

Abstract: Im Zeitalter einer digitalen Revolution der Medienlandschaft hat sich die Social-Media-Plattform Instagram als reichweitenstarker Kommunikationskanal etabliert, der zunehmend auch die Aufmerksamkeit von Politikern auf sich zieht. Die bisherige Forschung zu politischer Kommunikation auf Instagram zeigt, dass Informationen oft gemäß massenmedialen Praktiken ausgespielt werden und der Fokus auf dem einzelnen Kandidaten liegt. Die (audio-)visuelle Kommunikationsgrundlage Instagrams bedingt wesentlich die kommunikativen Möglichkeiten der Politiker und bietet verschiedene Vorteile gegenüber textbasierten Plattformen. In der vorliegenden Arbeit wird daher der Einsatz Instagrams von deutschen Politikern verschiedener Parteien auf der Landes-, Bundes- und Europaebene untersucht. Zudem werden mögliche Nutzungsmotive näher betrachtet. Im Mittelpunkt steht die Frage: *Wie wird Instagram als Instrument der politischen Kommunikation eingesetzt?*

Um dieser Thematik auf den Grund zu gehen, erfolgt eine qualitative Befragung, basierend auf sechs halbstandardisierten Leitfadeninterviews. Folgende untergeordnete Fragen dienen dabei als Orientierung:

1. *Mit welcher Motivation und unter welchen Umständen nutzen die Politiker Instagram? Wird dabei eine bestimmte Zielgruppe adressiert?*
2. *Wie werden plattformeigene Potentiale für die Interaktion mit der eigenen Community wahrgenommen und ausgeschöpft?*
3. *Wie gestalten sich inhaltliche Abwägungen für die Erstellung von Posts?*
4. *Wie wird die Kommunikation auf Instagram mit der Gesamtkommunikation des Politikers gekoppelt?*

Es zeigt sich, dass auch auf Instagram vorwiegend personalisiert kommuniziert wird: Kandidaten in ihrer persönlichen Lebenswelt bilden den Schwerpunkt der Kommunikation. Jedoch weniger in einem professionell aufbereiteten Kontext – stattdessen wird Wert auf eine persönlichere Note der Kommunikation gelegt, insbesondere im Unterschied zu anderen Social-Media-Plattformen. Die Politiker lassen sich zudem vermehrt auf interaktive Möglichkeiten der Plattform ein und treten dabei mit ihrer Community in Austausch.

Diese Studie bietet einen vertieften Einblick in die Beweggründe der Politiker, Instagram beruflich zu nutzen. Es wird erkennbar, dass sich die Plattform vor allem als Instrument der politischen Öffentlichkeitsarbeit deuten lässt – statt als Informationsmedium oder Ort politischer Debatten.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Anna Groh

E-Mail: anna.groh@gmx.de