

Inhaltsverzeichnis

Zwischen Qualität, Innovation und Kompetenzen: Instagram als Spielfeld für Journalismus und sein Publikum	1
Michael Graßl und Jonas Schützeneder	
Wissenschaftliche Einordnungen	
Journalismus und Instagram: Definitionen, Leistungen und Erwartungen im mehrdimensionalen Netzwerk	11
Jonas Schützeneder und Michael Graßl	
Instagram statt tagesschau? Die Rolle Sozialer Medien in der Nachrichtennutzung. Über Chancen und Risiken	29
Sascha Hölig und Leonie Wunderlich	
Journalismus auf Instagram: Qualität neu definiert?	45
Annika Sehl, Maximilian Eder und Sonja Kretzschmar	
Vertrauen in Journalismus unter Social-Media-Bedingungen	59
Fabian Prochazka	
Anstand im Netz. Ethik in und auf Sozialen Plattformen	75
Thomas Zeilinger	
Lernen und Lehren: (Social-Media-) Kompetenzen in der journalistischen Ausbildung	89
Beatrice Dernbach	

Instagram als Wegbereiter einer Plattform-Disruption im Lokaljournalismus? Einige theoretische Überlegungen anhand der „Disruption Theory“	105
Christopher Buschow	
Geschäftsmodell Instagram: Medienunternehmen und Influencer in der Übergangsphase zwischen alter und neuer Steuerwelt	127
Benjamin Graßl	
Case Studies	
Aura und Anti-Zyklus: Die journalistische Nutzung von Feeds und Storys als komplementäres Zusammenspiel	149
Michael Graßl, Jonas Schützeneder und Korbinian Klinghardt	
Storys Told, Storys Linked: Die Instagram-Nutzung deutscher, britischer und US-amerikanischer Medienunternehmen	163
Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf, Leona Bürzle, Julia Grobb, Adriana Henke, Hannah Lea Ötting und Maren Reitler	
Viel Stückwerk, viel Interaktionspotenzial: Eine Analyse zur Nutzung von IGTV und Reels in Deutschland	187
Anna Zimmermann	
Ziele, Strategien und Perspektiven: Die Social-Media-Redaktion als Organisation	205
Jonas Schützeneder, Michael Graßl und Korbinian Klinghardt	
Erfahrungen aus der Praxis	
Markenbildung statt Monetarisierung: Instagram im Lokaljournalismus	223
Daniel Ober	
Leserbindung und Recherche: Chancen für Journalismus auf Instagram	235
Selina Bettendorf	
Live, professionell und auf Augenhöhe: Instagram im trimedialen Ansatz des Bayerischen Rundfunks	241
Sarah Beham	

Die Story-Funktion als Experimentierfeld für journalistische Innovation: Digitales Storytelling auf Instagram am Beispiel des SPIEGEL	259
Angela Gruber und Jens Radü	