

## M 04.01 – DIE ROLLE VON INSTAGRAM IM WAHLKAMPF

### **i** EINFÜHRUNGSTEXT: WAHLKAMPF AUF INSTAGRAM

Instagram ist ein soziales Netzwerk, das über seine Smartphone-App heute zum Alltag vieler Jugendlicher gehört. Laut der JIM-Studie von 2020, einer Untersuchung des Medienumgangs von 12- bis 19-jährigen (JIM = Jugend, Information, Medien), ist Instagram nach YouTube das zweitliebste Internetangebot und nach WhatsApp die zweitwichtigste Smartphone-App der befragten Jugendlichen. 72 Prozent von ihnen sagen, dass sie Instagram mehrmals in der Woche nutzen. Anders als bei anderen sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter werden bei Instagram vor allem Fotos und Videos geteilt. Dabei ist die Vielfalt der Posts -von Urlaubsfotos über Rezeptideen zu Produktwerbungen- groß. Und auch politische Informationen und Nachrichten werden zunehmend Gegenstand der Inhalte: 22 bis 24 Prozent der befragten 14- bis 17-jährigen nutzen mehrmals die Woche Social Media Plattformen, um sich zu informieren und das zeigt sich auch bei Instagram. Parteien und Politiker\*innen arbeiten zunehmend an ihrem Onlineauftritt auf der Plattform und versuchen mittels Foto- und Videoposts mit ihren potentiellen Wähler\*innen in Kontakt zu kommen. Ähnlich wie bei der US-Präsidentschaftswahl 2020 ist Instagram auch in Deutschland mittlerweile ein wichtiger Schauplatz für den Wahlkampf geworden. Doch welche Rolle genau spielt die Plattform für den politischen Wahlkampf und wie funktioniert dieser?

#### **Quellen:**

Kümpel, Anna Sophie/ Riege, Diana (2020): Kann Instagram auch Politik? Beeinflussung der Informationsnutzung und Effekte für die Meinungsbildung durch politische Inhalte. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.. Online verfügbar unter: <https://www.kas.de/documents/252038/7995358/Kann+Instagram+auch+Politik.pdf/e8c04db5-0be9-101f-12d6-1b57dd64add3?version=1.0&t=1597911238796> (Abfrage 05.08.2021).

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2020): JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: mpfs. Online verfügbar unter: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf) (Abfrage 05.08.2021).

(Autorinnentext von Franka Potthoff)

#### **i** Infobox Instagram:

Instagram ist ein soziales Netzwerk, welches auch als kostenlose Smartphone-App verfügbar ist. Auf der Plattform werden hauptsächlich Fotos und Videos geteilt. Die App gehört seit 2012 zu Facebook und finanziert sich über Werbeanzeigen. Ähnlich wie das soziale Netzwerk Facebook werden zu diesem Zweck auch bei Instagram personenbezogene Daten der Nutzer\*innen erhoben, analysiert und gegebenenfalls zu Werbezwecken weiterverkauft. Die Altersbeschränkung für Instagram liegt bei 13 Jahren. Nach der JIM-Studie von 2020 ist das soziale Netzwerk vor allem bei jungen Menschen beliebt.

Ausführliche Informationen zu Instagram finden sich unter: <https://www.schau-hin.info/grundlagen/instagram-einfach-erklart> und <https://mobilsicher.de/ratgeber/instagram-bilder-ohne-ende>

**AUFGABE**

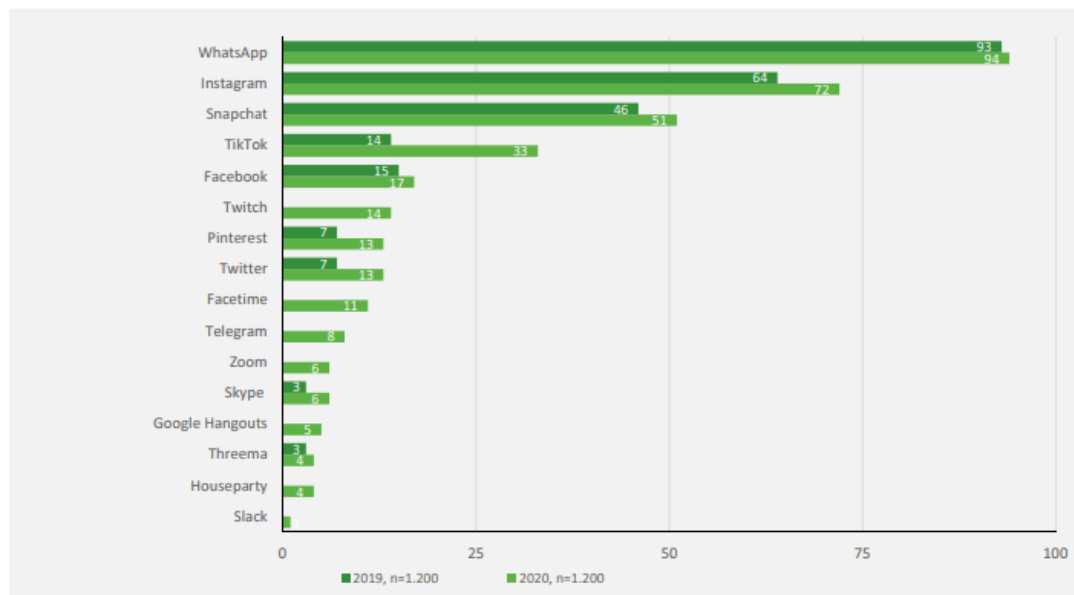
1. Lies den vorangestellten Einführungstext „Wahlkampf auf Instagram“ und überlege:
  - Welche Informationen zur Nutzung von Instagram stehen in dem Text? Unterstreiche sie in blau.
  - Warum ist Instagram wichtig im politischen Wahlkampf? Unterstreiche die Gründe in rot.
  
2. Schaut euch anschließend zu zweit die untenstehende Graphik aus der JIM-Studie 2020 an:
  - Beschreibt die Aktivitäten von Jugendlichen im Internet.
  - Vergleicht, wie oft Instagram gegenüber den anderen Aktivitäten im Internet genutzt wird.
  - Erklärt, welche Konsequenzen die Ergebnisse auf die digitalen Wahlkampfstrategien der Parteien haben könnten.
  
3. Vergleicht eure Ergebnisse im Plenum. Stimmen eure eigenen Eindrücke und Erfahrungen mit den Informationen aus dem Text und der Studie überein?

**JIM-UMFRAGE: AKTIVITÄTEN IM INTERNET**

In der JIM-Studie 2020 wurden die Jugendlichen unter anderem gefragt, welchen Aktivitäten sie täglich, bzw. mehrmals die Woche im Internet nachgehen. Das sind ihre Antworten:



**Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2020 – Vergleich 2019**  
 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2019, JIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

Graphik aus: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2020): JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: mpfs. Online verfügbar unter: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf), S. 40.

Baustein 4

Digital Campaigning - Kann Instagram Politik?



"Wahlen nach Zahlen - Demoskopie & Campaigning zur Bundestagswahl" von Bundeszentrale für politische Bildung und Team "Forschendes Lernen" der Uni Münster (Andrea Szukala, Katharina Grannemann, Sabine Kühmichel, Falk Leigers, Franka Potthoff, Linda Loreen Wolf) ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.