Handtuch trocknet. Im Gegensatz zu den anderen Videos überwiegen hier Kommentare, die hervorheben, wie niedlich das Katzenbaby sei.²⁰²

Die Videos des Kanals *Kitten Lady* zielen nicht auf Unterhaltung und somit auf Beliebtheit ab. Ihr Ziel ist vielmehr die Erweckung von Mitgefühl und Bereitschaft zu Hilfeleistung, dies insbesondere durch Aufnahme eines der präsentierten Kätzchen. Auch wenn aufgrund dieser Ziele die typischen Faktoren, die Beliebtheit ausmachen, nicht in den Vordergrund gestellt werden, so kann man doch durchaus erkennen, dass zur Erweckung von Mitgefühl unterstützend auf typische erfolgsorientierte Darstellungen und Formen zurückgegriffen wird, wie zum Beispiel auf die Erweckung starker Gefühle bei einfacher Inszenierung. Es ist hier nicht das lustige, überraschende Ereignis, das die Betrachter am Video festhält; es ist vielmehr die Kombination aus mitleiderheischem vorangehenden Unglück und der anschließenden Rettung oder Situationsverbesserung der niedlichen kleinen Katzen, begleitet von einem sozial unterstützungswürdigen Handlungsablauf. Es folgt also die Dramaturgie dem Ablauf, wie man ihn aus den spendensammelnden Auftritten von Wohlfahrtsvereinigungen kennt, die ebenfalls an Mitgefühl und Mobilisierung von Hilfeleistung appellieren. Wie sehr das im Kanal *Kitten Lady* gelingt, zeigt das mit rund sechs Millionen Aufrufen meistgesehene Video über das besonders beeinträchtigte, ab dem Rumpf gelähmte Kätzchen Chloe. Die anderen

²⁰⁰ Vgl. Shaw, H., *Rescuing Chloe*, 2017.

²⁰¹ Vgl. Shaw, H., *Caring for*, 2017.

²⁰² Vgl. Shaw, H., *Newborn Kitten*, 2017.

sachorientierten Videos, die mehr aufklärenden, belehrenden Charakter haben und insoweit in keiner Weise dem Stil des „Cinema of Attraction“ zugeordnet werden können, haben einen deutlich geringeren Aufruferrfolg, wenngleich auch sie mit dem Topos der niedlichen jungen Katze den User immer noch in beachtlichem Ausmaße erreichen und ansprechen können.

(c) Robin Seplut

Auch der Kanal von Robin Seplut thematisiert Hilfeleistungen für Katzen. Im Fall Seplut handelt es sich um streunende Katzen ohne Besitzer, die in Metropolen und Ballungszentren neben streunenden Hunden häufig anzutreffen sind. Seplut filmt Szenen aus dem Alltag der Katzen und dokumentiert damit, welche Hilfe er den kranken, verwahrlosten Tieren zukommen lässt. Der Kanal besteht seit dem Jahr 2014 und wurde seit seiner Erstellung über 124 Millionen Mal aufgerufen. Von den 860 Videos haben 14 Videos über eine Million Aufrufe erhalten.²⁰³ Die Dauer der Top 5 Videos beträgt zwischen 2,44 und 9,51 Minuten. Keines der Videos sticht in Bezug auf seine Beliebtheit besonders hervor, ein Video jedoch erhielt mit etwa 10.000 Likes deutlich weniger Likes als die anderen vier (vgl. Tabelle 11).

	Cats mating	Kitten Rescue	Kittens came out	Kittens live under	Cat gave birth
Erstellungsjahr	2016	2016	2016	2017	2017
Länge (min)	3:18	2:44	4:46	9:51	6:48
Aufrufe	6.725.519	10.733.344	18.571.275	12.625.607	10.041.028
Like/Dislike (TSD)	10,9 / 3,8	103,6 / 4,7	120,7 / 9,2	123,1 / 5,6	85,9 / 6,3
Kommentare	5.455	15.940	13.837	16.417	9.621

Tabelle 11: Robin Seplut Top 5 (Stand 27.5.2018)

Dabei handelt es sich um das älteste der fünf Videos Cats mating – Group cats mating on the street, welches die Begattung einer Katze durch zwei Kater dokumentiert. Unter den Usern entbrennen Diskussionen über die Themen Pornografie und Vergewaltigung. Dennoch überwiegen die Likes gegenüber den Dislikes. Das Video wurde im Vergleich zu den anderen vier Videos am seltensten aufgerufen.²⁰⁴

²⁰³ Vgl. Seplut, Robin Seplut, 2014.

²⁰⁴ Vgl. Seplut, R., Cats mating, 2016.

Ein ganz anderes Thema behandelt das Video Kitten Rescue after rain storm. Das dreiteilige Video zeigt den Fund eines verschmutzten Katzenbabys mit verklebten Augen. Nachdem Seplut es mitgenommen hat, säubert er das Kätzchen und bringt es schließlich zu einer anderen Katzenmutter, die es als eines der ihren aufnimmt. Die Kommentatoren drücken ihr Mitgefühl für die Katze und ihre Dankbarkeit über die Rettung aus.²⁰⁵

Das am häufigsten aufgerufene Video Kittens came out of the hole and meows zeigt die Fütterung von jungen Katzen, die aus einer Hausspalte kommen und hungrig maunzen. Robin streichelt die Kätzchen während sie an den bereitgestellten Futternäpfen ihren Hunger stillen. Gegen Ende des Videoclips wechselt das Szenario zur Katzenmutter, die ihre Jungen säugt.²⁰⁶

Auch das beliebteste Video Kittens live under a concrete slab mit rund 123.000 Likes beinhaltet die Fütterung von Katzen, die auf der Straße leben. Darunter befindet sich ein junges Kätzchen, das unterhalb eines Rinnsteins lebt, wie im Laufe des Videos zu sehen ist. Weiter zeigt das Video Sepluts Zuwendung zu den kleinen Katzen und deren Spiel zwischen hohen Gräsern und Sträuchern, die sich in der näheren Umgebung ihrer Behausung befinden.²⁰⁷

Das aktuellste Video Cat gave birth to a kitten under a chestnut tree aus dem Jahr 2017 dokumentiert drei Katzen und ein Junges unter einem Kastanienbaum. Eine getigerte und eine schwarze Katze passen abwechselnd auf das Junge auf, bevor sie gemeinsam mit einer dritten Katze gefüttert werden. Das Katzenjunge bleibt in der Zwischenzeit allein in einer Mulde mit Blättern zurück. Gegen Ende des Videos kehrt die getigerte Katze zu dem Jungen zurück. Offenbar bewacht sie das Junge.²⁰⁸

Unter den sachorientierten Kanälen über Katzenhaltung ist der Kanal *Robin Seplut* ebenfalls sehr erfolgreich. Ähnlich wie bei dem zuvor besprochenen Kanal *Kitten Lady* werden auch bei den Videos dieses Kanals von Robin Seplut die emotionalen Seiten des Users angesprochen mit dem Generalthema von „Kätzchen in Not“ und Bedarf an Hilfeleistung. In der Dramaturgie der Videos dieses Kanals wird der Weg zur Erzeugung von Emotionen und Anteilnahme verdichtet dadurch, dass die Szenen in ein einfaches, alltägliches und somit vertrautes Stadtleben hineingestellt sind. Die Vorstellungs- und Mitgefühlseiten des Users sind somit unmittelbar angesprochen mit großem Potential, ebenfalls Hilfsbereitschaft den niedlichen

²⁰⁵ Vgl. Seplut, R., Kitten Rescue, 2016.

²⁰⁶ Vgl. Seplut, R., Kittens came out, 2016.

²⁰⁷ Vgl. Seplut, R., Kittens live, 2017.

²⁰⁸ Vgl. Seplut, R., Cat gave, 2017.

Kätzchen gegenüber zu wecken. Damit ist den Faktoren für Erfolg wie einfache Inszenierung bei Erzeugung starker Gefühle auf kurzem dramaturgischen Weg voll entsprochen.

Ein Vergleich der Kanäle *Robin Seplut* und *Kitten Lady* zeigt, dass bei Videos der sachorientierten Art über Katzen und ihre Lebensbedingungen die Zahl von Abrufen und Likes sich steigern lässt, wenn sie in einem durchaus erfolgreichen Konzept einer Darstellung der Beziehung zwischen Katze und Mensch die hilfsbedürftige Katze und ihre Lebensbedingungen in den Vordergrund stellen. Dabei sprechen niedliche, lustige oder problemlösende Inhalte das Publikum mehr an als Videos mit problematisierenden, möglicherweise tragischen Inhalten.

(d) Sho Ko

Der 2010 erstellte *Sho Ko*-Kanal über die Katzen *Shorty* und *Kodi* ist vergleichbar mit dem Kanal *Cole and Marmalade* von Chris Poole. Die Videos zeigen Ereignisse aus dem Alltag von Katzen und ihren Besitzern. Von den 276 Videos, die insgesamt über 100 Millionen Mal aufgerufen wurden, wurden 19 Videos über eine Million Mal angesehen.²⁰⁹ Die fünf am häufigsten aufgerufenen Clips haben eine Dauer von 2 bis 3,17 Minuten; ein Video ist mit 10 Sekunden Länge deutlich kürzer. Ein Video aus dem Jahr 2013 weist im Vergleich zu den restlichen vier bedeutend mehr Aufrufe, Likes und Kommentare auf. Das kürzeste Video erzielte gegenüber den anderen Videos wesentlich weniger Kommentare (vgl. Tabelle 12).

	How to calm down a crazy kitteh!	8 Signs your cat is ...	6 Signs Your Cat Loves You	Best Reaction Ever!	How attached are cats...
Erstellungsjahr	2011	2013	2013	2013	2014
Länge (min)	2:00	2:18	2:04	0:10	3:17
Aufrufe	4.081.184	13.512.409	4.196.635	7.682.379	5.564.807
Like/Dislike (TSD)	47,9 / 0,960	105,3 / 2,4	41,3 / 0,875	40,3 / 3,6	77,8 / 1,7
Kommentare	4.469	14.287	4.023	1.686	8.377

Tabelle 12: Sho Ko Top 5 (Stand 27.5.2018)

²⁰⁹ Vgl. Sho Ko, Shoko, 2010.

Das älteste Video How to calm down a crazy kittie! demonstriert beispielhaft, wie Menschen eine angespannte Katze beruhigen können, indem sie ihnen ihre Hand zum Spielen geben und sie streicheln bis sie einschlafen.²¹⁰

8 signs your cat is actually a dog ist das beliebteste Video gemessen an Anzahl der Likes, Aufrufe und Kommentare. Es veranschaulicht anhand von Szenen aus dem Alltag einer Katze Verhaltensweisen, die denen eines Hundes ähneln. Die einzelnen Szenen sind ähnlich Kapiteln nummeriert und benennen typische Hundeeigenschaften, die dann von einer Katze ausgeführt werden. Beispiele sind an einer Leine geführt zu werden, zu knurren und zu apportieren. Das gezeigte, an das von Hunden und ihre enge Beziehung zum Herrchen erinnernde Verhalten traf auf Interesse und Zustimmung bei den Kommentatoren. Das Video ist mit fröhlicher Instrumentalmusik unterlegt.²¹¹

6 Signs Your Cat Loves You ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen zum Zweck der Demonstration, auf welche Weisen Katzen ihre Liebe zeigen. Dabei handelt es sich um Szenen, die auch auf andere Weise gedeutet werden könnten und in verschiedenen Aspekten ebenfalls dem Verhalten von Hunden ihrem Herrchen gegenüber ähneln; beispielsweise bringen sie Gegenstände, sehen gemeinsam mit ihrem Halter fern, wollen nicht allein gelassen werden und begrüßen freudig ihre Besitzer bei deren Heimkehr. Die Kommentatoren äußern zu erheblichen Teilen Skepsis, ob die genannten Zeichen als Liebesbekundungen zu deuten sind oder als tiertypische Verhaltensweisen. Andere Kommentatoren ziehen Vergleiche zu ihrer eigenen Katze und der Deutung deren Verhaltens als Liebesbekundung.²¹²

Das kurze Video BEST REACTION EVER! zeigt die Reaktion der schwarzen Katze Shorty als sie ihrem Besitzer im Flur begegnet und er einen Luftballon in der Hand hält. Als er an ihr vorbeigeht, hebt sie kurz ihren Schwanz, macht große Augen und schließlich auf dem Absatz kehrt und folgt ihm den Flur hinunter. Die Kommentatoren zeigen sich belustigt über diese willkürlich gewählte Szene aus dem Alltag mit Katzen.²¹³

Ähnlich dem Video *6 Signs Your Cat Loves You* thematisiert auch das Video How attached are cats to their owners? die innige Beziehung zwischen einer Katze und ihrem Halter am Beispiel von Kodi, Shorty und ihrem Besitzer. Die beiden Katzen werden gestreichelt und gefüttert, sie

²¹⁰ Vgl. Sho Ko, *How to calm*, 2011.

²¹¹ Vgl. Sho Ko, *8 signs*, 2013.

²¹² Vgl. Sho Ko, *6 Signs*, 2013.

²¹³ Vgl. Sho Ko, *Best Reaction*, 2013.

schnurren während sie gestreichelt werden, spielen gemeinsam und erkunden die Wohnung auf der Suche nach ihrem Besitzer, sie begrüßen ihn mit erhobenem Schwanz nach seiner Rückkehr. Thematisch bietet das Video kaum etwas Neues, lediglich die Szenen unterscheiden sich von denen des anderen Videos.²¹⁴

Die Videos dieses Kanals *Sho Ko* zielen nicht, wie die beiden zuletzt vorgestellten Kanäle, auf das Mitleidsgefühl des Users ab, vielmehr dramatisieren sie tägliches, vertrautes Katzenverhalten, zugespitzt auf die dort immer vorkommenden besonders lustigen, charmanten Momente. Dabei steht das Verhältnis von Mensch und Katze im Vordergrund. Zugleich ist offensichtlich, dass die agierende Katze nicht manipuliert wird, vielmehr sich authentisch verhält. Der Aufbau der einzelnen Videos folgt damit bilderbuchhaft den Standardkonzepten für die Erreichung von Wahrnehmungserfolg, wie sie von Shafer und O'Meara (Kapitel 2.3 Standardkonzepte) sowie Shifman (Kapitel 3.1 Viralität) dargestellt werden. Mit dieser Rezeptur wird für alle vorgestellten Videos dieses Kanals geradezu verlässlich eine hohe Aufrufzahl bewirkt.

(e) Kitten Academy

Der Kanal *Kitten Academy* zeigt seit 2006 Videos aus dem gemeinsamen Leben von vier Katzen und ihrem Besitzer. Der Kanal wurde insgesamt über zehn Millionen Mal aufgerufen, jedoch erreicht anders als bei den bereits vorgestellten Kanälen der Kategorie Katzenhaltung keines der 757 Videos mindestens eine Million Aufrufe, weswegen hier nur Videos mit über 100.000 Aufrufen Beachtung finden. Davon existieren vier, die im Rahmen der Untersuchung kurz vorgestellt werden.²¹⁵ Diese vier Videos wurden in den Jahren 2016 bis 2017 erstellt (vgl. Tabelle 13), sie sind oft ungeschnitten und mobil gefilmt, werden nicht kommentiert und nur vereinzelt mit Musik unterlegt.

²¹⁴ Vgl. Sho Ko, *How attached*, 2014.

²¹⁵ Vgl. Kitten Academy, *Kitten Academy*, 2006.

	Toffee leads the chorus	Yale and Mouse	Kittens Meet Dog	Charlie Learns to Eat
Erstellungsjahr	2016	2016	2016	2017
Länge (min)	1:20	3:59	2:48	5:18
Aufrufe	314.309	100.609	278.660	170.855
Like/Dislike (TSD)	7,6 / 0,096	3,1 / 0,023	4,3 / 0,032	6,0 / 0,043
Kommentare	783	266	285	745

Tabelle 13: Kitten Academy Top 4 (Stand 27.5.2018)

Das älteste und kürzeste Video Toffee leads the chorus wurde am häufigsten aufgerufen. Es zeigt eine Gruppe von Kätzchen hinter einer Glastür stehend. Sie maunzen laut und kratzen am Glas. Die Sequenz dauert 1,20 Minuten. Die Kommentatoren reagieren mit Empörung darüber, dass die Katzen nicht hereingelassen werden und so lange maunzend auf der anderen Seite der Tür verweilen müssen.²¹⁶

Das Video Yale and Mouse zeigt eine junge Katze, die mit einer Stoffmaus spielt. Nach einer Weile kommt ein zweites Kätzchen dazu und die beiden Katzen spielen miteinander. Sie maunzen ab und zu, eine ausgewachsene Katze taucht manchmal auf, am Ende noch ein Jungtier.²¹⁷

Das dritte Video, Kittens Meet Dog, thematisiert die Begegnung von drei Katzen mit einem Hund, der in einem Vorzimmer in einer Ecke sitzt. Während die Katzen sich neugierig nähern und den Hund beschnuppern, werden sie von diesem völlig ignoriert. Das Video wurde mit Jazz unterlegt.²¹⁸

Charlie Learns to Eat zeigt die Fütterung des rötlich getigerten Kätzchens *Charlie*. Zu Beginn bekommt es aus der Flasche zu trinken, im Anschluss daran kuschelt Charlie mit seiner Mutter, schließlich frisst es gemeinsam mit der Katzenmutter aus dem Napf bis es ihm gelingt, allein vom Napf zu trinken. Das Video endet mit dem Spiel zweier Babykatzen.²¹⁹

²¹⁶ Vgl. Kitten Academy, Toffee leads, 2016.

²¹⁷ Vgl. Kitten Academy, Yale and Mouse, 2016.

²¹⁸ Vgl. Kitten Academy, Kittens Meet, 2016.

²¹⁹ Vgl. Kitten Academy, Charlie Learns, 2017.

In der Reihe der Kanäle, die dem Thema Katzenhaltung zugeordnet wurden, ist der Kanal *Kitten Academy* jener, der die geringsten Aufrufe auf sich ziehen konnte. Legt man die Standardkonzepte, wie sie in den Kapiteln 2.3 und in Hinblick auf Viralitätseignung in Kapitel 3.1 aufgezeigt wurden, zur Beurteilung an die Videos dieses Kanals an, so ist zu erkennen, dass der Produzent sich durchaus um eine „Dramatisierung des Vertrauten“ in Schnappschuss-Manier unter Aufgriff besonderer Situationen im häuslichen Alltagsleben und damit um die Identifikation des Users bemüht. Dem typischen Aufhänger, der nach der offenkundigen Intention des Produzenten durchaus dem breiten Bereich des Humors, der schönen Ereignisse oder der Überraschung zugehören soll, fehlt jedoch das individuelle, neue Element, insbesondere fehlt ihm auch der die Situation überlagernde Charme. Insoweit verwundert bei Sichtung der großen Zahl der Videos dieses Kanals nicht, dass die Aufrufe der Videos des Kanals *Kitten Academy* nach unten wegbrechen.

4.2.2 Gesamtsichtung der Kategorie „Katzenhaltung“

Die Gesamtsichtung der besprochenen Kanäle der Kategorie „Katzenhaltung“ zeigt auf, dass diese Kategorie ein breites Spektrum in ihren Realisierungen aufweist.

Der Kanal *Kitten Lady* wurde erst 2015 erstellt und ist der jüngste der fünf Kanäle. Der älteste Kanal *Kitten Academy* besteht seit 2006. Auffällig ist, dass ihm im Gegensatz zu den anderen Kanälen von YouTube-Nutzern bisher deutlich weniger Beachtung geschenkt wurde. Die Aufrufzahlen der einzelnen Videos liegen weit unter einer Million, die Anzahl der Kommentare und Likes ist ebenfalls gering. Die verhältnismäßig niedrigen Zahlen könnten daher rühren, dass der Titel des Kanals irreführend ist. Inhaltlich bietet der Kanal verschiedene Videos über Ereignisse aus dem Leben unterschiedlicher Katzen, während der Titel impliziert, es handle sich um einen Kanal, dessen Zweck Tipps und Tricks zum Training und richtigen Umgang mit Katzen seien. Tatsächlich wirken die Videos nach der Durchsicht eher wie ein Einblick in den Katzenalltag.

Cole and Marmalade und *Sho Ko* thematisieren inhaltlich die Beziehung zwischen Katze und Mensch, sowie die Bedeutung von katzentypischen Verhaltensweisen. *Cole and Marmalade* wurde mehr als doppelt so häufig aufgerufen wie *Sho Ko*, wobei dreimal so viele Videos über einem Wert von einer Million lagen. Die Unterschiede der Höchstwerte der Kommentare und Likes sind demgegenüber eher gering. Da *Sho Ko* bereits länger auf YouTube etabliert ist, kann

im Vergleich mit *Cole and Marmalade* trotzdem von einer niedrigeren Beliebtheit gesprochen werden. Zu vermerken ist, dass *Sho Ko* im inhaltlichen Vergleich mit *Cole and Marmalade* einen stärkeren Fokus auf einen informativen Wert der Videos legt. Bei *Cole and Marmalade* stehen lustige, katzentypische und die Bindung von Katze und Mensch behandelnde Szenarien im Fokus. Die Videos erzählen Geschichten, was bei *Sho Ko* weniger der Fall ist. Die herausstechende Beliebtheit von *Cole and Marmalade* mit 223 Millionen Kanalaufrufen könnte von den Inhalten herrühren, die weniger informativen oder dokumentierenden Charakter aufweisen und stattdessen verspielt wirken, wodurch ihr Unterhaltungswert gegenüber den Inhalten der anderen Kanäle steigt.

Die Kanäle *Kitten Lady* und *Robin Seplut* dokumentieren beide die Arbeit mit hilfsbedürftigen Katzen. Der Kanal *Kitten Lady* wirkt in seiner Aufbereitung jedoch professioneller, legt dabei seinen Fokus aber weniger auf die Katzen, sondern stärker auf Hannah Shaw, die in ihren Videos live von ihrer Arbeit berichtet und dokumentiert, wie sie ausgesetzte, kranke Katzen aus dem Tierheim holt, pflegt und an ein neues zu Hause vermittelt. Der Kanal *Robin Seplut* hat mehr als doppelt so viele Aufrufe. Der größere Erfolg von *Robin Seplut* könnte zum einen darin begründet sein, dass der Kanal länger besteht und zum anderen darin, dass *Robin Sepluts* Fokus auf den Katzen und ihrer Lebenssituation liegt.

Bei einer Gegenüberstellung aller Kanäle der Kategorie „Katzenhaltung“ fällt auf, dass die darin vorgestellten Videos zwei unterschiedlichen Unterkategorien zugeordnet werden können. Eine Unterkategorie (*Kitten Lady* und *Robin Seplut*) folgt dem Konzept und Ziel, aus der Situation gezeigter junger Katzen auf kurzem Wege ein starkes Mitgefühl bis hin zur Hilfsbereitschaft zu erzeugen. Dabei werden durchaus Bausteine der Standardkonzepte verwendet (zum Beispiel Dramatisierung des Vertrauten, Nutzung des Faktors „Niedlichkeit der Katze“, Authentizität von dargestellter Situation und Katze).

Demgegenüber folgt die andere Unterkategorie (*Cole and Marmalade*, *Sho Ko* und *Kitten Academy*) mehr dem Konzept, dem User Katzenverhalten und Katzenumgang auf humorige Weise zu vermitteln unter Verwendung des natürlichen Verhaltens. Diese Videos erfreuen, weil sie bei der Beobachtung der ihrem natürlichen Instinkt folgenden Katze die Natürlichkeit, die Wissensvermittlung und den Unterhaltungswert akkumulieren.

Stellt man beiden Unterkategorien die Aufrufzahlen gegenüber, so trifft nach den Zahlen die zweite der oben vorgestellten Unterkategorien auf die leicht intensivere Betrachtung. Danach

kann die Folgerung gewagt werden, dass mit einfachen Inszenierungen durchaus Emotionen geweckt und ein Wahrnehmungserfolg erreicht werden kann, dass jedoch auf die Dauer die schlichtere Hinführung zu humorvollen, charmanten Katzenlebenssituationen den größeren Aufruferfolg verspricht.

4.3 Großkatzen

Neben Hauskatzen stellen Großkatzen einen gesonderten Themenbereich auf YouTube dar. Zumeist werden sie im Rahmen allgemeiner Wissenschaftskanäle und Dokumentationen gezeigt. Darüber hinaus existieren vereinzelt Kanäle von Privatpersonen, die im Rahmen ihrer Arbeit mit Großkatzen zu tun haben oder diese sogar selbst halten. Darunter fällt beispielsweise der Kanal von Michael Jamison, der als einer der Kanäle über Großkatzen vorgestellt wird. Entsprechend der Vorgehensweise bei den Kategorien berühmter Katzen und Katzenhaltung werden auch im Rahmen der Videos über Großkatzen fünf Kanäle mit einer Abonnentenzahl von über 100.000 einander gegenübergestellt.

4.3.1 Kanäle über Großkatzen im Einzelnen

(a) Kruger Sightings

Der Kanal Kruger Sightings wurde im Jahr 2011 zum Zweck der Vorstellung von Dokumentarfilmen über Wildtiere Afrikas erstellt. Bis dato hat der Kanal rund 638 Millionen Aufrufe. 101 Videos der insgesamt 348 Videos behandeln das Thema Großkatzen in Afrika. 108 aller Videos verzeichnen mehr als eine Million Aufrufe, davon befassen sich 61 mit Großkatzen.²²⁰ Die Top-5-Großkatzen-Videos wurden im Zeitraum von 2012 bis 2016 hochgeladen. Ihre Dauer beträgt zwischen 0,34 und 4,39 Minuten. Das Video *Lion Shows Tourists Why You Must Stay Inside Your Car* wurde wesentlich häufiger aufgerufen als die anderen Videos des Kanals. Mit über 105 Millionen Aufrufen, 86.000 Likes und 12.000 Kommentaren hebt es sich vom Rest deutlich ab (vgl. Tabelle 14). Die Videos sind meist gar nicht oder wenig geschnitten und generell eher unbearbeitet.

²²⁰ Vgl. Kruger Sightings, Sightings, 2011.

	Leopard Attacks ...	Lion shows ...	Crocodile Attacks a Male Lion	(Mating Elephants)	Battle Between Leopard ...	... Hunting Lions	(Ostriches Mating ...)
Erstellungsjahr	2012	2014	2014	2015	2016	2016	2016
Länge (Min.)	2:39	1:10	0:34	1:51	3:58	4:39	1:16
Aufrufe	13.950.909	105.598.462	16.357.153	40.739.943	31.388.816	28.858.852	15.008.551
Like/Dislike (TSD)	7,9 / 1,9	86,4 / 39,3	15,0 / 2,3	13,3 / 6,9	28,3 / 13,9	39,3 / 12,8	8,2 / 3,4
Kommentare	819	12.249	2.420	927	4.165	3.328	719

Tabelle 14: Kruger Sightings Top 7, eingeschlossen Großkatzen Top 5 (Stand 28.5.2018)

Das Video mit den wenigsten Aufrufen, Likes und Kommentaren ist zugleich das älteste Video der Top 5. Leopard Attacks Python in Kruger – Latest Sightings zeigt einen Ausschnitt aus dem Leben eines in freier Wildbahn lebenden Leoparden und dessen Begegnung mit einer Python. Zu Beginn der Sequenz streift der Leopard an einer Anhöhe entlang. Diese fällt flach ab, zu einer Wasserstelle hin. Am Hang kriecht eine Python. Schließlich greift der Leopard die Schlange an und ergreift sie blitzschnell an einer Stelle direkt hinter ihrem Kopf.²²¹

Das am häufigsten aufgerufene Video des Kanals Lion Shows Tourists Why You Must Stay Inside Your Car – Latest Wildlife Sightings präsentiert ein Szenario in einem Nationalpark, das die Beziehung zwischen Mensch und Wildtier in den Vordergrund rückt. Am Rand einer Straße, auf der sich ein Löwe und eine Löwin gerade ausruhen, parken Safari-Autos. Touristen haben die Fenster geöffnet, lehnen sich hinaus und fotografieren die Löwen, bis der Löwe plötzlich seinen Schwanz hin und her peitscht, bevor er aufspringt, die Menschen anbrüllt und anschließend die Straße in Richtung Steppenland verlässt. Die Löwin folgt ihm, ohne die Autos weiter zu beachten. Darauf folgend wird das Szenario noch einmal in Zeitlupe wiederholt. Am Schluss werden Verhaltenshinweise in Form englischer Texte gegeben. Einige Kommentatoren drücken ihre Missbilligung und ihr Unverständnis gegenüber dem Gedanken aus, ein Mensch könne, wie der Titel des Videos impliziert, so dumm sein auszusteigen. Andere wiederum

²²¹ Vgl. Kruger Sightings, Leopard, 2012.

beschweren sich darüber, der Titel habe nur wenig mit dem Inhalt gemein, da die Touristen vernünftigerweise nicht aus den Autos aussteigen.²²²

Crocodile Attacks a Male Lion – Latest Wildlife Sightings ist das kürzeste der fünf Videos. Es beginnt damit, dass ein Löwe durch ein Gewässer schwimmt. Dort wird er von einem Krokodil überrascht, das ihn angreift, den Kampf gegen den Löwen jedoch verliert. Dieser kann entkommen und das Gewässer verlassen. Parallel sind besorgte Kommentare der Kamerafrau zu hören.²²³

Battle Between Leopard & Wildebeest Mother over Calf erzählt die kurze Geschichte eines Leoparden, der ein Gnu dabei beobachtet, wie es ein anscheinend verletztes Kalb mit seinen Hufen anstupst. Bei 1:55 verlässt das Gnu den Ort des Geschehens und der Leopard schleicht heran. Zunächst sitzt er neben dem Kalb und beobachtet es, bis das ältere Gnu zurückkehrt und ihn vorübergehend verjagt. Er klettert auf einen Baum und wartet bis das Gnu verschwindet, bevor er zurückkehrt, um bei 3:04 das Kalb zu reißen und fortzuschleppen. Das Kalb ist während des Videos deutlich zu hören.²²⁴

Giraffe Tries Saving her Calf From Hunting Lions besteht aus zwei Szenen. Die erste, kürzere Szene zeigt den Angriff zweier Löwen auf ein Giraffenjunges, die von dessen Mutter zunächst erfolgreich verjagt werden. In der zweiten Szene findet ein Hintergrundwechsel statt; während die ersten Bilder in der Steppe aufgenommen wurden, befinden sich die Tiere in der zweiten Szene an einem Straßenrand. Im Hintergrund ist ein weißer Jeep zu erkennen. Links des Wegs, zwischen Büschen und Bäumen, verstecken sich die zwei Löwen. Am Wegrand liegt das verletzte Giraffenkalb. Von rechts kommt die Giraffenmutter, versucht einige Minuten lang, ihrem Jungen zu helfen und die Löwen zu vertreiben, diesmal erfolglos. Die Kommentatoren diskutieren das Verhalten der Tiere und drücken ihr Mitleid den Giraffen gegenüber aus.²²⁵

Bei Sichtung der Videos des Kanals *Kruger Sightings* springt ins Auge, dass sie einem völlig anderen Genre zuzuordnen sind als die zuvor besprochenen Kanäle über Hauskatzen. Dort war es die Niedlichkeit, die Vertrautheit und die enge Bindung der agierenden Katzen an den Menschen in Verbindung mit Sympathie und Humor erheischenden, gleichwohl natürlichen Darstellungen, die den Aufruferfolg ausmachten. Hier haben wir es demgegenüber zu tun mit

²²² Vgl. Kruger Sightings, Lion Shows, 2014.

²²³ Vgl. Kruger Sightings, Male Lion, 2014.

²²⁴ Vgl. Kruger Sightings, Leopard & Wildebeest, 2016.

²²⁵ Vgl. Kruger Sightings, Hunting Lions, 2016.

einem Konzept des „Cinema of Attraction“, vermittelt durch Wildnis, urwüchsige Kraft und Jagd und Tötung als Bestandteil des Wildlifes. Hier sind es die Stilmittel des lupenhaften Einblicks in die ungezügelte Natur, einschließlich ihrer brutalen Komponenten. Die Attraktion wird gestellt durch den kondensierten, kurzen Einblick für den Betrachter in die ungeschminkte Natur. Unter Verwendung der für virale Erfolge bekannten Konzeptmerkmale einer geringen Verwendung von Sprache und einer aus sich selbst heraus verständlichen Bilderzählung ist das Viralität verschaffende Momentum der unverstellte Blick auf die urwüchsige, ungebändigte Katze.

(b) Big Cat Rescue

Big Cat Rescue ist ein pädagogischer YouTube-Kanal eines nicht züchtenden und ehrenamtlichen Tierschutzvereins. Der 2006 entstandene Kanal stellt die Arbeit des Vereins mit Großkatzen vor. Die 852 Videos des Kanals wurden bis dato über 295 Millionen Mal aufgerufen. 47 Videos davon wurden über eine Million Mal angesehen.²²⁶ Die Top 5 Videos verteilen sich auf die Jahre 2009 bis 2014. Das längste Video dauert 6,10 Minuten, das kürzeste 1,45 Minuten. Die Aufrufzahlen bewegen sich für alle Videos in einem Rahmen von 10,6 bis 27,6 Millionen. Am beliebtesten im Sinne von Likes ist auch hier ein Video, das die Gefährlichkeit der Großkatzen für den Menschen demonstriert, gefolgt von einem Video über das Spiel von Großkatzen mit Kartons (vgl. Tabelle 15).

	LION TIGER vs. Giraffe?	Tiger Surgery	Big Cats in Slow Mo	Big Cats like boxes too!	Never turn your back ...
Erstellungsjahr	2009	2012	2013	2013	2014
Länge (Min.)	2:19	6:10	4:47	2:47	1:45
Aufrufe	22.704.748	23.866.747	12.574.243	10.559.201	27.563.651
Like/Dislike (TSD)	14,7 / 5,4	38,0 / 9,3	16,3 / 4,0	66,6 / 0,837	123,6 / 6,4
Kommentare	2.187	2.578	782	4.537	10.589

Tabelle 15: Big Cat Rescue Top 5 (Stand 28.5.2018)

Das älteste Video LION TIGER vs Giraffe? mit einer guten Aufrufzahl, mittleren Länge, aber dem niedrigsten Like-Wert erzählt die Geschichte der Begegnung eines Löwen und eines Tigers

²²⁶ Vgl. Big Cat Rescue, Big Cat, 2006.

mit einer aus Karton gebauten Giraffe. Während der Löwe sich desinteressiert an der Giraffe zeigt, wird sie von dem Tiger neugierig gemustert, beschnuppert und niedergerissen. Kurz darauf zerfetzt der Tiger die Karton-Giraffe und entdeckt dabei ein Stück Fleisch, das sich im Inneren befand.²²⁷

Das längste Video Tiger Surgery – Big Cat Rescue dokumentiert die Operation eines Tigers aus Privathaltung, der an Krebs leidet. Es werden durch englische Erklärungen aus dem Off bzw. Interviewformat und Bildzuschnitt allgemeine Informationen zu seiner Herkunft, Rettung und Operation geboten. Im Kommentarbereich diskutieren die Zuschauer über die Sinnhaftigkeit der privaten Haltung von Großkatzen, insbesondere von Tigern, ebenfalls wird die Arbeit des Vereins gelobt. Auch die Betreiber des Kanals beteiligen sich an der Diskussion.²²⁸

Big Cats in Slow Mo erhielt im Hinblick auf die Kommentare am wenigsten Resonanz. Auch die Aufrufzahl ist relativ gering. Inhaltlich bietet das Video Bilder von Bewegungen von Tigern, Panthern und Löwen in Zeitlupe mit musikalischer Untermalung. Die Tiere werden sowohl beim Schlafen, Erwachen, am Gatter entlang schleichend und miteinander ringend gezeigt.²²⁹

BIG CATS like boxes too! demonstriert, dass nicht nur Hauskatzen Kartons aller Art lieben, sondern auch Großkatzen eine Vorliebe dafür hegen. Das Video beginnt mit Bildern von Hauskatzen, die in Schachteln sitzen. Darauf folgt eine Umblende in ein Löwengehege. Der Löwe schiebt einen großen, offenen Karton auf dem Boden herum. Schließlich entscheidet er sich dafür, ihn zu zerreißen und als Liegefläche zu gebrauchen. Das Szenario wechselt zu einem Panther, der in eine Kartonbox springt, diese von innen heraus zum Teil zerstört und darin Platz nimmt. Tiger, Löwin, Jaguar, Luchs und Puma spielen ebenfalls zuerst mit der Kartonbox und klettern hinein, um es sich darin bequem zu machen. Bei diesem Vorgang wird die Schachtel nicht zerfetzt, jedoch beim Hineinklettern meist beschädigt. Das Ende des Videos zeigt zwei Jaguare, die eine große Schachtel mit zwei Öffnungen untersuchen, hineinschauen und spielen. Das Video ist mit fröhlicher Klaviermusik unterlegt. Teils werden in bunter Schrift Kommentare eingeblendet und immer der Name der jeweiligen Großkatze. Das Video erhielt im Hinblick auf die Anzahl der Kommentare deutlich mehr Resonanz als die älteren Videos,

²²⁷ Vgl. Big Cat Rescue, Lion Tiger, 2009.

²²⁸ Vgl. Big Cat Rescue, Tiger Surgery, 2012.

²²⁹ Vgl. Big Cat Rescue, Big Cats, 2013.

auch die Namen der Großkatzen werden aufgegriffen. Es ist möglich, dass sich hier das Publikum mit dem von Hauskatzenvideos überschneidet, da das Verhalten von Hauskatzen und Wildkatzen verglichen wird.²³⁰

Den Höchstwert an Aufrufen, Likes und Kommentaren erzielt auch im Kanal *Big Cat Rescue* ein Video, welches auf die Spannungsbeziehung zwischen Großkatze und Mensch filmisch eingeht. Never Turn Your Back on BIG CATS! besteht aus einer Komposition verschiedener Szenen, die demonstrieren, was geschehen kann, wenn ein Mensch Großkatzen den Rücken zuwendet. Ein Mann schlendert am Löwen- und Tigergehege vorbei und setzt sich jeweils mit dem Rücken zum Gehege auf den Boden. Löwen und Tiger werden aufmerksam und schleichen heran. Nicht alle zeigen dabei eine Angriffshaltung, sie ändern aber sofort ihre Körperhaltung und wirken „unschuldig“, wenn der Mann sich zu ihnen umdreht. Nur ein Tiger springt den Zaun bei 0:41 an, stellt sich auf und erweckt den Eindruck, er wolle den Zaun durchbrechen, um den Mann anzugreifen. Wieder werden die Namen der Tiere eingeblendet. Das Video ist mit Musik unterlegt und wird vom Produzent durch wenige Texthinweise kommentiert.²³¹ Die meisten Kommentare der User beziehen sich belustigt auf das veränderte, „betont unschuldig“ erscheinende Verhalten der Tiere, wenn der Darsteller sich zu ihnen umdreht.

Betrachtet man die Videos des Kanals *Big Cat Rescue* unter den Gesichtspunkten einer durch Aufrufe angezeigten Beliebtheit und der Verwendung von Konzeptmitteln für Viralitätserfolge, so gibt es auch hier nicht die szenischen Hinführungen zu humorigen, die Vertrautheit des Menschen berührenden Ereignissen mithilfe einer Mischung von niedlicher und natürlicher Katze. Angesprochen wird der Betrachter vielmehr als Beobachter einer ungewöhnlichen Begegnung zwischen Mensch und teilweise hilfsbedürftigem, teils verspieltem wilden Tier. Auch hier kommt man meist mit wenig Sprache aus und lässt die Situation bildlich für sich sprechen. Insoweit sind die Mittel der grenz- und sprachüberschreitenden Darstellung vereinigt mit dem Neugier herausfordernden Momentum. Vor dieser Eignung zur Viralität wundert nicht die hohe Zahl der Aufrufe.

(c) Animal Channel

Vergleichbar mit dem Kanal *Kruger Sightings* bietet auch der seit 2011 bestehende *Animal Channel* eine Videosammlung über Wildtiere, insbesondere über Großkatzen an. Im Gegensatz

²³⁰ Vgl. Big Cat Rescue, Big Cats like boxes, 2013.

²³¹ Vgl. Big Cat Rescue, Never Turn, 2014.

zu *Kruger Sightings* richtet sich der Blick nicht auf einen bestimmten Kontinent. Insgesamt wurden die 47 verfügbaren Videos über 143 Millionen Mal aufgerufen. 25 Videos wurden über eine Million Mal angesehen. 27 Videos der Sammlung haben Großkatzen zum Thema. Davon wurden 14 über eine Million Mal aufgerufen.²³²

	LIONS VS HYENAS	Animals Attack ...	(Most Spectacu lar Snake ...)	Most Spectacu lar Big Cat ...	(Most spectacu lar Eagles and Raptors ...)	Amazing Cheetah Compila tion ...	Amazing Jaguar Compila tion
Erstellungsjahr	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017
Länge (Min.)	4:09	8:38	5:58	5:49	7:07	5:47	4:04
Aufrufe	5.741.999	11.906.881	8.992.047	32.529.201	9.280.544	15.650.687	6.174.371
Like/Dislike (TSD)	10,0 / 1,9	13,1 / 5,5	19,3 / 5,1	44,0 / 15,0	18,6 / 4,5	30,8 / 7,2	20,2 / 3,0
Kommentare	1.475	624	1.158	2.270	986	1.184	670

Tabelle 16: Animal Channel Top 7, eingeschlossen Großkatzen Top 5 (Stand 28.5.2018)

Die Top 5 Katzenvideos wurden im Jahr 2017 erstellt. Der Höchstwert der Aufrufzahlen liegt bei 32,5 Millionen, der niedrigste Wert bei 5,7 Millionen. Die höchste Zahl an Likes und Kommentaren erhielt das Video mit den meisten Aufrufen. Im Vergleich zu den Videos der bereits vorgestellten Kanäle über Großkatzen sind die Videos des *Animal Channel* mit einer Dauer von 4,04 bis 8,38 Minuten relativ lang (vgl. Tabelle 16). Die Videos bestehen aus Zusammenschnitten, sie sind auf Action ausgelegt und mit Metal oder elektronischer Musik unterlegt.

Das Video LIONS VS HYENAS ULTIMATE FIGHT COMPILATION – Lion Kills Hyena, Hyena attacks Lion – Violent! ist ein Zusammenschnitt verschiedener Konfrontationsszenen zwischen Rudeln von Löwen und Hyänen. Die Tiere sind mit Blut und Schlamm beschmiert, sie streiten sich um ihre Beute. Trotz der unterlegten Musik hört man oft noch das Geschrei bzw. Gebrüll. Die Löwen scheinen die Kämpfe meistens zu gewinnen. Die Kommentatoren ergreifen oft Partei für eine Seite, dabei sind die Sympathien mehr bei den Löwen, es wird sogar starke Abneigung gegenüber Hyänen ausgedrückt.²³³

²³² Vgl. Animal Channel, Animal, 2011.

²³³ Vgl. Animal Channel, Lions vs Hyenas, 2017.

ANIMALS ATTACK – Top 10 Most Deadly Animals in Africa including Lions Hippos Hyenas Elephants ist ein Zusammenschnitt von Szenen der Jagd verschiedener Raubtiere in Afrika mit musikalischer Untermalung. Großkatzen erscheinen in drei Szenen, die jeweils einen Gepard (0:20-0:59), einen Leoparden (2:20-2:54) und einen Löwen (6:19-7:20) bei der Jagd in ihrer natürlichen Umgebung zeigen. Trotz der hohen Aufrufzahl wurde das Video kaum kommentiert.²³⁴

Das Video mit der höchsten Aufruf- und Likezahl Most Spectacular Big Cat Attacks Compilation including Lion Attack, Leopard, Tiger, Jaguar, Cheetah zeigt in wechselnder Folge die Jagd verschiedener Großkatzen (Löwinnen, Geparde, Jaguare, Leoparden, Tiger). Es wird deutlich, dass Leoparden, Tiger und Geparde eher allein jagen, wohingegen Löwinnen meist zu zweit oder im Rudel jagen. Kommentatoren zeigen sich begeistert, amüsiert und bekunden den Wunsch, das Leben gern aus Sicht einer Großkatze erleben zu dürfen.²³⁵

Amazing Cheetah Compilation – The Fastest Animal in the World! ist ein Zusammenschnitt von fünf Szenen der Jagd eines Gepards (0:17-1:10 auf Strauße, 1:10-2:30 auf Gazellen, 2:30-3:34 auf ein Warzenschwein, 3:34-4:46 auf Büffel und 4:46-5:47 auf Antilopen). Kommentatoren zeigen sich beeindruckt von der Schnelligkeit des Gepards und betiteln das Video mit bekannten Filmtiteln wie *The Fast and the Furios*.²³⁶

Die Amazing Jaguar Compilation – Big Cats of South America präsentiert Szenen von Kämpfen zwischen Jaguaren und Alligatoren im südamerikanischen Regenwald. Eindrucksvoll wird gezeigt, wie ein Jaguar an einem Fluss auf die Jagd geht, mit einem Alligator ringt und diesen erlegt, um ihn dann als Beute an Land zu schleifen. Hier zeigt sich auch, dass Großkatzen keine Scheu vor Wasser haben.²³⁷

Die Videos des Kanals *Animal Channel* zielen auf die Darstellung ungeschminkter Wildheit von Großkatzen. Die unmittelbare Hineinführung in Action, Jagd, Kampf dieser Tiere ist das fesselnde Element, welches ohne viele Worte und mit wenig Erläuterungen eingesetzt wird. Provokation ist geeignet, Viralität zu erreichen, wie schon in Kapitel 3.1 aufgezeigt wurde, und wird hier durch Darstellung von Gewalt in der Natur erreicht. Mit dieser Struktur, die auf die pure Schaulust zielt, ist ein intensives Teilen der Bilder und damit hohe Viralität mit

²³⁴ Vgl. Animal Channel, Animals Attack, 2017.

²³⁵ Vgl. Animal Channel, Big Cat Attacks, 2017.

²³⁶ Vgl. Animal Channel, Amazing Cheetah, 2017.

²³⁷ Vgl. Animal Channel, Amazing Jaguar, 2017.

begrenztem Aufwand ohne weiteres erreichbar, wie die hohen Aufrufzahlen dieses Kanals zeigen.

(d) michael jamison

In seinem YouTube-Kanal berichtet *Michael Jamison* unter anderem über sein Leben mit seinen zwei Tigern *Enzo* und *Diego*. Aus der Kanalbeschreibung geht hervor, dass Michael Jamison vielen Wildtieren ein Zuhause bietet und mit seinem Kanal den Anspruch verfolgt, seinen Mitmenschen zu demonstrieren, wie eine Koexistenz zwischen Wildtieren und Mensch aussehen kann. Die 807 Videos des Kanals behandeln bis auf sehr wenige Ausnahmen alle die beiden Tiger, 34 Videos wurden mehr als eine Million Mal aufgerufen. Seit Gründung des Kanals 2010 wurden die Videos in ihrer Gesamtheit über 166 Millionen Mal abgerufen.²³⁸

	Tiger's reaction	Tiger attack ...	How does a tiger say ...	Mother cat looking out ...	Tiger reaction to the kittens
Erstellungsjahr	2013	2016	2017	2017	2017
Länge (Min.)	0:54	2:02	2:18	3:26	12:12
Aufrufe	5.498.487	21.461.472	10.659.025	7.588.117	20.312.141
Like/Dislike (TSD)	53,5 / 1,5	58,8 / 14,5	42,5 / 6,6	32,7 / 19,0	193,6 / 40,6
Kommentare	4.488	7.291	3.484	8.106	26.642

Tabelle 17: Michael Jamison Top 5 (Stand 28.5.2018)

Das älteste Video *Tiger's Reaction* der Top 5 ist zugleich das kürzeste Video mit der niedrigsten Aufrufzahl. Es zeigt Michael Jamison mit einem seiner Tiger, dem ein Zahn gezogen werden muss. Der Tiger liegt auf dem Boden und presst seine Zähne fest zusammen. Jamison muss mit einer Hand das Maul ein Stück weit öffnen, um mit einer Zange einen Zahn zu ziehen. Das Video zeigt dann weiter, wie er dem Tiger den Unterarm ins Maul steckt; der Tiger knabbert daran und beschnuppert zuletzt den ausgerissenen Zahn, der ihm präsentiert wird. Die Kommentare beziehen sich vor allem auf den Mut Jamisons.²³⁹

²³⁸ Vgl. Jamison, M., Jamison, 2010.

²³⁹ Vgl. Jamison, M., Tiger's reaction, 2013.

Unter den Top 5 findet sich bei *michael jamison*, ähnlich wie bereits bei *Big Cat Rescue* zu sehen war, ein Video über die Gefahren, einem Tiger den Rücken zuzukehren. Dieses wurde am häufigsten aufgerufen. In der zweiminütigen Videosequenz Tiger attack, why You should not turn Your back! betritt Jamison ein Tigergehege mit der Intention, einen schlafenden Tiger im Zentrum des Geheges zu füttern. Dazu muss er an einem jungen weißen Tiger vorbei, der ihm folgt und an seinem Bein zerrt, als er dem schlafenden Tiger das Futter reichen möchte. Dieser springt auf und setzt zum Sprung an, woraufhin Michael Jamison den jungen weißen Tiger an seinem Bein abschüttelt und zum Ausgang rennt. Der zuvor schlafende Tiger folgt ihm. Am Ausgang dreht sich Michael Jamison um und maßregelt die beiden Tiger, die sich wieder beruhigen. Es folgen weitere, friedliche Szenen mit den beiden Tigern und Jamison. Die Kommentare beziehen sich zum einen auf die Gefährlichkeit von Tigern, zum anderen relativieren sie den gezeigten Vorfall.²⁴⁰

Das Video How does a tiger say "I am sorry about the hole in the pool" besteht anfangs aus Bildern, die ein leeres Gehege und Pool zeigen. Erst gegen Ende tauchen Tiger auf, die klagende Geräusche von sich geben und von Jamison gestreichelt werden. Der Bezug zwischen dem leeren Pool und den Tigern erschließt sich nicht ohne Weiteres. Erst durch den Metatext der Videobeschreibung wird klar, dass einer der Tiger vor Entstehung des Videos den Pool beschädigt hat.²⁴¹

Mother cat looking out for kittens' safety by the tigers und *Tiger's reaction to the kittens* thematisieren die Verhaltensreaktionen zwischen Tigern und Hauskatzen:

Im Video Mother cat looking out for kittens' safety by the tigers befinden sich die Katzenmutter und ihre Jungen in einem Wohnzimmer mit Blick auf ein Teilstück des Tigergeheges im Garten. Während die Katzenmutter misstrauisch den Tiger beobachtet, wandert dieser am Zaun entlang, bis er sich schließlich in Tünnähe an den Zaun legt und zu den Katzen blickt, die Abstand zu seinem Gehege halten und die offene Terrassentür meiden.²⁴²

Das nach Likes beliebteste und aktuellste Video Tigers reaction to the kittens zeigt, wie Jamison eine Tragetasche mit Kätzchen zum Tigergehege bringt, um dem Tiger Diego die jungen Katzen zu präsentieren. Das Video ist ungeschnitten und in der Szenenführung länglich. Diego zeigt sich zu Beginn der Begegnung interessiert, kommt an den Zaun, knurrt und schnuppert,

²⁴⁰ Vgl. Jamison, M., Tiger Attack, 2016.

²⁴¹ Vgl. Jamison, M., tiger say, 2017.

²⁴² Vgl. Jamison, M., kittens' safety, 2017.

wohingegen die Kätzchen gegenüber dem Tiger eher desinteressiert wirken. Nach einem kurzen Zwischenspiel, das von Jamison erfordert, seinen Hund aus dem Umfeld der Katzen zu entfernen, da die Katzenmutter nervös auf den Hund reagiert, zieht sich auch Diego zurück. Die Kommentatoren diskutieren hauptsächlich die vermenschlichten möglichen „Gedanken“ der Katzen als auch die des Tigers bei der Begegnung der Tiere.²⁴³

Die Videos des Kanals *michael jamison* beinhalten eine Potpourri völlig unterschiedlicher Geschichten über domestizierte, im Haushalt des Producers gehaltene Tiger. Dies zum Teil unter Verwendung von Begegnungen mit Hauskatzen und Darstellung der Begegnungsreaktion. Die Bandbreite dieser Videos zieht sich von wildhaften, auf kurzem Wege dargestellten gefährlichen Situationen mit diesen Tigern zu Berichten über Verhaltensweisen im Sinne von Tierdokumentationen. Betrachtet man diese Bandbreite unter den Gesichtspunkten der Verwendung von Standardkonzepten und Viralfaktoren, so zeigt dieser Kanal recht anschaulich, dass bei einer Anwendung der Standardkonzepte einer kurzen, lebhaften Darstellung mit Hinführung zu einem Momentum wie zum Beispiel Ereignis, Gefühlsanknüpfungspunkt oder ähnliches das Aufmerksamkeitsinteresse der User steigt. Das Video *Tiger attack, why You should not turn Your back!* liegt dementsprechend in den Aufrufzahlen vorn, wenngleich dieses Video zugleich auch ein Beleg dafür ist, dass Darstellungen im Stil von „Cinema of Attraction“ nicht auch regelmäßig zur höchsten Zahl von Likes führt.

(e) Wild Things

Der letzte in der Kategorie Großkatzen vorzustellende Kanal *Wild Things* zeigt Dokumentationsfilme über Wildtiere aus aller Welt. Es handelt sich hierbei um Inhalte, die von den Fernsehsendern DRG, ITV Global, All3Media und DCD Rights über YouTube verbreitet werden. Seit Erstellung des Kanals im Jahr 2008 wurde er über 27 Millionen Mal besucht. 31 der insgesamt 255 Videos behandeln Großkatzen. Da von allen Videos dieses Kanals nur fünf über eine Million Mal aufgerufen wurden und von diesen lediglich drei Videos auch Großkatzen betreffen, werden zwei weitere Videos mit Großkatzen aus dem Korpus der Videosammlung in die Betrachtung einbezogen, die mindestens 400.000 Mal angesehen wurden.²⁴⁴ Die auf diese Weise aggregierten Top 5 Katzensvideos dieses Kanals haben deutlich weniger Aufrufe (Höchstwert liegt bei 2,7 Millionen) als die Videos der bereits vorgestellten

²⁴³ Vgl. Jamison, M., *Tiger's reaction*, 2017.

²⁴⁴ Vgl. Wild Things, *Wild*, 2008.

Kanäle über Wildtiere. Es handelt sich um einen Kanal mit Fokus auf Dokumentation und Wissenschaft, weshalb die Dauer der Videos nahezu 60 Minuten beträgt. Der Höchstwert an Likes liegt bei 19.500 bei einer Kommentarzahl von rund 1.700 (vgl. Tabelle 18).

	Animal Odd Couples ...	... Animals and Their Humans	... Baboons VS Lions	Makadikgadi ...	Predators in Peril ...
Erstellungsjahr	2016	2016	2017	2017	2017
Länge (Min.)	58:01	58:51	47:01	51:52	50:21
Aufrufe	2.680.112	1.241.151	1.125.506	555.939	414.566
Like/Dislike (TSD)	19,5 / 0,865	13,9 / 0,492	2,8 / 0,579	1,4 / 0,233	2,1 / 0,298
Kommentare	1.689	859	264	76	255

Tabelle 18: Wild Things Top 5 Katzenvideos (Stand 28.5.2018)

Das beliebteste Video Animal Odd Couples [Full Documentary] | Wild Things wurde 2016 erstellt und dokumentiert das ungewöhnliche Zusammenleben von Wildtieren unterschiedlicher Gattung. Für den Vergleich von Katzenvideos sind nur Ausschnitte der Dokumentation von Relevanz, welche die Koexistenz zwischen Großkatzen und anderen Wildtieren zeigen. Fünf Szenen veranschaulichen das harmonische Zusammenleben von Leopard und Hund (1:22-2:39), Bär und Tiger/Löwe (3:24-9:36), Schimpanse und Puma (9:37-9:50), Katzen und Entenküken (30:47-35:41) sowie Löwin und Gazelle (35:42-38:05). Die Kommentare betreffen nicht nur die Inhalte der Dokumentation und Vergleiche zu selbst erlebten ungewöhnlichen Tierfreundschaften, sondern auch Meinungen über die Dokumentatorin, deren Stimme und Vortrag als angenehm, professionell und lehrreich empfunden wurden.²⁴⁵

Auch im Film Animal Odd Couples: Animals And Their Humans [Full Documentary] | Wild Things liegt der Fokus der Dokumentation nicht auf Großkatzen, sondern auf der Beziehung von wilden Tieren und Menschen zueinander. Nur ein Ausschnitt der Dokumentation (24:51-31:09) ist erheblich für die Arbeit. Dabei handelt es sich um eine Szene, die eine Frau in einem Gehege mit Löwen zeigt. Sie wird von der Dokumentatorin besucht und zu ihrem Leben mit

²⁴⁵ Vgl. Wild Things, Odd Couples, 2016.

den Löwen befragt. Vor und während des Gesprächs sitzt die Frau bei den Löwen und streichelt durch deren Mähne. Es entsteht eine vertraute Atmosphäre.²⁴⁶

Das Video Monkey Hunters [Baboons VS Lions Documentary] | Wild Things zeigt das anscheinend ungewöhnliche Verhältnis zwischen Löwen und Pavianen in einer bestimmten Gegend in Afrika, wo Löwen gelernt haben, die Affen zu jagen.²⁴⁷

Bei dem Film Makadikgadi: Wild Animals Of Botswana | [Predators And Preys Documentary] | Wild Things thematisiert nur ein Ausschnitt (17:10-26:26) Großkatzen in ihrem Lebensraum in Botswana. Der Abschnitt ist zweigeteilt und dokumentiert die Behandlung eines verletzten Löwen sowie das Leben und Jagen eines Löwenrudels.²⁴⁸

Die Dokumentation Predators In Peril [Big Cat Documentary] | Wild Things bildet das Leben und Jagen von Großkatzen im Kruger Nationalpark in Peril (Südafrika) ab. Die gezeigten Großkatzen sind Löwen und Leoparden. Der Fokus liegt auf den Löwen und ihren Rudeln.²⁴⁹

Die Videos des Kanals *Wild Things* können als dramaturgisch klassische Tierdokumentationen bezeichnet werden. Es gibt einen englischsprachigen Erzähler und die Videos sind auf Bildung ausgelegt, es wird oft klassische oder afrikanische Musik zur Erzeugung von Spannung oder Belustigung eingesetzt. Sie berichten zwar auch von dem natürlichen Leben von Großkatzen in ihrer angestammten Natur, ihnen fehlt jedoch die Hinführung auf ein fesselndes Momentum und sie müssen sich somit, länglicher als andere Katzensvideos, auf umfängliche Erläuterungen und sprachliche Begleitung stützen. Dieses Konzept bedeutet aber eine deutliche Abweichung von den Faktoren in Kapitel 2.3, die Beliebtheit ausmachen, und jenen Faktoren in Kapitel 3.1 und 3.2, die zu Viralität und Globalisierung führen. Ein deutlich geringeres Maß an Aufrufen im Vergleich zu den anderen Großkatzensvideos ist die Folge.

4.3.2 4.3.2 Gesamtsichtung der Kategorie „Großkatzen“

Bei einer Gesamtsichtung der Kanäle der Kategorie „Großkatzen“ stehen Videos über Großkatzen teils mit ihrem Leben und Verhalten in ihrem natürlichen Lebensraum, teils mit

²⁴⁶ Vgl. Wild Things, *Animals And Their Humans*, 2016.

²⁴⁷ Vgl. Wild Things, *Baboons VS Lions*, 2017.

²⁴⁸ Vgl. Wild Things, *Makadikgadi*, 2017.

²⁴⁹ Vgl. Wild Things, *Predators In Peril*, 2017.

ihren Lebensbedingungen in Gefangenschaft und ihrem dort entwickelten Beziehungsverhalten zu ihrem Halter im Vordergrund.

Bei der Quersichtung der Kanäle unter den Blickwinkeln der Viralität und Globalisierung haben wir es bei den Kanälen dieser Kategorie zu tun mit einem Mix von Konzepten wie

- „Cinema of Attraction“, vermittelt durch die Gewährung eines lupenhaften Einblicks in die ungezügelte Natur von Großkatzen, einschließlich ihrer brutalen Komponenten,
- einer Hinführung der Betrachter in einer verdichteten Bildvermittlung auf ungewöhnliche Begegnungen zwischen Mensch und Tier,
- einer konzentrierten Hineinführung in Action mit Jagd und Kampf der Großkatzen,
- einer eher dokumentarisch aufbereiteten Darstellung von in Gefangenschaft gehaltenen Großkatzen mit darin enthaltenen Sequenzen von Domestizierung, Zuneigung zum und Gefahrenmomenten für den Halter sowie
- dramaturgisch klassischen Tierdokumentationen.

Unter dem Betrachtungswinkel von Viralität und Globalisierung weist die vorstehende Aufzählung der Konzepte ein Gefälle aus. Danach führt das Konzept des Cinema of Attraction mit einer kondensierten Hineinführung des Users in ein spannendes, fesselndes, ungewöhnliches Momentum unter geringer Verwendung von Sprache und einer aus sich selbst heraus verständlichen Bilderzählung zu einer hervorstechenden Zahl von Aufrufen und damit einhergehend zum Teilen, zum Kommentieren und insgesamt zur viralen Verbreitung. Eine schnappschusshafte, im Stil eines Amateurs gewählte Darstellung beeinträchtigt den Wahrnehmungs- und Aufruferfolg dabei nicht; für diesen ist vielmehr ausschlaggebend der Aspekt der vermittelten natürlichen, authentischen Wahrnehmung, die auf kurzem Wege unterhaltend oder fesselnd ist. Das fesselnde Element kann durchaus auch ein solches der Provokation oder eines tierhaften Gewaltereignisses sein. Je mehr sich die Kanäle und darin enthaltenen Videos dem Konzept einer Sachdokumentation nähern, desto weniger Interesse zum Aufruf besteht beim Publikum der Katzenfans und umso geringer ist die Neigung zum Kommentieren und zum Teilen. Das Streben nach viralem Erfolg hat bei derartigen Konzeptverwendungen deutlich weniger Aussicht auf Erfolg.

4.4 Katzenentertainment

Die Kategorie Katzenentertainment umfasst Kanäle, die zum einen Katzen als Accessoire nutzen zum anderen unterhaltendes Videomaterial mit Cat Content anbieten.

4.4.1 Katzenkanäle zur Unterhaltung im Einzelnen

(a) JunsKitchen

Der mit seiner extrem hohen Abonnentenzahl von über zwei Millionen in dieser Hinsicht erfolgreichste Kanal nicht nur in dieser Kategorie, sondern von allen besprochenen YouTube-Channels, ist *JunsKitchen*, ein Kanal des Japaners Jun Yoshidamasaki. Hauptthema des Kanals, der seit 2012 besteht, sind japanische Gerichte für Mensch und Katze. Als wiederkehrendes Element dieser Videos sitzt eine Katze in einer Küche und schaut beim Kochen oder auch beim Putzen von Kochutensilien zu. Mit über 115 Millionen Aufrufen ist der Kanal trotz der geringen Anzahl von Videos (21) äußerst beliebt. Mit einer Ausnahme wurden alle Videos des Kanals über eine Million Mal angesehen; das neueste, unter der vorgenannten Schwelle liegende Video befindet sich ebenfalls auf gutem Weg hinsichtlich der Zahl seiner Aufrufe.²⁵⁰ Die fünf am häufigsten aufgerufenen Videos wurden in den Jahren 2016 bis 2017 hochgeladen (vgl. Tabelle 19) und zeigen Kochszenarien, denen Juns Katze beiwohnt, sowie Vorbereitungen zum Kochen (Schärfen bzw. Polieren eines Messers).

	Sharpening a \$1 knife	Store Cat Food vs. Homemade	Polishing a Rusty Knife	Sushi for Cats	How I Trained My Cats
Erstellungsjahr	2016	2016	2017	2017	2017
Länge (Min.)	3:12	2:51	3:54	4:03	5:50
Aufrufe	10.721.574	8.006.429	28.891.613	7.253.082	10.247.528
Like/Dislike (TSD)	175,6 / 3,8	198,7 / 3,8	517,2 / 9,4	180,3 / 2,7	510,8 / 3,9
Kommentare	10.946	14.600	47.472	12.990	21.709

Tabelle 19: JunsKitchen Top 5 (Stand 28.5.2018)

²⁵⁰ Vgl. Yoshidamasaki, J., Jun's Kitchen, 2012.

Die Dauer der Videos beträgt zwischen 2,5 und 5,5 Minuten. Vier Videos wurden zwischen 7,3 und 10,7 Millionen Mal aufgerufen. Die vergebenen Likes sind deutlich höher als die Dislikes und überschreiten die 100.000er-Marke. Das Video *Polishing a Rusty Knife* erhielt mit 28,9 Millionen deutlich mehr Aufrufe als die anderen und ebenso überdurchschnittlich viele Kommentare.

Im Video Sharpening a \$1 knife beobachtet die Katze zunächst aufmerksam, wie Jun ein Messer schärft. Bei 0:34 bis 0:40 räkelt sie sich, bis sie ab 1:48 einschläft und sich auch gegen Ende desinteressiert zeigt, als ihr Besitzer ihr eine Zeitung zum Schnuppern hinhält.²⁵¹

Das Video Store Cat Food vs Homemade zeigt Jun bei der Zubereitung eines aufwendigen Fischgerichts, das in seiner finalen Form an ein Törtchen erinnert. Seine Katze beobachtet ihn dabei interessiert. In der Endsequenz darf sie sich zwischen dem Törtchen und Trockenfutter entscheiden. Entschlossen verspeist sie das Törtchen und springt anschließend, ohne das Trockenfutter eines Blickes zu würdigen, auf den Boden hinunter.²⁵²

Wie im Video *Sharpening a \$1 knife* beobachtet Juns Katze auch im beliebtesten Video Polishing a Rusty Knife ihren Besitzer beim Säubern und Schärfen eines Küchenmessers. In der Schlusssequenz wird eine zweite Katze gezeigt, die desinteressiert auf dem Fensterbrett liegt, während die erste Katze in eine weiße Putzschale klettert.²⁵³

Das Video Sushi for Cats zeigt in Zusammenschnitten aus verschiedenen nahen Perspektiven, wie Jun Sushi zubereitet. Seine beiden Katzen sehen ihm dabei zu. Schließlich bekommen die Katzen das Sushi stilecht serviert. Das Video ist mit akustischer Rockmusik unterlegt. Am Ende des Videos ist noch eine normale Fütterungsszene ohne Musik zu sehen.²⁵⁴

Im Video How I Trained My Cats demonstriert Jun zunächst die Einübung seiner Katzen, ihm Pfötchen zu geben. Ab 3:30 geht er mit seiner Katze spazieren, die neugierig Hunde beschnuppert. Darauf folgen Sequenzen, die die Katze im Fahrradkorb und im Büro zeigen.²⁵⁵

²⁵¹ Vgl. Yoshidamasaki, J., *Sharpening*, 2016.

²⁵² Vgl. Yoshidamasaki, J., *Store Cat Food*, 2016.

²⁵³ Vgl. Yoshidamasaki, J., *Polishing*, 2017.

²⁵⁴ Vgl. Yoshidamasaki, J., *Sushi for Cats*, 2017.

²⁵⁵ Vgl. Yoshidamasaki, J., *How I Trained*, 2017.

Juns Videos sind inhaltlich sehr facettenreich. Es fällt auf, dass die Katzen sehr entspannt wirken. Obgleich die Katzen nicht im Mittelpunkt der Videos stehen, bleibt vor allem ihr Verhalten in Erinnerung.

Bei erster Sichtung der Videos dürfte sich zunächst Verwunderung darüber aufdrängen, dass sie so hohe Aufruf- und Beliebtheitsfolge beim Publikum der Katzenfans erzeugen. Bei genauerer Betrachtung erkennt man jedoch die bewährten Standardkonzepte für Aufruf- und Beliebtheitsfolge sowie für virale Durchdringung des Netzes, wie in den Kapiteln 2.3 und 3.1, 3.2 aufgezeigt. Die Videos zeigen als Darstellungsbasis vertraute Szenen des privaten Alltags in der Küche, gewürzt mit der Darstellung auffällig entspannter, offenkundig in enger Vertrautheit mit dem Koch stehender Katzen, was für sich schon einen großen Sympathiewert entfaltet. Die Person des Kochs Jun löst zusätzlich spontane Sympathie aus. Eingebettet ist die Darstellung in eine einfache Inszenierung, die mit den vorgenannten Komponenten ein Bündel von Gefühlen beim Betrachter auslöst und zudem auf eine Symbiose zwischen amerikanischer (Sprache, amerikanische Lebenswelt spiegelnde Dramaturgie) und japanischer Kultur (Art des Kochens, der Gerichte) verweist. Dazu tritt der Umstand, dass es sich um einen Zweitkanal handelt, der mit dem Kanal *Rachel and Jun* verbunden ist, welcher ohnehin schon zu den beliebtesten Kanälen über kulturübergreifende Freundschaften bzw. Beziehungen zählt. Der Koch Jun bringt somit eine schon bestehende Fangemeinde in den Kanal *JunsKitchen* und somit in die assoziationssträchtige Beziehung von Mensch und Katze in der Küche beim Kochen zusätzlich ein. Dieser Zusammenfluss von Konzeptkniffen bewirkt bei näherer Betrachtung der Videos den viralen Erfolg.

(b) Talking Kitty Cat

Der Kanal *Talking Kitty Cat* von Steve Cash zeigt Katzensvideos mit unterlegter Sprache, so als würden die Katzen sich im Gespräch mit ihrem Besitzer befinden. Seit 2007 hatte der Kanal über 396 Millionen Aufrufe und ist mit dieser extrem hohen Zahl der Anführer unter den Aufrufen in allen Kategorien. Von den 156 Videos zeigen 125 verschiedene Begebenheiten zwischen Steve und seinen Katzen, 99 von diesen wurden über eine Million Mal aufgerufen.²⁵⁶ Die Top 5 Videos haben eine Dauer von einer Minute bis ca. 5,5 Minuten und wurden zwischen 8,1 und 11,1 Millionen Mal aufgerufen (vgl. Tabelle 20).

²⁵⁶ Vgl. Cash, S., Talking, 2007.

	Talking Kitty Cat 1 ...	Talking Kitty Cat 7.5 ...	Talking Kitty Cat 27 ...	Talking Kitty Cat 30 ...	Talking Kitty Cat 47 ...
Erstellungsjahr	2008	2010	2013	2013	2016
Länge (Min.)	1:16	1:34	4:03	3:20	5:31
Aufrufe	8.053.253	11.097.877	8.495.129	8.705.704	8.826.771
Like/Dislike (TSD)	48,6 / 1,4	62,8 / 6,1	93,3 / 2,5	66,6 / 2,2	102,7 / 4,2
Kommentare	6.866	9.003	9.848	11.2222	deaktiviert

Tabelle 20: Talking Kitty Cat Top 5 (Stand 29.5.2018)

Bis auf ein Video, bei dem die Kommentarfunktion deaktiviert ist, wurden alle fünf Videos zwischen 6.800 und 11.300 Mal kommentiert. Der Erstellungszeitraum der Top 5 Videos ist sehr breit und reicht vom Jahr 2008 bis ins Jahr 2016. Die Videos sind generell eher narrativ aufgebaut und erinnern zum Teil an die Dramaturgie von Daily Soaps.

Im Video Talking Kitty Cat 1 – Wake up Kitty! versucht Steve, seine schwarze Katze zu wecken, die in Rückenlage auf dem Bett liegt und ihn ignoriert. Hin und wieder blickt sie auf und öffnet ihr Maul. An diesen Stellen ist eine Stimme unterlegt, die genervt nein sagt.²⁵⁷

Das Video Talking Kitty Cat 7.5 – Sylvester’s Catnip Overdose zeigt, wie die schwarze Katze Sylvester ein Päckchen Katzenminze zerbeißt und sich anschließend darin wälzt. Sie scheint die Menge an Katzenminze nicht zu vertragen.²⁵⁸

Talking Kitty Cat 27 – BACON! ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen, welche die Fütterung der Katzen in der Küche, Gespräche mit Katzen über Spinnen und schließlich ein Telefonat mit dem Vermieter zeigen, der von Steve fordert, er dürfe nur eine Katze halten, woraufhin dieser seinen Katzen erklärt, sie müssten sich ab jetzt leise verhalten und eine von beiden müsse wahlweise für eine bestimmte Zeitspanne draußen bleiben.²⁵⁹

Auch bei Talking Kitty Cat 30 – Demon Cat handelt es sich um den Zusammenschnitt einzelner Szenen, die Katzen bei der Fütterung, beim Spielen und im Gespräch mit ihrem Besitzer zeigen. Bei 3:20 faucht die schwarze Katze ein kleines Kätzchen an, das Steve aus der Reichweite der

²⁵⁷ Vgl. Cash, S., Cat 1, 2008.

²⁵⁸ Vgl. Cash, S., Cat 7.5, 2010.

²⁵⁹ Vgl. Cash, S., Cat 27, 2013.

schwarzen Katze bringt. Die Sequenz mit der fauchenden schwarzen Katze ist mit den Worten „you will die“ unterlegt, wobei die Stimmlage verzerrt eingespielt wurde, um einen dämonischen Eindruck zu erwecken.²⁶⁰

Das Video Talking Kitty Cat 47 – What No One Saw Coming! erzählt die Geschichte der Entdeckung der Schwangerschaft einer Katze und der daraus resultierenden Diskussionen des Besitzers Steve Cash mit den beiden Katern. Am Ende werden die Zuschauer von Steve Cash über den Tod des Katers Gibson informiert.²⁶¹

Die Kommentatoren bekunden bei allen Videos ihre Begeisterung und äußern sich amüsiert über die Videos.

Geht man dem Erfolg von Aufrufen des Kanals *Talking Kitty Cat* nach, so liegt dieser nicht in einer Dramatisierung des Vertrauten oder in einer Mobilisierung von Gefühlen; vielmehr verwendet dieser Kanal das Mittel des Absurden, das mit humorigen Dialogen überkleidet wird. Schon in Kapitel 3.2 wurde unter Verweis auf Shifman herausgestellt, dass Geschichten mit schrulligen, inhaltlich verdrehten, verblüffenden Komponenten sehr geeignet sind, virale Effekte auszulösen. Die Videos zielen auf den verblüfften, amüsierten User in einer Weise, wie es auch bei der Verbreitung von Witzen geschieht. Die Kernkomponente, bei der das Witzhafte auf der Verwendung von Dialogen und somit auf Sprache beruht, vermindert andererseits die Erfolgsaussicht für virale Verbreitung im globalen Sinne. Der Aufruferfolg dürfte vornehmlich in einer subkulturellen Netzumgebung stattfinden, in welcher der teils subtile Dialog in den Videos sprachlich und nach seiner Scherzkultur verstanden wird. Andererseits kann innerhalb dieser Netzumgebung das wiederkehrende Element der sprechenden Katze und der damit verbundene Humoreffekt als Mittel angesehen werden, dass Aufrufinteresse von „witzaffinen“ Usern zu wecken.

(c) CatPusic

CatPusic ist ein Kanal über die Katze *Pusic* und ihre Besitzer. Die 66 Videos demonstrieren die Beziehung zwischen Pusic und ihren Haltern und zeigen Ereignisse aus dem alltäglichen Leben der Katze. Der Kanal wurde 2015 erstellt und seither über 62 Millionen Mal besucht, also weit weniger häufig als die beiden zuvor besprochenen Kanäle, auch hat er nur etwa ein

²⁶⁰ Vgl. Cash, S., Cat 30, 2013.

²⁶¹ Vgl. Cash, S., Cat 47, 2016.

Drittel so viele Abonnenten wie *Talking Kitty Cat* (vgl. Tabelle 3). 16 der Videos haben über eine Million Aufrufe.²⁶² Die Top 5 Videos von *CatPusic* haben eine Dauer von 1,45 bis 2,57 Minuten. Die Zahl der Aufrufe divergiert stark und umfasst eine Spanne von 2,6 bis 10,3 Millionen Aufrufen; entsprechend unterschiedlich sind auch die Zahlen der Likes und Kommentare. Erstellt wurden die Top 5 Videos in den Jahren 2016 und 2017 (vgl. Tabelle 21).

	Meow ! As I mewed before ...	Joyful Meeting Cat ...	Rescue Freezing Kitten ...	The love of a cat ...	Waiter! Bring me Food!
Erstellungsjahr	2016	2016	2017	2017	2017
Länge (Min.)	1:56	2:35	2:44	1:45	2:57
Aufrufe	9.150.004	2.596.346	5.523.197	3.115.889	10.286.499
Like/Dislike (TSD)	159,3 / 4,8	51,5 / 1,0	148,7 / 1,5	65,9 / 1,6	185,7 / 4,7
Kommentare	10.401	2.975	13.081	3.894	15.223

Tabelle 21: CatPusic Top 5 (Stand 29.5.2018)

Das Video MEOW ! As I mewed before and during the bathing zeigt die schwarz-weiße Katze Pusic auf der Schulter ihres Besitzers, in der Badewanne während des Abduschens und zuletzt bei der nachträglichen Katzenwäsche. Sowohl vor als auch während des Badens maunzt die Katze und bezeugt ihre anfängliche Angst vor dem Wasser. Ihr Besitzer beruhigt sie, indem er sie streichelt und langsame, vorsichtige Bewegungen macht.²⁶³

Das Video JOYFUL MEETING CAT and OWNER after a long time ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen. Eingangs verabschiedet sich der Besitzer von Pusic. Es folgen Szenen der Katze, die allein in der Wohnung wartet, zumeist in liegenden Positionen, mit gelangweiltem „Gesichtsausdruck“. Als der Besitzer zurückkehrt, springt sie sogleich auf und läuft mit erhobenem Schwanz zur Tür. Sie wird aufgehoben und beginnt sofort, ihren Besitzer abzulecken und mit ihm zu schmusen.²⁶⁴

²⁶² Vgl. Cat Pusic, CatPusic, 2015.

²⁶³ Vgl. Cat Pusic, Meow, 2016.

²⁶⁴ Vgl. Cat Pusic, Joyful Meeting, 2016.

Das Video RESCUE FREEZING KITTEN AND AMPUTATION dokumentiert die Rettung einer kleinen Katze, die halb erfroren im Schnee gefunden, gewaschen, getrocknet und medizinisch versorgt wird. Da ihr Schwanz abgefroren ist, muss er vom Veterinärmediziner entfernt werden. Die Endszene zeigt, dass es der Katze nach der Behandlung wieder gut geht und sie ein neues Zuhause gefunden hat.²⁶⁵

The love of a cat to mom and dad. Differences demonstriert unterschiedliche Verhaltensweisen der Katze Pusic ihren Besitzern gegenüber. Während sie auf der Schulter der Frau nur kuschelt und schnurrt, knabbert sie beim Mann leicht an dessen Ohr und schmust mit ihm.²⁶⁶

Das fünfte und beliebteste Video Waiter! Bring me Food! zeigt Pusic an einem Tisch sitzend und wartend. Auf dem Tisch befindet sich eine Klingel, die sie drückt, woraufhin ihr eine bebilderte Menükarte gebracht wird. Diese wird von ihr inspiziert, bevor sie erneut die Klingel betätigt, mit einer Tatze auf die Menükarte tippt und so vorgeblich zu verstehen gibt, welche Speise sie möchte, die ihr dann serviert wird. Diese Prozedur wiederholt sich bis Pusic gesättigt auf den Boden springt. Das Video ist mit Musik unterlegt.²⁶⁷

Die Kommentare bezeugen Anteilnahme im Falle der halb erfrorenen Katze und Amüsement und Begeisterung über die anderen Videos.

Der Kanal *CatPusic* beinhaltet einen Mix von Videos, die zum geringeren Teil auf eine innige Beziehung zwischen Halter und Katze abstellen und damit auf Sympathieerfolge zielen, zu einem weiteren Teil witzige, komische Begebenheiten im Zusammenleben mit Katzen darstellen und zu einem dritten Teil in surrealer Inszenierung witzhafte Situationen zeigen. Der Kanal spricht also in völlig unterschiedlicher Weise und dementsprechend auch mit unterschiedlichen Konzepten verschieden gelagerte Usergruppen unter den Katzenfans an. Das bedeutet, dass dieser Kanal nicht mit typisiertem Konzept eine gleichförmige Erwartung und damit eine durch Wiederholung und Erwartungserfüllung sich verbreiternde Usergruppe anspricht. Die Videogruppen dieses Kanals müssen jeweils für sich besehen ihren Userkreis finden. Darin dürfte die Erklärung für den breiten Spread in der Zahl der Aufrufe liegen.

²⁶⁵ Vgl. Cat Pusic, Rescue, 2017.

²⁶⁶ Vgl. Cat Pusic, Differences, 2017.

²⁶⁷ Vgl. Cat Pusic, Waiter, 2017.

(d) CATMANTOO

Der im Jahre 2012 gestartete Kanal CATMANTOO von Robert Dollwet umfasst 74 Videos, die bis dato über 66 Millionen Mal aufgerufen wurden. Der Schwerpunkt des Kanals liegt auf amüsanten Ereignissen und Talenten der Katze *Didga*. In den Videos wird auch die Beziehung zwischen Katze und Hund thematisiert. Zehn Videos der Sammlung wurden über eine Million Mal besucht.²⁶⁸ Die Dauer der Top 5 Videos umfasst eine Zeitspanne von 0,20 bis 3,20 Minuten. Sie wurden in den Jahren 2014 und 2015 erstellt. Aufrufe und Kommentare divergieren auch hier stark zwischen 4,4 und 17 Millionen bei der Anzahl der Aufrufe sowie 344 und 3.362 bei den Kommentaren, wobei das Video mit den meisten Aufrufen am wenigsten kommentiert wurde. Die Höchstzahl der Likes beträgt 63.400. (vgl. Tabelle 22).

	... Go Didga Go!	Happy Dogs + Cat in Australia	Didga Dreams Big ...	Watch this CAT meet 50 dogs ...	Copycat
Erstellungsjahr	2014	2014	2015	2015	2015
Länge (Min.)	3:27	2:58	2:13	2:02	0:22
Aufrufe	8.009.715	13.897.926	6.582.010	4.398.842	17.035.913
Like/Dislike (TSD)	63,4 / 1,2	57,6 / 1,6	23,3 / 0,165	20,1 / 0,305	12,0 / 0,249
Kommentare	3.362	2.736	750	1.309	344

Tabelle 22: Catmantoo Top 5 (Stand 29.5.2018)

World's Best Skateboarding Cat! Go Didga Go! ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen, die Didga auf einem Skateboard zeigen. Der Videoclip wurde umgesetzt, indem die Katze auf dem Skateboard offenbar gezogen bzw. geschoben, dabei aber so nah gefilmt wird, dass dieser Vorgang nicht zu sehen ist. Zusätzlich wird durch Schnitte der Eindruck erweckt, Didga führe auch verschiedene Skateboard-Tricks aus. Das Video ist mit fröhlicher Musik unterlegt. Insgesamt erzeugt das Video einen eher professionellen Eindruck.²⁶⁹

Das Video HAPPY DOGS & CAT in AUSTRALIA – Pharrell Williams "HAPPY" song zeigt die Reise einer Gruppe von Hunden an den australischen Strand. Sie werden von der Katze

²⁶⁸ Vgl. Dollwet, R., Didga, 2012.

²⁶⁹ Vgl. Dollwet, R., Skateboarding, 2014.

Didga begleitet, anders als die Hunde, die im Wasser heruntollen, bleibt sie am Strand. Die Bilder werden oft vor- und zurückgespult. Dazu läuft das Lied „Happy“.²⁷⁰

Didga Dreams BIG – Cats Amazing Trick Compilation ist ein Zusammenschnitt verschiedener Videosequenzen mit Kunststückchen der Katze Didga. Eingangs wird sie auf einem Podest sitzend gezeigt, von welchem sie herunterspringt, um die Wohnung zu erkunden. Sie gelangt in ein Büro zu einem Laptop, vorgeblich sucht und schaut sie dort Videos mit Hunden, die ihrerseits Kunststückchen vollbringen. Von diesen Videos und deren Aufruferfolg scheint sie sich zur Nachahmung animiert zu fühlen. Das Bild verschwimmt und es folgen eine Reihe von kurzen Szenen mit Tricks von Didga.²⁷¹

Das Video Watch this CAT meet 50 dogs at a dog show thematisiert das Zusammentreffen der getigerten Katze Boomer mit 50 Hunden. Die Tiere reagieren neugierig und interessiert aufeinander. Insbesondere die Katze nähert sich neugierig den zum Teil wesentlich größeren Hunden und beschnuppert sie; die Katze zeigt keinerlei Angst. Manche der Hunde erscheinen eher desinteressiert, andere beginnen demgegenüber mit der Katze zu spielen.²⁷²

Auch in dem am meisten aufgerufenen und sehr kurzen Video COPYCAT wird eine Katze (diesmal wieder Didga) zusammen mit Hunden gezeigt. Die Hunde vollführen auf Anweisung ihres Herrchens eine Rolle nach links und Didga wird dazu aufgefordert, es ihnen gleichzutun, woraufhin sich auch die graumelierte Katze einmal nach links über den Teppich wälzt.²⁷³

Die Videos dieses Kanals *CATMANTOO* richten sich vornehmlich auf die Darstellung von Kunststücken und Tricks von Tieren, vornehmlich von Katzen und teilweise als Beiwerk auch von Hunden. Insoweit handelt es sich um einen Kanal, der Spektakel und Überraschungen mit niedlichen Katzendarstellern und humoristisch-surrealen Bildgeschichten verbindet und dabei mit wenigen Erläuterungen auskommt. Mit diesem Konzept trägt der Kanal, wie bei der Betrachtung der Standardkonzepte in Kapiteln 2.3, 3.1 und 3.2 aufgezeigt, gute Chancen einer globalen Viralität in sich.

²⁷⁰ Vgl. Dollwet, R., Australia, 2014.

²⁷¹ Vgl. Dollwet, R., Dreams BIG, 2015.

²⁷² Vgl. Dollwet, R., meet 50 dogs, 2015.

²⁷³ Vgl. Dollwet, R., Copycat, 2015.

(e) N2 Cat Crew

Der N2 Cat Crew-Kanal ist ein Entertainmentkanal, der seit 2010 teils populäre Musikvideos mithilfe von Katzen parodiert, teils Lebenssituationen zweier Katzen (zum Beispiel ärztliche Behandlung einer vorgeblich sprechenden, protestierenden Katze) in witziger Weise verfremdet. Die 177 Videos wurden über 43 Millionen Mal aufgerufen, sieben der Videos über eine Million Mal.²⁷⁴ Bis auf ein Video mit über zehn Millionen Views wurden die ausgewählten Top 5 Videos zwischen 2,2 und 3,5 Millionen Mal aufgerufen. Bei der Anzahl der Kommentare zeigt sich mit einer Spanne von rund 1.300 bis 3.900 eine mäßige Häufigkeitsverteilung bei vier Videos, lediglich das Video mit der höchsten Aufrufzahl wurde mit rund 10.600 Mal deutlich häufiger kommentiert. Dieses Video erhielt mit rund 63.700 auch die höchste Zahl von Likes. Zwei der älteren Videos sind mit 6,5 bis 7,3 Minuten wesentlich länger als die anderen. Die Erstellungsjahre der Videos umfassen einen Zeitraum von 2012 bis 2016 (vgl. Tabelle 23).

	... Burrito cat	Super Hero Cat	... Preppy Kitty Style	What does the Cat say? ...	PPAP ... (Cat Version)
Erstellungsjahr	2012	2012	2012	2013	2016
Länge (Min.)	7:35	6:50	3:28	2:31	0:52
Aufrufe	2.152.541	2.172.345	3.489.681	10.148.592	3.251.727
Like/Dislike (TSD)	4,3 / 0,758	16,0 / 1,1	22,8 / 1,9	63,7 / 10,2	20,1 / 2,5
Kommentare	1.295	3.294	3.882	10.583	1.617

Tabelle 23: N2 Cat Crew Top 5 (Stand 29.5.2018)

Das älteste Video der Top 5 mit dem Titel N2 the Talking Cat S2Ep10 – Burrito Cat zeigt eine Katze beim Transport zum und vom Tierarzt sowie die Behandlung dort. Ähnlich wie bei *Talking Kitty Cat* wurde der Katze eine Stimme unterlegt.²⁷⁵

Super Hero Cat (Official Music Video) - N2 the Talking Cat S2 Ep18 ist ein Zusammenschnitt verschiedener Szenen und Collagen, der damit beginnt, dass eine schwarze Katze am Fenster

²⁷⁴ Vgl. N2 Cat Crew, N2, 2010.

²⁷⁵ Vgl. N2 Cat Crew, Burrito Cat, 2012.

sitzt und hinaussieht. Anschließend wird die Katze in unterschiedlichen Kostümen vor verschiedenen Hintergründen gezeigt. Die Katze bleibt in der Darstellung dann meist statisch vor durch Green-Screen-Technik erzeugtem bewegten Hintergrund. Das Video ist mit Musik unterlegt.²⁷⁶

Auch das Video Psy – Oppa Gangman Style – Preppy Kitty Style ist in ähnlicher Weise produziert. Das Video stellt eine Parodie des Oppa-Gangman-Styles dar. Eine schwarze und eine weiße Katze mit schwarzem Fleck auf der Stirn werden stehend mit Waffen und Tennisschlägern dargestellt. Die Hintergründe wechseln. Im weiteren Verlauf werden kurze Sequenzen gezeigt, in welchen Katzen tanzen, Kostüme tragen, sich durch die Wohnung bewegen, zwischendurch wird auch ein tanzender kleiner Junge gezeigt wie auch eine Katze, die ins Wasser fällt und nass aus dem Pool klettert. Oft werden ein Zeitraffer oder ein Vor- und Zurückspulen der Bewegung eingesetzt. Die Aufmachung des Videos wirkt zunächst chaotisch, erst beim zweiten Hinsehen erschließt sich, dass der Zusammenschnitt der Sequenzen und die Musikanterlegung passend zueinander gewählt wurden.²⁷⁷

Das nach Aufrufen, Likes und Kommentaren beliebteste Video What does the Cat say? – Ylvis – The Fox (What Does the Fox Say?) [Official music video HD] zeigt eine schwarze Katze in verschiedenen Kleidungsstücken, die scheinbar singt. Verschiedene Katzen werden beim Fressen, Putzen und Ausruhen gezeigt. Ebenfalls enthalten sind Szenen zwischen Katze und Mensch beim Füttern, Kuscheln und Spielen. Am unteren Bildrand wird der Liedtext der Parodie eingeblendet.²⁷⁸

Auch bei PPAP Pen Pineapple Apple Pen (Cat Version) handelt es sich um ein Musikvideo. Dieses ist im Vergleich zu den übrigen Videos sehr einfach gestaltet. Vor weißem Hintergrund sitzen zwei Katzen, eine schwarze und eine weiße mit schwarzem Fleck, die ihre Köpfe nur leicht im Rhythmus der Musik bewegen und mit unterlegten Stimmen scheinbar singen.²⁷⁹

Die Videos des Kanals *N2 Cat Crew* zielen ab auf Unterhaltung auf relativ schlichtem Niveau. Als Mittel zur Belustigung wird in den Videos verfremdete Popmusik kombiniert mit Auftritten

²⁷⁶ Vgl. N2 Cat Crew, Hero Cat, 2012.

²⁷⁷ Vgl. N2 Cat Crew, Preppy Kitty, 2012.

²⁷⁸ Vgl. N2 Cat Crew, Cat say, 2013.

²⁷⁹ Vgl. N2 Cat Crew, PPAP, 2016.

von Katzen, die dabei im Zusammenwirken mit der unterlegten Musik einen abstrusen, surrealen, trashigen Eindruck vermitteln und eine parodistische, aberwitzige Wirkung erzielen. Die weiter auf diesem Kanal enthaltenen Videos, bei denen Geschichten über vorgeblich sprechende Katzen episodenhaft erzählt werden, zielen gleichermaßen mit ihren abstrusen und zugleich trashigen Geschichten auf eine vergleichbare Art von Unterhaltung ab. Beide Typen von Videos erscheinen durchaus geeignet, als „Insiderwitz“ weitergereicht zu werden und ein auf Subkultur ausgerichtetes Publikum zu erreichen, wie in den Kapiteln 2.2 und 3.2 im Zusammenhang mit der Verbreitung und Aufnahme von Memes aufgezeigt. Ein solches memehaftes Konzept verbindet die Elemente der Verbreitung von Memes in dem Publikum, welches über das für das Verständnis von Memes erforderliche Insiderwissen verfügt, mit der Beschränkung der Verbreitung auf diese spezielle Usergruppe. Das könnte auch die im Vergleich zu den anderen Kanälen dieser Kategorie geringen Aufrufzahlen sowohl des Kanals als auch der Top 5 Videos erklären.

4.4.2 Gesamtichtung der Kategorie „Katzenentertainment“

Die Kategorie „Katzenentertainment“ ist in ihren Darstellungen sehr durchmischt. *Talking Kitty Cat* und *N2 Cat Crew* setzen zur Unterhaltung auf abstrusen Humor. *CatPusic* bedient sich einer Mischung bunter Konzepte im häuslichen Rahmen, die auf verschiedene Weise allgemeine Katzencharakteristika abbilden und durch das wiederkehrende Element der Katze *Pusic* miteinander verbunden sind. Dagegen besetzen *JunsKitchen* und *CATMANTOO* spezifische Nischen; Kochen mit und für Katzen auf dem einen und Katzendressur auf dem anderen Kanal.

Legt man an diese bunte Mischung von Kanälen der Kategorie „Katzenentertainment“ die für Beliebtheitserfolge (Kapitel 2.3), für virale Durchdringung des Netzes (Kapitel 3.1) sowie für eine Globalisierung (Kapitel 3.2) förderlichen Konzepte an, so gelangt man zur Feststellung, dass ebenso bunt, wie die Mischung der Videos in den Kanälen ist, auch die Konzepte sind, die bei der Erstellung der Videos – sei es bewusst, sei es unbewusst – zugrunde gelegt wurden. Gleichwohl erkennt man die Konzepte, die in den genannten vorherigen Kapiteln theoretisch herausgearbeitet wurden, hier in dieser bunten Mischung deutlich wieder.

- Man findet die Vorgehensweise der Abbildung von Szenen des privaten Alltags, der Darstellung der engen Beziehung von Mensch und Katze, eingebettet in einfache Inszenierungen mit agierenden Sympathieträgern und insbesondere einer oder mehrerer

niedlichen Katzen; ein klassisches Standardkonzept (vgl. Kapitel 2.3), welches vornehmlich auf die Auslösung von Gefühlen abzielt. Beispiele dafür sind *JunsKitchen* und in Teilen auch der Kanal *CatPusic*.

- Man findet ebenfalls die Vorgehensweise der Nutzung des Beliebtheitswerts von Katzen in Verbindung mit überraschenden, lustigen Szenen, die allgemeine Charakteristika von Katzen aufgreifen oder inszeniert sind und Assoziationen zu menschlichem Verhalten wecken; dies ist ebenfalls ein Standardkonzept für Viralität (vgl. Kapitel 3.1), welches auf ein Charme und Humor erwartendes Publikum unter den Katzenfans abzielt. Beispiele dafür findet man in den Kanälen *CatPusic* und *Talking Kitty Cat*.
- Zu finden ist auch die Nutzung des Konzepts, in der Dramaturgie der Videos hinzufügen auf Spektakel und Überraschungen mit niedlichen Katzendarstellern; dies ist zu identifizieren als Vorgehensweise einer Dramatisierung des Vertrauten, ausgerichtet auf Reaktion und Interaktion des Publikums, was sich – wie in Kapitel 3.2 herausgearbeitet – als Standardmittel (Cinema of Attraction) zur Erreichung eines großen Globalisierungserfolgs hervorragend eignet. Beispiel dafür ist insbesondere *CATMANTOO*.
- Verwendet wird auch das Konzept der parodistischen, surrealen Geschichtenerzählung oder auch der durch Nachbearbeitung ins Verquere versetzten, knallig bunten, durchaus auch trashigen Darstellungen mit Katzen als Basismittel für die Ansprache des Publikums der Katzenfans. Solche Videos setzen auf eine im Publikum durchaus breit angelegte Bereitschaft zum abstrusen Humor oder auch zum Insiderwitz, wie in Kapitel 3.2 aufgezeigt. Dieses Stilmittel, so ebenfalls in Kapitel 3.2 dargelegt, ist unter den Konzepten für den Erfolg einer Globalisierung zu finden, wird aber von der Gefahr begleitet, wegen des erforderlichen Vor- oder Insiderwissens für das Verstehen einer solchen Geschichte auf Grenzen für die Aufnahmefähigkeit und damit für die Verbreitung zu treffen. Beispiele findet man in den Kanälen *N2 Cat Crew* und *Talking Kitty Cat*.

Diese Zusammenschau ist sehr geeignet, die Erfolgswirkung der unterschiedlichen Konzepte anhand der Aufrufzahlen und somit nach dem Verbreitungs- und Betrachtungserfolg zu gewichten und zu beurteilen.

Ordnet man den vorstehenden Konzeptgruppen die Aufrufzahlen und Likes der dazu aufgeführten Beispielsfälle anhand der Tabellen 19 bis 23 zu und wertet diese zahlenmäßig aus, so gelangt man zu dem Ergebnis, dass die Verwendung des Konzepts der einfachen Inszenierung mit dem Auftritt niedlicher Katzen als etablierte Sympathieträger im Rahmen von Szenen aus dem privaten Alltag einen herausragenden Platz im Bemühen um Aufruferfolg und Betrachtung durch das Publikum der Katzenfans aufweisen kann. Videos auf der Basis solcher Konzepte weisen auch die relativ größte Zahl von Likes und somit von Wertschätzung der User auf. Folglich sind Videos mit solchen Konzeptionen auch besonders geeignet für virale Verbreitung im Netz und den Erfolg einer Globalisierung.

Zu deutlich weniger Aufrufzahlen, aber immer noch hoher Beachtung führt die Verwendung des Konzepts, in welchem mit niedlichen Katzen eine Dramatisierung des Vertrauten aufgebaut wird mit Hinführung zu Spektakel und Überraschung. Dieses Konzept trifft ebenfalls auf eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit für eine virale Durchdringung des Netzes und eine globale Verbreitung.

In Relation zu den vorstehend vorgestellten Konzepten trifft das Konzept der parodistischen, surrealen Geschichtenerzählung oder der ins Verquere versetzten Darstellung mit Katzen auf deutlich weniger Erfolgsaussichten für viralen Erfolg. Solche Konzepte haben zwar durchaus ihr feststehende Fangemeinde; das zeigen die im Vergleich mit Abstand höchsten Abonnentenzahlen für den Kanal *Talking Kitty Cat*, der diesem Konzepttyp zugeordnet wurde. Jedoch korrespondiert die Abonnentenzahl nicht mit der Zahl der Videoaufrufe; das heißt, der Konzepttyp hat sein spezifisches Stammpublikum, nicht aber die große Betrachterzahl, die den Erfolg einer viralen Verbreitung ausmacht. Mit anderen Worten, die gestreichelte, niedliche Katze schlägt die Katze mit Büchse am Schwanz.

5 Resümee – Die Katze auf YouTube

Die Wertschätzung von Katzenbildern und -videos entstammt dem privaten gesellschaftlichen Bereich; die Menge der Individuen teilt in der Breite den Wunsch, sein geliebtes Haustier herauszustellen und zu zeigen. Dieses verbreitete Individualbedürfnis, welches wegen seiner Massenhaftigkeit in ein gesellschaftliches Gesamtphänomen übergeht, trifft auf die Medienentwicklung des Web 2.0 (vgl. Kapitel 2.1 Entstehung des Web 2.0). Aus der Kombination von Wertschätzung für bzw. Bedürfnis zur Darstellung von Katzen mit den technischen Möglichkeiten des Web 2.0 ergibt sich die massenhafte Verbreitung von Katzendarstellungen im Netz (vgl. Kapitel 2.2 Aufkommen von Cat Image Macros und Cat Memes als Internetphänomen). Dabei nehmen Katzenvideos auf Videoplattformen einen besonderen Stellenwert als Gestaltungs- und Präsentationsmittel ein und treffen auf das erwähnte hohe Nutzerinteresse an Katzendarstellungen. Das enorme Volumen von Katzenvideos im Netz ist auch eine Konsequenz der Allgegenwärtigkeit von Kameras und Aufnahmemöglichkeiten, die in moderne Kommunikationsgeräten integriert sind (vgl. Kapitel 2.3 Cat Videos im Netz: Stellenwert, Standardkonzepte und Beliebtheitsfaktoren). Der quantitativ hohe Zusammenfluss solcher Katzenvideos auf YouTube gründet auf dem Zusammenspiel von dessen technisch einfacher Anwendung zum Einstellen und Verbreiten der eigenen Medieninhalte sowie des ebenso einfachen Abrufs zum Betrachten, Kommentieren, Teilen und Bewerten. Der hohe Stellenwert von YouTube für Katzenfans ergibt sich mithin aus dem kumulativen, lawinenartigen Effekt von Nutzerfreundlichkeit und beschleunigender Anziehungskraft bereits bestehender Nutzermassen; wo viele sind, wollen noch mehr hin. Dementsprechend werden Katzenvideos durch das Publikum der Katzenfans vornehmlich auf YouTube hochgeladen, aufgerufen, geliket, abonniert und kommentiert (vgl. Kapitel 2.4 Positionierung von YouTube für Cat Videos).

Einzelne Katzen erlangten durch YouTube einen Berühmtheitsstatus. Darüber hinaus bietet YouTube eine Vielfalt unterschiedlicher Kanäle zum Thema Katzen, die sich mit der Beziehung von Mensch und Katze, mit Katzen als Mittel der Unterhaltung, mit Katzenhaltung, mit der Erforschung von Wild- und Großkatzen in freier Wildbahn oder auch in Freiwildgehegen, Nationalparks und mit Situationen des Zusammenlebens von Katzen mit Menschen befassen. In den vergangenen Jahren erlangten auch Kanäle Bedeutung, die Hilfsprojekte von Menschen für Katzen thematisieren. Generell verteilen sich die Kanäle mit Cat Content auf den englischsprachig-amerikanischen, deutschsprachigen, aber auch den ostasiatischen (im

Besonderen japanischen) Raum. Auch die Kommentare sind durchmischt und deuten darauf hin, dass nicht nur eine bestimmte Klientel die Videos anschaut. Vielmehr lässt sich das Phänomen der Katzenvideos und ihrer Beliebtheit als globales Phänomen verstehen, das weltweit bei Zuschauern auf Interesse stößt (vgl. Kapitel 4. Inhalt und Konzepte von Katzenvideos auf YouTube – ein Vergleich).

Die im Rahmen dieser Masterarbeit nach Quantität der Aufrufe zur näheren Betrachtung ausgesuchten Kanäle zeigen im Vergleich, dass Videos über Großkatzen die meisten Aufrufe auf sich ziehen und Videos über Katzen, die durch YouTube auf Berühmtheitsposition gehoben wurden an zweiter Stelle stehen, gefolgt danach von Videos mit Katzenentertainment (vgl. Tabelle 24).

Die Videos über Großkatzen werden zwar überdurchschnittlich häufig angesehen, eine höhere Interaktion in Form von Likes und Kommentaren gibt es aber bei allen anderen Kategorien, insbesondere bei unterhaltenden Katzenkanälen. Die Zuschauer von Großkatzenfilmen sind danach also eher passive Konsumenten, wohingegen das Publikum der anderen Kategorien offenbar eher geneigt ist, in einen aktiven Prozess des Austauschs und der Kommunikation zu treten. Vermutlich werden Videos dieser drei Kategorien auch häufiger geteilt und verschickt. Ein solches Verhalten lässt eine aktive Internetcommunity mit einer Partizipationskultur entstehen. Für diesen Gedanken einer Community-Bildung spricht auch die auffallend hohe Zahl der Abonnenten in der Kategorie „Katzenentertainment“.

Kategorie	Berühmte Katzen	Katzenhaltung	Großkatzen	Katzen-entertainment
Kanalabos	390.200	434.400	498.600	802.000
Videodauer	3:59	4:38	13:51	3:12
Videoaufrufe (Mio)	10,4	6,3	17,5	8,5
Likes / Dislikes (TSD)	62,5 / 2,8	64,7 / 2,7	39 / 8,5	114,8 / 2,9
Kommentare	7.334	6.951	4.121	13.350

Tabelle 24: Durchschnittswerte der beliebtesten Videos der untersuchten Kategorien, gerundet

Die in dieser Masterarbeit durchgeführte Analyse hinsichtlich der verwendeten Konzepte in der Aufbereitung und Dramaturgie der Katzenvideos deuten als Ergebnis einer vergleichenden Gegenüberstellung anhand von Aufrufzahlen und Likes darauf hin, dass die Verwendung eines Konzepts der einfachen Inszenierung mit dem Auftritt niedlicher Katzen als etablierte Sympathieträger im Rahmen von Szenen aus dem privaten Alltag einen herausragenden Platz im Bemühen um Aufrufserfolg und Interaktion des Publikums der Katzenfans einnimmt (vgl. Kapitel 4. Inhalt und Konzepte von Katzenvideos auf YouTube – ein Vergleich). Die in der Regel bei solcher Konzeptverwendung vergleichsweise höhere Zahl von Likes deutet auch in Folge dieser höheren Wertschätzung auf eine besondere Eignung für eine virale Verbreitung im Netz und den Erfolg einer Globalisierung hin (vgl. Kapitel 3.1 Going viral: Viralität als Ausdruck der Verbreitung und Kapitel 3.2 Globalisierung / internationales Phänomen).

Grundsätzlich zeigt der hohe Stellenwert von Katzenvideos auf YouTube, dass die Darstellung von Katzen ein globales Phänomen und geeignet ist, bei Menschen aus allen Weltregionen Reaktionen hervorzurufen, die von Entzücken und Belustigung bis zu Anteilnahme und Mitgefühl reichen. Menschen fühlen sich durch das Anschauen von Katzenvideos besser und sind motivierter. Wie die hohen Aufrufzahlen belegen, sind Katzen nach wie vor ein Thema, das sowohl den privaten Menschen als auch Kunst und Medien beschäftigt. Die Darstellung von Katzen im Netz, insbesondere in der vorzufindenden quantitativ geballten Form als

Katzenvideo auf YouTube, weist darauf hin, dass die Katze auch im 21. Jahrhundert als globale Bildikone betrachtet werden kann.

*"[...]cats have global reach beyond language, audiences can project their own thoughts and feelings onto cats, cats are cute, and they make people feel good."*²⁸⁰

Abschließend sei erwähnt, dass sich die Vergleichsstudie in dieser Arbeit auf eine exemplarische Auswahl der Fülle an verfügbaren Katzenvideos auf YouTube stützt. Die vorliegende Analyse der Videos und die Überlegungen zum Phänomen Cat Videos können für weitergehende Untersuchungen eine Grundlage bilden. Denkbar wäre Forschung zu den Themen über Ländervergleiche, rechtliche Problemfragen, Vergleiche kommerzieller Katzenvideos mit non-kommerziellen Videos oder eine Analyse der Reaktionen der Zuschauer, was wiederum für Professionalisierungs- und Monetarisierungsprozesse der Produzenten von Wert sein könnte. Das spannende Untersuchungsfeld der Katze auf YouTube bietet viele Ansatzpunkte und befindet sich zudem in ständigem Wachstum und Wandel, was eine stets aktuelle Erforschung erforderlich macht.

²⁸⁰ O'Meara, R., Do Cats Know, 2014.

Literaturverzeichnis

- Abrahão de los Santos, E. [Lolcats and Lolspeak, 2012]: Lolcats and Lolspeak: The Importance of the Internet Culture for English Professionals, in BELT: Brazilian English Language Teaching Journal 3/1 (2012), S. 62-76.
- Ackerman-Greenberg, D. [Secret Strategies, 2007]: The Secret Strategies Behind Many ‘Viral’ Videos. TechCrunch. Online verfügbar: <http://techcrunch.com/2007/11/22/the-secret-strategies-behind-many-viral-videos/> (28.02.2018).
- Actun, K./Backhaus, T./Beaucamp, S./Bolte, M./Der Dogtari/Kuhn, C./Prang, J./Steffen, A./Klickermann, J. & Wenz, C. [Tierische Darsteller, 2018]: Tierische Darsteller im Film und Fernsehen. Online auf Tier.TV: <https://www.tier.tv/magazin/tierische-darsteller-im-film-und-fernsehen> (21.02.2018).
- Amann, C. [Medialisierung, 2011]: Medialisierung, in Wulff, H.J. (Hrsg.): Lexikon der Filmbegriffe. Online Datenbank: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=5506> (11.2.2018).
- Andrejevic, M. [Lateral Surveillance, 2006]: The Discipline of Watching: Detection, Risk, and Lateral Surveillance, in Critical Studies in Media Communication 23.5 (2006), S. 391-407.
- Aponet.de [Katzenvideos, 2012]: Katzenvideos gefährden die Umwelt. Online verfügbar: <https://www.aponet.de/aktuelles/kurioses/2012-05-katzenvideos-gefahrden-die-umwelt.html> (21.03.2018).
- Berger, J. & Milkman, K. [What Makes, 2012]: What Makes Online Content Viral?, in Journal of Marketing Research, 49/2 (2012), S. 192–205.
- Burgess, J. & Green, J. [YouTube, 2009]: YouTube: Online Video and Participatory Culture. Malden, MA: Polity (2009).
- Brede, J.R. [Born to be, 2017]: Born to be...? Eine Analyse des „Dokumentarfilms“ Babys von Thomas Balmés, in Brede, J.R. & Helmes, G. (Hrsg.): Vielfalt und Diversität in Film und Fernsehen. Behinderung und Migration im Fokus (S. 155-172). München: Waxmann (2017).
- Brubaker, J. R. [Wants moar, 2008]: Wants moar: Visual media’s use of text in LOLcats and silent film’, in gnovis journal 8/2 (2012), S. 117-124.
- Cawthorne, N. [Katzenbilder, 2000]: Katzenbilder. Wien: Tosa Verlag (2000).
- Chen, C.[memes in 4chan, 2012]: The creation and meaning of internet memes in 4chan: Popular internet culture in the age of online digital reproduction, in Institutions Habitus (2012), S. 6-19.
- Combing, B. [Feline Paws, 2013]: Feline Paws through History. Online verfügbar: <http://www.strangehistory.net/2013/03/03/11432/> (21.3.2018).
- Dagsson Moskopp, N., & Heller, C. [Internet-Meme, 2013]: Internet-Meme – kurz & geek. Köln: O'Reilly Verlag (2013).

- Dawkins, R. [Gen, 1976]: *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press (1976).
- Derrida, Jacques. [The Animal That, 2008]: *The Animal That Therefore I Am*. New York: Fordham University Press (2008).
- Discroll, C.A./Clutton-Brock, J./Kitchener, A.C. & O'Brien, J.S. [Cat, 2009]: The Taming of the Cat, in *Scientific American* (2009), S. 69-75.
- Engels, J.I. [Tierdokumentarfilm, 2009]: Tierdokumentarfilm und Naturschutz in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Ein Kommentar, in Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz (Hrsg.): *Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne* (S. 127-140). Köln: Böhlau (2009).
- Finzsch, N. [Soziale Insekten, 2009]: »I don't rejoice in insects at all.« Soziale Insekten in der westeuropäischen Kulturgeschichte und im Science-Fiction-Film, in Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz (Hrsg.): *Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne* (S. 163-176). Köln: Böhlau (2009).
- Fotopoulos, K. [Adpocalypse, 2017]: Kolumne: Adpocalypse – YouTube auf dem Scheideweg. Online verfügbar: <http://mag.shock2.info/kolumne-adpocalypse-youtube-auf-dem-scheideweg/> (21.03.2018).
- Fudge, E. [History of Animals, 2002]: A Left-Handed Blow. Writing the History of Animals, in Nigel, R. (Hrsg.): *Representing Animals* (S. 3-18). Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press (2002).
- Golan, G. & Zaidner, L. [Viral Advertising, 2008]: Creative Strategies in Viral Advertising: An Application of Taylor's Six-Segment Message Strategy Wheel, in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13/4 (2008), S. 1083–6101.
- Goldbach, I. [Of Art And Cats, 2016]: Of Art And Cats. In: Jahic, A./Roethlisberger, C., *The Mariana Trench is the deepest part of the world's oceans*. Online verfügbar: http://www.jahic-roethlisberger.ch/on/HOME_CATS.html (21.03.2018).
- Grier, K.C. [Pets, 2004]: *Pets in America. A History*. Chapel Hill: University of North Carolina Press (2004).
- Gunning, T. [Cinema of Attraction, 1986]: The Cinema of Attraction: Early Cinema, its Spectator and the Avant-Garde, in *Wide Angel* 8/3-4, S. 63-70.
- Hediger, V. [Tierfilme, 2002]: Mogeln, um besser sehen zu können, ohne deswegen den Zuschauer zu täuschen. Tierfilme, Vertragsbrüche und die Justizibialität von kommunikativen Kontrakten, in *montage AV* 11/2, S. 87-96.
- Hemsley, J. & Mason, R.M. [Nature Knowledge, 2013]: The Nature of Knowledge in the So-cial Media Age: Implications for Knowledge Management Models, in *Journal ofOrganizational Computing and Electronic Commerce* 23/1–2 (2013), S. 138–176.
- Humbugbugger [Memes und Semiotik, 2013]: Memes und Semiotik: Memes – Ein undefinierbares Internetphänomen?, in *digitale literaturen* (2013). Online verfügbar:

- <https://digitaleliteraturen.wordpress.com/2013/05/19/memes-und-semiotik-emes-ein-undefinierbares-internetphanomen/> (11.2.2018).
- Jacke, C. [Populärkultur, 2012]: Populärkultur, in Wulff, H.J. (Hrsg.): Lexikon der Filmbegriffe. Online Datenbank: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=8155> (11.2.2018).
- Jahic, A./Roethlisberger, C. [The Mariana Trench, 2016]: The Mariana Trench is the deepest part of the world's oceans. Online verfügbar: http://www.jahic-roethlisberger.ch/on/HOME_CATS.html (21.03.2018).
- Jenkins, H. [Convergence Culture, 2006]: Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press (2006).
- Jenkins, H. [Slash Me, 2008]: 'Slash Me, Mash Me, Spread Me...', Confessions of an Aca/Fan, April 24 2007. Online verfügbar bei [henryjenkins.org: http://www.henryjenkins.org/2007/04/slash_me_mash_me_but_please_sp.html](http://www.henryjenkins.org/2007/04/slash_me_mash_me_but_please_sp.html) (20.3.2018).
- Keen, A. [Web 2.0, 2011]: Web 2.0, in Bauerlein, M. (Hrsg.): the digital divide (S. 242-249). New York: Jeremy P. Tacher/Penguin (2011).
- Knobel, M. & Lankshear, C. [Literacies Sampler, 2007]: A New Literacies Sampler. New York: Peter Lang (2007).
- Lauck, J.E. [Insect-Human Connection, 2002]: The Voice of the Infinite in the Small: Re-Visioning the Insect-Human Connection. Boston: Shambhala.
- Lagier, L. [Katze im Film, 2014]: Die Katzen im Film. Online auf dem YouTube Channel Blow Up auf Arte: <https://www.youtube.com/watch?v=ZpSQ123OKQI> (21.02.2018).
- Marshall, C. [Cat videos, 2014]: Cat videos on YouTube: 2 million uploads, 25 billion views. Online verfügbar bei ReelSEO: <http://www.reelseo.com/2-million-cat-videos-youtube/> (01.03.2018).
- Marshall, C. [YouTube video, 2015]: How many views does a YouTube video get? Average views by category. Online verfügbar bei ReelSEO: <http://www.reelseo.com/average-youtube-views/> (01.03.2018).
- Millward, D. [Grumpy cat, 2014]: Grumpy cat makes owner £64 million. Online verfügbar bei The Telegraph: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/11278333/Grumpycat-makes-owner-64-million.html> (01.03.2018).
- Miltner, K. M. [Lulz on LOLCats, 2014]: 'There's No Place for Lulz on LOLCats': The Role of Genre, Gender, and Group Identity in the Interpretation and Enjoyment of an Internet Meme, in first monday peer reviewed journal 19/8 (2014). Online verfügbar: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/5391/4103> (11.2.2018).
- Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz [Tiere im Film, 2009]: Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne. Köln: Böhlau (2009).

- Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz [Tierfilme, 2009]: Tierfilme und Filmtiere, in Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz (Hrsg.): Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne (S. 3-10). Köln: Böhlau (2009).
- Myrick, J. G. [Emotion regulation, 2015]: Emotion regulation, procrastination, and watching cat videos online: Who watches Internet cats, why, and to what effect? Computers in Human Behavior, Vol. 52, S. 168-176.
- Odén, N. & Larsson, R. [Viral Success, 2011]: What Makes a Marketing Campaign a Viral Success? A Descriptive Model Exploring the Mechanisms of Viral Marketing, Examensarbeit, Umeå University, Faculty of Social Sciences, Department of Informatics (2011). Online verfügbar: <http://www.essays.se/essay/a028b08bc6/> (28.03.2018).
- O'Meara, R. [Do cats know, 2014]: Do cats know they rule YouTube? Surveillance and the pleasures of cat video, in M/C Journal 17/2 (2014). Online verfügbar: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/794> (11.2.2018).
- O'Reilly, T. [Web 2.0: design patterns, 2011]: What is Web 2.0, in Bauerlein, M. (Hrsg.): the digital divide (S. 215-229). New York: Jeremy P. Tacher/Penguin (2011).
- O'Reilly, T. & Battelle, J. [Web Squared, 2011]: Web Squared, in Bauerlein, M. (Hrsg.): the digital divide (S. 230-241). New York: Jeremy P. Tacher/Penguin (2011).
- Phelps, J./Lewis, R./Molibio, L./Perry, D. & Raman, N. [Viral Marketing, 2004]: Viral Marketing or Electronic Word-of-Mouth Advertising: Examining Consumer Responses and Motivations to Pass along Email, in Journal of Advertising Research 45/4 (2004), S. 333–348.
- Pletz, H. [Menschen wie Löwen, 2009]: »Es wäre besser um die Welt bestellt, wenn die Menschen sich untereinander wie Löwen benähmen.« Die ersten Grzimek-Filme und die junge Bundesrepublik, in Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz (Hrsg.): Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne (S. 97-114). Köln: Böhlau (2009).
- Potts, J./Hartley, J./Banks, J./Burgess, J./Cobcroft, R./Cunningham, S. & Montgomery, L. [Consumer Co-Creation, 2008]: Consumer Co-Creation and Situated Creativity, in Industry & Innovation 15(5), S. 459–74.
- Robertson, R. [Globalization, 1995]: Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, in Featherstone, M./Lash, S. & Robertson, R. (Hrsg.): Global Modernities (S.25-44). London: Sage.
- Rowell, R. [YouTube, 2011]: YouTube: The Company and Its Founders. Edina, Minnesota: Abdo Publishing (2011).
- Schurz, G. [Evolution, 2011]: Evolution in Natur und Kultur. Heidelberg: Springer Verlag (2011).
- Shafer, L./Smith, H. & Smith, W. [Internet aesthetic, 2012]: I can haz an Internet aesthetic?!? LOLCats and the digital marketplace, in NEPCA Conference 2012 Paper (2012). Online verfügbar: <https://fisherpub.sjfc.edu/nepca/conference/2012/95/> (11.2.2018).

- Shifman, L./Levi, H. & Thelwall, M. [Internet Memes, 2012]: Internet Memes as Glo-balizing Agents? Paper vorgelegt bei der 13. Konferenz der Association of Internet Researchers [AoIR], Salford, England (2012).
- Shifman, L. [Memes, 2014]: Memes in digital culture. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press (2014).
- Siegel, L. [dream, 2011]: A Dream Come True, in Bauerlein, M. (Hrsg.): the digital divide (S. 295 - 306). New York: Jeremy P. Tacher/Penguin (2011).
- Stern, H. [Tiere, 1974]: Tiere zwischen Vermenschlichung und Vermassung, in Stern, H. (Hrsg.): Mut zum Widerspruch (S. 11-34). München: Kindler (1974).
- Stern, H. [Ordnung, 1992]: Ordnung gegen die Natur, in Stern, H. (Hrsg.): Das Horst Stern Lesebuch (S. 123-131). München: dtv (1992).
- Stieglitz, O. [Citizen Lassie, 2009]: Citizen Lassie. Tiere als bessere Staatsbürger im US-Fernsehen der 1950er Jahre, in Möhring, M./Perinelli, M. & Stieglitz (Hrsg.): Tiere im Film. Eine Menschheitsgeschichte der Moderne (S. 223-236). Köln: Böhlau (2009).
- Stodola, S. [My Quest, 2012]: My Quest To Get Rich From Viral Cat Videos. Online verfügbar bei The Awl: <https://www.theawl.com/2012/03/my-quest-to-get-rich-from-viral-cat-videos/> (14.12.2017).
- Tomlinson, J. [Cultural Imperialism, 1991]: Cultural Imperialism: A Critical Introduction. London: Pinter (1991).
- Uricchio, W. [Cultural Citizenship, 2004]: Cultural Citizenship in the Age of P2P Networks, in Bondebjerg, I. & Golding, P. (Hrsg.): European Culture and the Media (S. 139-163). Bristol: Intellect Books (2004).
- Vlahakis, G./Kibbler A. [Not-so-guilty pleasure, 2015]: Not-so-guilty pleasure: Viewing cat videos boosts energy and positive emotions, IU study finds. Online verfügbar: <http://archive.news.indiana.edu/releases/iu/2015/06/internet-cat-video-research.shtml> (21.03.2018).
- Webber, A.L. [Cats, 1981]: The Ad-Dressing Of Cats, in Webber, A.L. (Songwriter): Cats. London: New London Theatre (1981).
- Weinberger, D. [Digital Disorder, 2007]: Everything is Miscellaneous: The Power of the NewDigital Disorder. New York: Times Books (2007).
- Williams, R. [Cat photos, 2014]: Cat photos more popular than the selfie. Online verfügbar bei The Telegraph: <http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/10646941/Cat-photos-more-popular-than-the-selfie.html> (01.03.2018).
- Zettel, C. [weiterhin Katzenvideos, 2012]: YouTube: "Es wird weiterhin Katzenvideos geben". Online verfügbar auf futurzone: <https://futurezone.at/digital-life/youtube-es-wird-weiterhin-katzenvideos-geben/24.581.707> (21.03.2018).
- Zuckerman, E. [Unpacking Kony, 2012]: Unpacking Kony 2012. Online verfügbar: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2012/03/08/unpacking-kony-2012/> (28.02.2018).

YouTube – Kanäle und Videos

Animal Channel [Animal, 2011]: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/avimylove/featured> (28.05.2018).

Animal Channel [Lions vs Hyenas, 2017]: LIONS VS HYENAS ULTIMATE FIGHT COMPILATION – Lion Kills Hyena, Hyena attacks Lion – Violent! Auf YouTube Animal Channel: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=AKYc2ZZpZQ0> (28.05.2018).

Animal Channel [Animals Attack, 2017]: ANIMALS ATTACK – Top 10 Most Deadly Animals in Africa including Lions Hippos Hyenas Elephants. Auf YouTube Animal Channel: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=-w4WsuSJFCA> (28.05.2018).

Animal Channel [Big Cat Attacks, 2017]: Most Spectacular Big Cat Attacks Compilation including Lion Attack, Leopard, Tiger, Jaguar, Cheetah. Auf YouTube Animal Channel: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=X3Foad2jjUA> (28.05.2018).

Animal Channel [Amazing Cheetah, 2017]: Amazing Cheetah Compilation – The Fastest Animal in the World! Auf YouTube Animal Channel: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=QROzsTBgtvQ> (28.05.2018).

Animal Channel [Amazing Jaguar, 2017]: Amazing Jaguar Compilation – Big Cats of South America. Auf YouTube Animal Channel: Animal Channel. Spectacular Wild Nature. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=y8nr6giDHmI> (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Big Cat Rescue, 2006]: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/BigCatRescue/featured> (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Lion Tiger, 2009]: LION TIGER vs Giraffe? Auf YouTube Big Cat Rescue: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=7HcYJKMxpcg> (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Tiger Surgery, 2012]: Tiger Surgery – Big Cat Rescue. Auf YouTube Big Cat Rescue: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=u_IHMPVFyq8 (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Big Cats, 2013]: Big Cats in Slow Mo. Auf YouTube Big Cat Rescue: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=ztikTbgW0rc> (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Big Cats like boxes, 2013]: BIG CATS like boxes too! Auf YouTube Big Cat Rescue: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=J11uu8L8FTY> (28.05.2018).

Big Cat Rescue [Never Turn, 2014]: Never Turn Your Back on BIG CATS! Auf YouTube Big Cat Rescue: Big Cat Rescue. Caring for cats – ending the trade. Visit BigCatRescue.org today! Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=bZgklu52Rus> (28.05.2018).

Cash, S. [Talking, 2007]: The Talking Kitty Cat Series. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/stevecash83> (29.05.2018).

Cash, S. [Cat 1, 2008]: Talking Kitty Cat 1 -Wake up kitty!. Auf YouTube Cash, S.: The Talking Kitty Cat Series. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=kjZrUn03kXI> (29.05.2018).

Cash, S. [Cat 7.5, 2010]: Talking Kitty Cat 7.5 – Sylvester's Catnip Overdose. Auf YouTube Cash, S.: The Talking Kitty Cat Series. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=sXMmqsqNJXA> (29.05.2018).

Cash, S. [Cat 27, 2013]: Talking Kitty Cat 27 – BACON!. Auf YouTube Cash, S.: The Talking Kitty Cat Series. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=XdkNtxqXncA> (29.05.2018).

Cash, S. [Cat 30, 2013]: Talking Kitty Cat 30 – Demon Cat. Auf YouTube Cash, S.: The Talking Kitty Cat Series. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Le5rbjQqxfM> (29.05.2018).

Cash, S. [Cat 47, 2016]: Talking Kitty Cat 47 – What No One Saw Coming! Auf YouTube Cash, S.: The Talking Kitty Cat Series. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=MIvhn1KMMdU> (29.05.2018).

Cat Pusic [CatPusic, 2015]: CATPUSiC.com. Kanal online verfügbar: https://www.youtube.com/channel/UCyIqcxz-vR_o2GK4HWuZL8w (29.05.2018).

Cat Pusic [Meow, 2016]: MEOW ! As I mewed before and during the bathing. Auf YouTube Cat Pusic: CATPUSiC.com. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Bfl1rRYRi0w> (29.05.2018).

Cat Pusic [Joyful Meeting, 2016]: JOYFUL MEETING CAT and OWNER after a long time. Auf YouTube Cat Pusic: CATPUSiC.com. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=DkcCVpEjFPk> (29.05.2018).

Cat Pusic [Rescue, 2017]: RESCUE FREEZING KITTEN AND AMPUTATION. Auf YouTube Cat Pusic: CATPUSiC.com. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=4q6hPZzShEU> (29.05.2018).

Cat Pusic [Differences, 2017]: The love of a cat to mom and dad. Differences. Auf YouTube Cat Pusic: CATPUSiC.com. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=6QZ4mI-wMjA> (29.05.2018).

Cat Pusic [Waiter, 2017]: Waiter! Bring me food! Auf YouTube Cat Pusic: CATPUSiC.com. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=k0QhnMJnJE0> (29.05.2018).

Chen, S. [Pajamas and Nick, 2005]: Pajamas and Nick. Auf YouTube Chen, S: steve. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=PvTmxDBxtLs> (14.12.2017).

Dollwet, R. [Didga, 2012]: Didga Catmantoo. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/CatTrainerToo/featured> (29.05.2018).

Dollwet, R. [Skateboarding, 2014]: World's Best Skateboarding Cat! Go Didga Go! Auf YouTube Dollwet, R.: Didga Catmantoo. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=YRbakPKgU5Y> (29.05.2018).

Dollwet, R. [Australia, 2014]: HAPPY DOGS & CAT in AUSTRALIA – Pharrell Williams "HAPPY" song. Auf YouTube Dollwet, R.: Didga Catmantoo. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=DePFiF-nNoE> (29.05.2018).

Dollwet, R. [Dreams BIG, 2015]: Didga Dreams BIG – Cats Amazing Trick Compilation. Auf YouTube Dollwet, R.: Didga Catmantoo. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=zNiL9Hv2V5Q> (29.05.2018).

Dollwet, R. [meet 50 dogs, 2015]: Watch this CAT meet 50 dogs at a dog show. Auf YouTube Dollwet, R.: Didga Catmantoo. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=RiWVqT2sNTw> (29.05.2018).

Dollwet, R. [Copycat, 2015]: COPYCAT. Auf YouTube Dollwet, R.: Didga Catmantoo. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=a_MqiGb0Qzk (29.05.2018).

Gamock19 [Cat vs. Printer, 2008]: Cat Vs Printer (with the original sound). Online auf YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=00KM53yZi2A> (26.02.2018).

Jamison, M. [Jamison, 2010]: Michael Jamison. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/oomyfok/featured> (28.05.2018).

Jamison, M. [Tiger's reaction, 2013]: Tiger's reaction. Auf YouTube Jamison, M.: Michael Jamison. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=nUCiSHwgHj8> (28.05.2018).

Jamison, M. [Tiger Attack, 2016]: Tiger attack , why You should not turn Your back!. Auf YouTube Jamison, M.: Michael Jamison. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=xmZw6ejvabU> (28.05.2018).

Jamison, M. [tiger say, 2017]: How does a tiger say "I am sorry about the hole in the pool". Auf YouTube Jamison, M.: Michael Jamison. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=yndqQARnsTU> (28.05.2018).

Jamison, M. [kittens safety, 2017]: Mother cat looking out for kittens safety by the tigers. Auf YouTube Jamison, M.: Michael Jamison. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=1yS_je_m5E8 (28.05.2018).

Jamison, M. [Tigers reaction, 2017]: Tigers reaction to the kittens. Auf YouTube Jamison, M.: Michael Jamison. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=1J0C2HIC38c> (28.05.2018).

Kitten Academy [Kitten Academy, 2006]: Kitten Academy. Where Kittens Learn To Cat. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/scribblej/featured> (27.05.2018).

Kitten Academy [Toffee leads, 2016]: Toffee leads the chorus. Auf YouTube Kitten Academy: Kitten Academy. Where Kittens Learn To Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=uc38V1PjdSk> (27.05.2018).

Kitten Academy [Kittens Meet, 2016]: Kittens Meet Dog. Auf YouTube Kitten Academy: Kitten Academy. Where Kittens Learn To Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=u5krFIhXzrM> (27.05.2018).

Kitten Academy [Charlie Learns, 2017]: Charlie Learns to Eat. Auf YouTube Kitten Academy: Kitten Academy. Where Kittens Learn To Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=FNGQvMReM7c> (27.05.2018).

Kitten Academy [Yale and Mouse, 2016]: Yale and Mouse. Auf YouTube Kitten Academy: Kitten Academy. Where Kittens Learn To Cat. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=_zsY92-8r78 (27.05.2018).

Kruger Sightings [Sightings, 2011]: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/Animatedcams/featured> (28.05.2018).

Kruger Sightings [Leopard, 2012]: Leopard Attacks Python in Kruger – Latest Sightings. Auf YouTube Kruger Sightings: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=fcYUTVnOH80> (28.05.2018).

Kruger Sightings [Lion Shows, 2014]: Lion Shows Tourists Why You Must Stay Inside Your Car – Latest Wildlife Sightings. Auf YouTube Kruger Sightings: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=JRSYMfC2PFU> (28.05.2018).

Kruger Sightings [Male Lion, 2014]: Crocodile Attacks a Male Lion – Latest Wildlife Sightings. Auf YouTube Kruger Sightings: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=QEG0OnF2PCY> (28.05.2018).

Kruger Sightings [Lepard & Wildebeest, 2016]: Battle Between Leopard & Wildebeest Mother over Calf. Auf YouTube Kruger Sightings: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Gxaf0Kqen8c> (28.05.2018).

Kruger Sightings [Hunting Lions, 2016]: Giraffe Tries Saving her Calf From Hunting Lions. Auf YouTube Kruger Sightings: LatestSightings.com. Sharing your exciting wildlife footage from Africa. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=0lk6Jr5XhHo> (28.05.2018).

Lil Bub [Bub, 2011]: Lil BUB. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/LilBubBub> (25.05.2018).

Lil Bub [YOU'VE GOT YOGURT, 2011]: BUB! YOU'VE GOT YOGURT ON YOUR HEAD. Auf YouTube Lil Bub: Lil BUB. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=3nYvJY2C9B4> (25.05.2018).

Lil Bub [BUB SOUNDS, 2012]: BUB SOUNDS. Auf YouTube Lil Bub: Lil BUB. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=2YKP6FiiJro> (25.05.2018).

Lil Bub [Magical Yule, 2013]: Lil BUB's Magical Yule LOG Video. Auf YouTube Lil Bub: Lil BUB. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=ZuHZSbPJhaY> (25.05.2018).

Lil Bub [8 Week Old, 2014]: FOUND FOOTAGE of an 8 Week Old Baby BUB. Auf YouTube Lil Bub: Lil BUB. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Stm5wp7PQ50> (25.05.2018).

Lil Bub [MEETS TIGERS, 2014]: BUB MEETS TIGERS. Auf YouTube Lil Bub: Lil BUB. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=ikAb5MI4a5Y> (25.05.2018).

Mugumogu [Maru, 2008]: Mugumogu. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/mugumogu/featured> (25.05.2018).

Mugumogu [特訓するねこ, 2008]: 特訓するねこ. Auf YouTube Mugumogu: Mugumogu. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=hPzNI6NKAG0> (25.05.2018).

Mugumogu [まるです, 2009]: まるです. Auf YouTube Mugumogu: Mugumogu. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=z_AbfPXTKms (25.05.2018).

Mugumogu [大きな箱とねこ, 2009]: 大きな箱とねこ. Auf YouTube Mugumogu: Mugumogu. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=xdhLQCYQ-nQ> (25.05.2018).

Mugumogu [boxes and Maru, 2010]: いろいろな小さ過ぎる箱とねこ. -Many too small boxes and Maru.- Auf YouTube Mugumogu: Mugumogu. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=2XID_W4neJo (25.05.2018).

Mugumogu [Maru 8, 2011]: 箱とねこ 8. -A box and Maru 8.- Auf YouTube Mugumogu: Mugumogu. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=TbiedguhyvM> (25.05.2018).

N2 Cat Crew [N2, 2010]: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/VersaBC/featured> (29.05.2018).

N2 Cat Crew [Burrito Cat, 2012]: N2 the Talking Cat S2 Ep10 – Burrito Cat. Auf YouTube N2 Cat Crew: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=9FOZEBepyA8> (29.05.2018).

N2 Cat Crew [Hero Cat, 2012]: Super Hero Cat (Official Music Video) – N2 the Talking Cat S2 Ep18. Auf YouTube N2 Cat Crew: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=BdcCr-dsCUg> (29.05.2018).

N2 Cat Crew [Preppy Kitty, 2012]: Psy – Oppa Gangnam Style – Preppy Kitty Style. Auf YouTube N2 Cat Crew: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=qKFiPAZ5Khw> (29.05.2018).

N2 Cat Crew [Cat say, 2013]: What Does the Cat Say? – Ylvis – The Fox (What Does the Fox Say?) [Official music video HD]. Auf YouTube N2 Cat Crew: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=xPMPvAPiy3g> (29.05.2018).

N2 Cat Crew [PPAP, 2016]: PPAP Pen Pineapple Apple Pen (Cat Version). Auf YouTube N2 Cat Crew: N2 Cat Crew. Weekly Videos. As Seen On Animal Planet. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=agISeCzsVlk> (29.05.2018).

Poole, C. [Cole, 2007]: Cole and Marmalade. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/chrispoole20/featured> (27.05.2018).

Poole, C. [Tiny Kitten, 2013]: Tiny Kitten – BIG Meow! Auf YouTube Poole, C.: Cole and Marmalade. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Dnx0z1cC8u8> (27.05.2018).

Poole, C. [Cat Logic, 2014]: CAT LOGIC. Auf YouTube Poole, C.: Cole and Marmalade. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=K3p0EFtJIn8> (27.05.2018).

Poole, C. [How Cats Say, 2015]: How Cats Say "I Love You". Auf YouTube Poole, C.: Cole and Marmalade. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=RtWw3OtdBkw> (27.05.2018).

Poole, C. [What Cats Do, 2015]: What Cats Do At Night... Auf YouTube Poole, C.: Cole and Marmalade. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=nRzsgCp60YU> (27.05.2018).

Poole, C. [If Cats Said, 2017]: If Cats Said "Mom" Instead of "Meow". Auf YouTube Poole, C.: Cole and Marmalade. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=wnJF-hrd6co> (27.05.2018).

Real Grumpy Cat [Grumpy, 2010]: Grumpy Cat. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/SevereAvoidance> (25.5.2018).

Real Grumpy Cat [Do not disturb, 2012]: Do not disturb Grumpy Cat! Real Grumpy Cat: Grumpy Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=DhjLBmZqJKU> (03.04.2018).

Real Grumpy Cat [More Grumpy, 2012]: More Grumpy Cat! Real Grumpy Cat: Grumpy Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=g-lg3SDswGA> (25.05.2018).

Real Grumpy Cat [Original Grumpy, 2012]: The Original Grumpy Cat! Real Grumpy Cat: Grumpy Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=INscMGmhmX4> (25.05.2018).

Real Grumpy Cat [Sleepy Grumpy, 2012]: Sleepy Grumpy Cat! Real Grumpy Cat: Grumpy Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=SSq1a2hDSh8> (25.05.2018).

Real Grumpy Cat [Grumpy Cat getting treats, 2012]: Grumpy Cat getting treats after being on the TODAY show! Real Grumpy Cat: Grumpy Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=JLwxglvqImQ> (25.05.2018).

Schmidt, C. [Keyboard Cat, 2007]: Keyboard Cat. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/chuckieart> (25.05.2018).

Schmidt, C. [Charlie Schmidt's, 2007]: Charlie Schmidt's Keyboard Cat! – THE ORIGINAL! Auf YouTube Schmidt, C.: Keyboard Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=J--aiyznGQ> (25.05.2018).

- Schmidt, C. [Behind The Scenes, 2009]: Keyboard Cat Behind The Scenes! – SHOCKING NEW FOOTAGE! Auf YouTube Schmidt, C.: Keyboard Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=e2Th2QoHd2o> (25.05.2018).
- Schmidt, C. [REINCARNATED, 2010]: Keyboard Cat REINCARNATED! Auf YouTube Schmidt, C.: Keyboard Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=xSE9Qk9wkg> (25.05.2018).
- Schmidt, C. [Pistachios Commercial, 2010]: Keyboard Cat's Wonderful Pistachios Commercial! Auf YouTube Schmidt, C.: Keyboard Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=-IcGvBE5xfg> (25.05.2018).
- Schmidt, C. [96 TEARS, 2014]: KEYBOARD CAT 96 TEARS. Auf YouTube Schmidt, C.: Keyboard Cat. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=LWOYM9R7QGE> (25.05.2018).
- Seplut, R. [Robin Seplut, 2014]: Robin Seplut. Kanal online verfügbar: https://www.youtube.com/channel/UCTZUTvv_1Onm-f-533Hyrw (27.05.2018).
- Seplut, R. [Cats mating, 2016]: Cats mating – Group cats mating on the street. Auf YouTube Seplut, R.: Robin Seplut. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=rA83Fj5XK0k> (27.05.2018).
- Seplut, R. [Kitten Rescue, 2016]: Kitten Rescue after rain storm. Auf YouTube Seplut, R.: Robin Seplut. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=kfIqLAyNLY8> (27.05.2018).
- Seplut, R. [Kittens came out, 2016]: Kittens came out of the hole and meows. Auf YouTube Seplut, R.: Robin Seplut. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=qrf2ynC_NZM (27.05.2018).
- Seplut, R. [Kittens live, 2017]: Kittens live under a concrete slab. Auf YouTube Seplut, R.: Robin Seplut. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=gxBVIUcoTNM> (27.05.2018).
- Seplut, R. [Cat gave, 2017]: Cat gave birth to a kitten under a chestnut tree. Auf YouTube Seplut, R.: Robin Seplut. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=xdZAQpwuIlo> (27.05.2018).
- Shaw, H. [Kitten Lady, 2015]: Kitten Lady. Kanal online verfügbar: https://www.youtube.com/channel/UC5VvB6tmC4lu_WCx7hE0PZA (27.05.2018).
- Shaw, H. [Rescuing Newborn, 2016]: Rescuing Newborn Kittens. Auf YouTube Shaw, H.: Kitten Lady. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=hsUbKKAuVSU> (27.05.2018).
- Shaw, H. [5 Ways, 2016]: 5 Ways to Comfort a Kitten. Auf YouTube Shaw, H.: Kitten Lady. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=Ep3jK1bZrB8> (27.05.2018).
- Shaw, H. [Rescuing Chloe, 2017]: Rescuing Chloe, a Paralyzed Kitten. Auf YouTube Shaw, H.: Kitten Lady. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=JifE5IMji48> (27.05.2018).
- Shaw, H. [Caring for, 2017]: Caring for a Paralyzed Kitten, Chloe (UPDATE!). Auf YouTube Shaw, H.: Kitten Lady. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=0cWNMNjn6So> (27.05.2018).

Shaw, H. [Newborn Kitten, 2017]: Saving the Tiniest Newborn Kitten. Auf YouTube Shaw, H.: Kitten Lady. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=PGnR9MFLmPA> (27.05.2018).

Sho Ko [Shoko, 2010]: The Shoko Show. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/ShortyTheCat2010/featured> (27.05.2018).

Sho Ko [How to calm, 2011]: How to calm down a crazy kitteh! Auf YouTube Sho Ko: The Shoko Show. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=bnbGxgCQjT4> (27.05.2018).

Sho Ko [8 signs, 2013]: 8 signs your cat is actually a dog. Auf YouTube Sho Ko: The Shoko Show. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=OztGJhiBQT0> (27.05.2018).

Sho Ko [6 Signs, 2013]: 6 Signs Your Cat Loves You. Auf YouTube Sho Ko: The Shoko Show. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=RX79lnCwnSY> (27.05.2018).

Sho Ko [Best Reaction, 2013]: BEST REACTION EVER! Auf YouTube Sho Ko: The Shoko Show. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=NBQ-IzyhiWs> (27.05.2018).

Sho Ko [How attached, 2014]: How attached are cats to their owners? Auf YouTube Sho Ko: The Shoko Show. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=SukdhzXjv1U> (27.05.2018).

Taofledermaus [96 Tears, 2015]: Auf YouTube Schmidt, C.: KEYBOARD CAT 96 TEARS. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=LWOYM9R7QGE> (04.04.2018).

Wienzek, M. [Puppy vs. Cat, 2006]: Puppy vs. Cat. Auf YouTube Wienzek, M: Sanchey. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=7bcV-TL9mho> (14.12.2017).

Wild Things [Wild, 2008]: Wild Things. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/animalmadhouse/featured> (28.05.2018).

Wild Things [Odd Couples, 2016]: Animal Odd Couples [Full Documentary] | Wild Things. Auf YouTube Wild Things: Wild Things. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=_BvB0182xag (28.05.2018).

Wild Things [Animals And Their Humans, 2016]: Animal Odd Couples: Animals And Their Humans [Full Documentary] | Wild Things. Auf YouTube Wild Things: Wild Things. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=7GMNRwNh1yU> (28.05.2018).

Wild Things [Baboons VS Lions, 2017]: Monkey Hunters [Baboons VS Lions Documentary] | Wild Things. Auf YouTube Wild Things: Wild Things. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=zEMrX2vzkj8> (28.05.2018).

Wild Things [Makadikgadi, 2017]: Makadikgadi: Wild Animals Of Botswana | [Predators And Preys Documentary] | Wild Things. Auf YouTube Wild Things: Wild Things. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=6hGIHxYXgQI> (28.05.2018).

Wild Things [Predators In Peril, 2017]: Predators In Peril [Big Cat Documentary] | Wild Things. Auf YouTube Wild Things: Wild Things. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=eFYJH7AzG0Q> (28.05.2018).

Williams, C. [Mean Kitty, 2008]: TheMeanKitty. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/TheMeanKitty> (25.05.2018).

- Williams, C. [Mean Kitty, 2008]: How To Annoy Your Mean Kitty 1. Williams, C.: TheMeanKitty. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=uhhUdkSHK50> (25.05.2018).
- Williams, C. [Mean Kitty, 2016]: KITTIES REACT TO PREGNANCY. Williams, C.: TheMeanKitty. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=FDxjb2Cko0c> (25.05.2018).
- Williams, C. [Mean Kitty, 2017]: How To Get A Kitty Belly. Williams, C.: TheMeanKitty. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=J7ruuAffug8> (25.05.2018).
- Williams, C. [Mean Kitty, 2017]: The BIG Mean Kitty Song – Official Music Video [KIDS SONGS]. Williams, C.: TheMeanKitty. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=RDfy3CGlZ-I> (25.05.2018).
- Williams, C. [Mean Kitty, 2018]: Faking My Death In Front of My Cat – Mean Kitty Reacts. Williams, C.: TheMeanKitty. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=V-F7tpdPZ-E> (25.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [Jun's Kitchen, 2012]: Jun's Kitchen. Kanal online verfügbar: <https://www.youtube.com/user/JunsKitchen/featured> (28.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [Sushi for Cats, 2017]: Sushi for Cats. Auf YouTube Yoshidamasaki, J.: Jun's Kitchen. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=zGcYabz3hYg> (28.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [Sharpening, 2016]: Sharpening a \$1 knife. Auf YouTube Yoshidamasaki, J.: Jun's Kitchen. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=7dFFEbnY0Bo> (28.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [Store Cat Food, 2016]: Store Cat Food vs Homemade. Auf YouTube Yoshidamasaki, J.: Jun's Kitchen. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=cofNVuXgjsA> (28.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [Polishing, 2017]: Polishing a Rusty Knife. Auf YouTube Yoshidamasaki, J.: Jun's Kitchen. Online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=3XW-XdDe6j0> (28.05.2018).
- Yoshidamasaki, J. [How I Trained, 2017]: How I Trained My Cats. Auf YouTube Yoshidamasaki, J.: Jun's Kitchen. Online verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=5530I_pYjbo (28.05.2018).

Abbildungsverzeichnis

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Abbildung 1: Katzenabdruck aus Indien (Combing, B., Feline Paws, 2013).....	10
Abbildung 2: Weltweite Suchanfragen von „Cat“ bei Google zwischen.....	18
Abbildung 3: Weltweites Interesse am Suchbegriff „Cat“ bzw. „Katze“ im zeitlichen Verlauf.....	18
Abbildung 4: LOLcats Pionierbild (About LOLcats, zitiert von Brubaker, J.R., Wants moar, 2008, S. 118).....	20
Abbildung 5: Faules Kätzchen (bearbeitet nach Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 6.).....	22
Abbildung 6: Rage Comic mit Katzen (bearbeitet nach Miltner, K. M., Lulz on LOLCats, 2014, S. 6, 7, 11.).....	23
Abbildung 7: Tonkatzen aus dem Kunsthaus Baselland (Jahic, A./Roethlisberger, C., The Mariana Trench, 2016).....	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Virals und Memes Gegenüberstellung (nach Shifman, L., Memes, 2014, S. 59)	35
Tabelle 2: Übersicht der Menge an Videos über Katzen auf YouTube (Stand 16.3.2018, Zahlen gerundet).....	51
Tabelle 3: Kategorien von Katzenkanälen (Stand 25.5.2018, Zahlen gerundet).....	52
Tabelle 4: TheMeanKitty Top 6, eingeschlossen Katzen Top 5 (Stand 25.5.2018).....	53
Tabelle 5: mugumogu Top 5 (Stand 25.5.2018).....	56
Tabelle 6: Grumpy Top 5 (Stand 25.5.2018)	58
Tabelle 7: Lil Bub Top 5 (Stand 25.5.2018)	61
Tabelle 8: Keyboard Katze Top 5 (Stand 25.5.2018).....	64
Tabelle 9: Cole and Marmalade Top 5 (Stand 27.5.2018)	67
Tabelle 10: Kitten Lady Top 5 (Stand 27.5.2018).....	70
Tabelle 11: Robin Seplut Top 5 (Stand 27.5.2018).....	72
Tabelle 12: Sho Ko Top 5 (Stand 27.5.2018).....	74
Tabelle 13: Kitten Academy Top 4 (Stand 27.5.2018)	77
Tabelle 14: Kruger Sightings Top 7, eingeschlossen Großkatzen Top 5 (Stand 28.5.2018)	81
Tabelle 15: Big Cat Rescue Top 5 (Stand 28.5.2018).....	83
Tabelle 16: Animal Channel Top 7, eingeschlossen Großkatzen Top 5 (Stand 28.5.2018).....	86
Tabelle 17: Michael Jamison Top 5 (Stand 28.5.2018).....	88
Tabelle 18: Wild Things Top 5 Katzensvideos (Stand 28.5.2018)	91
Tabelle 19: JunsKitchen Top 5 (Stand 28.5.2018).....	94
Tabelle 20: Talking Kitty Cat Top 5 (Stand 29.5.2018).....	97
Tabelle 21: CatPusic Top 5 (Stand 29.5.2018).....	99
Tabelle 22: Catmantoo Top 5 (Stand 29.5.2018)	101
Tabelle 23: N2 Cat Crew Top 5 (Stand 29.5.2018).....	103
Tabelle 24: Durchschnittswerte der beliebtesten Videos der untersuchten Kategorien, gerundet	110

Zusammenfassung

Die Wertschätzung von Katzenbildern und -videos entstammt dem privaten gesellschaftlichen Bereich; die Menge der Individuen teilt in der Breite den Wunsch, sein geliebtes Haustier herauszustellen und zu zeigen. Dieses verbreitete Individualbedürfnis trifft auf die Medienentwicklung des Web 2.0. Aus der Kombination von Wertschätzung für bzw. Bedürfnis zur Darstellung von Katzen mit den technischen Möglichkeiten des Web 2.0 ergibt sich die massenhafte Verbreitung von Katzendarstellungen im Netz. Dabei nehmen Katzenvideos auf Videoplattformen einen besonderen Stellenwert als Gestaltungs- und Präsentationsmittel ein und treffen auf das hohe Nutzerinteresse an Katzendarstellungen. Das enorme Volumen von Katzenvideos im Netz ist auch eine Konsequenz der Allgegenwärtigkeit von Kameras und Aufnahmemöglichkeiten, die in moderne Kommunikationsgeräten integriert sind. Der quantitativ hohe Zusammenfluss solcher Katzenvideos speziell auf YouTube gründet auf dem Zusammenspiel von dessen technisch einfacher Anwendung zum Einstellen und Verbreiten der eigenen Medieninhalte sowie des ebenso einfachen Abrufs zum Betrachten, Kommentieren, Teilen und Bewerten. Dementsprechend werden Katzenvideos durch das Publikum der Katzenfans vornehmlich auf YouTube hochgeladen, aufgerufen, geliket, abonniert und kommentiert. Das Phänomen der Katzenvideos und ihrer Beliebtheit lässt sich als globales Phänomen verstehen, das weltweit bei Zuschauern auf Interesse stößt.

Die in dieser Masterarbeit durchgeführte Analyse hinsichtlich der verwendeten Konzepte in der Aufbereitung und Dramaturgie der Katzenvideos deuten als Ergebnis einer vergleichenden Gegenüberstellung anhand von Aufrufzahlen und Likes darauf hin, dass die Verwendung eines Konzepts der einfachen Inszenierung mit dem Auftritt niedlicher Katzen als etablierte Sympathieträger im Rahmen von Szenen aus dem privaten Alltag einen herausragenden Platz im Bemühen um Aufruferfolg und Interaktion des Publikums der Katzenfans einnimmt. Die in der Regel bei solcher Konzeptverwendung vergleichsweise höhere Zahl von Likes deutet auch in Folge dieser höheren Wertschätzung auf eine besondere Eignung für eine virale Verbreitung im Netz und den Erfolg einer Globalisierung hin.

Grundsätzlich zeigt der hohe Stellenwert von Katzenvideos auf YouTube, dass die Darstellung von Katzen ein globales Phänomen und geeignet ist, bei Menschen aus allen Weltregionen Reaktionen hervorzurufen, die von Entzücken und Belustigung bis zu Anteilnahme und

Mitgefühl reichen. Menschen fühlen sich durch das Anschauen von Katzenvideos besser und sind motivierter. Die Darstellung von Katzen im Netz, insbesondere in der vorzufindenden geballten Form als Katzenvideo auf YouTube, weist darauf hin, dass die Katze auch im 21. Jahrhundert als globale Bildikone betrachtet werden kann.