

Vertrauter Selfie-Winkel

Mit Instagram auf der Suche nach jungen Leuten

ASTRID PROBST

Medienhäuser haben Instagram als alternative Nachrichtenplattform entdeckt. Mit ihren Angeboten versuchen sie bestimmte Zielgruppen besser zu erreichen: Der *Bayerischen Rundfunk* versucht es mit der *News-WG* bei den jungen Leuten, die *Augsburger Allgemeine* mit den *Schwabeneltern* bei jungen Eltern.

Es herrscht Krieg in der *News-WG* des BR – zumindest an diesem Tag. Verkleidet und mit Laserschwertern bewaffnet erklären Helene und Max als Prinzessin Hel-Leia und C34-Max den Einsatz der NATO im Weltraum: Die seitlichen Schnecken sitzen; die braunen Haare sind zusammengezwirbelt und festgesteckt über den Ohren. Kampfbereit stürzt sich die junge Frau mit ihrer Laserschwert-ähnlichen Waffe in das Getümmel – um den Weltraum zu beschützen. Wen dieses Szenario an einen Ausschnitt aus George Lucas' „Star Wars“-Filmreihe erinnert, der mutmaßt richtig. Nur befindet sich der Schauplatz nicht auf einem der galaktischen Planeten, sondern mitten im hippen Glockenbachviertel Münchens.

Helene Reiter und Max Osenstätter sind die Bewohner der *News-WG*, einem Nachrichtenformat des BR auf Instagram. Zwischen Outfitposts, Fotos vom Essen oder Urlaubsbildern finden sich in den Stories und im Instagram-Feed Beiträge der *News-WG*.

In den folgenden Clips kämpfen Helene und Max um die Sicherheit des Weltraums. Diskutieren ihren Einsatz, kämpfen in Slow-Motion mit dem Star Wars Soundtrack im Hintergrund und beratschlagen sich. Nach der „oscarreifen Blockbuster-Performance“, so bezeichnen sie es auf Instagram, fasst die *News-WG* die Hintergrundinformationen zu dem NATO-Einsatz zusammen. Diese hat den Weltraum offiziell als Einsatzgebiet erklärt, Ziel ist es, die Satelliten der NATO-



Mal schnell ein Selfie aus der *News-WG*: Helene Reiter und Maximilian Osenstätter auf der gelben Couch.

Foto: BR / Max Hofstätter

Mitglieder zu schützen. Versehen mit Untertiteln und Einblendungen erklärt Max, was es damit auf sich hat: Wie viele Satelliten die Erde umkreisen, nämlich 2.000, dass die Hälfte davon NATO-Mitgliedstaaten gehören und klärt generell die Frage, was im Weltraum erlaubt ist und was nicht. Wenn alles fertig für die Instagram-Stories abgedreht ist, folgt noch ein Post mit Informationen.

Beim BR stand am Anfang die Frage, wie und wo man mehr junge Menschen erreichen kann. Zwölf Volontäre waren vor etwa einem Jahr mit der Entwicklung eines neuen Formats beauftragt, unter ihnen Helene. „Wir wollten dort hingehen, wo die jungen Menschen sind“, sagt sie – und die treiben sich meist auf Instagram herum; teilen dort Bilder vom letzten Wochenendausflug oder dem Abendessen.

Auch andere Medienhäuser bieten alternative Nachrichtenformate auf Instagram und versuchen so, Zielgruppen zu erreichen, die keine Print- oder Online-medien lesen. Zum Beispiel die *Augsburger Allgemeine* mit ihrem Account *Schwabeneltern* – ein Format auf Instagram für junge Eltern.

Eigentlich wird die App eher zum Zeitvertreib genutzt, zum Scrollen, Wischen, Liken und Teilen. In den Instagram-Stories kann man Fotos oder 15-sekündige Clips teilen. Darüber verbreiten die *News-WG* wie auch die *Schwabeneltern* ihre Nachrichtenbeiträge. Bisher habe es auf der Plattform nur sehr viele cleane Angebote und Influencer gegeben, mit dem neuen Format habe man die Lücke dazwischen füllen wollen, sagt Helene. Daraus entstanden ist die *News-WG*, die eine bunte Mischung, wie es Helene nennt, und die Zusammenführung zweier Welten darstellt – Nachrichten und Instagram.

Bei den *Schwabeneltern* erzählen Nadine und Alex von ihrem Alltag als Eltern, geben Veranstaltungstipps oder vergleichen das Leben auf dem Land mit dem in der Stadt. Im Juli 2020 startete das Projekt der *Augsburger Allgemeinen*, das in Zusammenarbeit mit der Deutschen Journalistenschule entstand.

Seitdem produzieren Stadtmutter Nadine und Landvater Alex kurze Clips für die Instagram-Stories des Kanals. Das Team ist klein, etwa fünf Redakteure sind beteiligt sowie Volontäre, die immer für ein paar Monate mitarbeiten. Oft filmen sich die *Schwabeneltern* bei ihren Stories selbst. Wie kurz vor Weihnachten, als Alex mit seinen zwei Kindern einen Christbaum besorgt und das filmt. „Ohne Chemie und aus der Region – das ist uns wichtig“, erklärt er, spricht in die Handykamera und greift zur Säge, um den Baum selbst zu fällen. Anschließend präsentiert er seinen gefällten Christbaum.

Erst Anfang Dezember verriet Nadine den Zuschauern, dass sie in bereits drei Monaten ein zweites Kind erwarten werde. Damit ergeben sich wieder neue Themen für die *Schwabeneltern*. Wie redet man mit dem ersten Kind über den anstehenden Nachwuchs? Wie ist das mit dem Altersunterschied zwischen den Kindern? Und wie wird die Umstellung? In den Stories stellen Nadine und Alex solche Fragen.

Die kurzen Clips mit den wichtigsten Informationen zu politischen Themen, wie bei der *News-WG*, oder

zu alltäglichen Fragen, die sich Eltern stellen, wie bei den *Schwabeneltern*, ist eine, auf den ersten Blick, ungewöhnliche Art der Nachrichtenaufbereitung – aber wohl genau das Richtige für Instagram. Vor allem die Einbettung von Themen in kleine Vorführungen der *News-WG* kommt gut an: „Unsere Nutzer feiern solche Projekte der *News-WG* Theatergruppe ganz oft“, sagt Max. Am Ende sind die Konsumenten unterhalten und gut informiert. Nutzer, die oft angeben, dass ihnen normale Nachrichten immer zu trocken sind. „So viele Leute da draußen sind keine Nachrichtenjunkies, und für die machen wir Nachrichten“, sagt Helene. Inzwischen folgen knapp 57.000 Menschen der *News-WG*, im Februar 2019 wurde das Projekt mit dem „Goldenen Blogger“ für den besten Instagram-Account des Jahres ausgezeichnet.

Die WG im Glockenbach ist Büro und Wohnraum zugleich. Tagsüber kommt das Team, das bei der Produktion hilft. Fast jeden Tag wird ein aktuelles politisches Thema aufbereitet. Ihre Arbeit unterscheidet sich laut Helene und Max nicht vom klassischen journalistischen Handwerk. „Wir recherchieren, haben Sitzungen zur Themenfindung und anschließend Feedbacksitzungen“, sagt Max, „nur die Form der Darstellung ist dabei anders.“ Ob Europawahl, der Dauerbrenner Brexit oder Inklusion – „kein Thema ist zu komplex“, sagt Helene.

Am Abend wird es dann ruhiger in der WG, dann wird die *News-WG* zu einer ganz normalen WG, wo es auch mal Zoff und Diskussionen um den Müll gibt. Dass Helene und Max mal zu alt für die WG werden, glauben sie derzeit nicht. „Es gibt auch Alters-WGs“, meint Max.

Die bunte Mischung aus Nachrichten und Instagram funktioniert; das sieht Projektleiterin Daniela de Haen auch bei den *Schwabeneltern*. Nadine und Alex werden häufig direkt angeschrieben und nach Tipps gefragt. „Die beiden werden als Experten wahrgenommen“, sagt de Haen, die. Oft schreiben die Zuschauer private Nachrichten, teilen Erfahrungen oder bitten um einen Rat. Die vielen Rückmeldungen zeigen, dass es funktioniert. Die Nutzer bleiben beim Wischen und Tippen zwischen den Stories hängen.

So auch bei der *News-WG*. Das könnte daran liegen, weil die Nachrichten-Hosts wie Helene und Max oder Nadine und Alex schlicht näher dran sind am Publikum. In einem Zapp-Interview bezeichneten sich die *News-WG*-Bewohner als Freunde der Zuschauer. Es geht ihnen darum, auf Augenhöhe mit den Menschen zu reden und dabei politische Inhalte zu vermitteln. So greifen die *Schwabeneltern* und die Bewohner der *News-WG* eben einfach zum Handy, halten es im vertrauten Selfie-Winkel hoch und legen los. ■



Stadtmutter Nadine und Landvater Alex erzählen in kurzen Clips Freud und Leid des Elternseins.



Astrid Probst, 28, kommt aus Niederbayern, studiert an der LMU Politikwissenschaft und arbeitet als freie Journalistin bei der Deutschen Presse-Agentur, dem Münchner Merkur und der SZ.