



Studienabschlussarbeiten

Fakultät für Psychologie und
Pädagogik

Sperber, Sandra:

Zwischen Pädagogik und Posting

Eine qualitative Analyse der digitalen Präsenz von
Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen auf
der Social Media Plattform Instagram

Zulassungsarbeit, Wintersemester 2024

Gutachter*in: Gebhardt, Markus

Fakultät für Psychologie und Pädagogik
Department Pädagogik und Rehabilitation
Lehramt Sonderpädagogik

Ludwig-Maximilians-Universität München

<https://doi.org/10.5282/ubm/epub.123832>



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

FAKULTÄT FÜR PSYCHOLOGIE UND PÄDAGOGIK
DEPARTMENT PÄDAGOGIK UND REHABILITATION
LEHRSTUHL FÜR SONDERPÄDAGOGIK – FÖRDERSCHEWERPUNKT LERNEN
EINSCHLIEßLICH INKLUSIVER PÄDAGOGIK



LEHRSTUHL FÜR SONDERPÄDAGOGIK –
FÖRDERSCHEWERPUNKT LERNEN EINSCHLIEßLICH INKLUSIVER
PÄDAGOGIK

Zulassungsarbeit

**Zwischen Pädagogik und Posting:
Eine qualitative Analyse der digitalen Präsenz von
Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen auf der
Social Media Plattform Instagram**

vorgelegt von

Sandra Barbara Sperber

Betreuer: Prof. Dr. Markus Gebhardt

Studiengang: Pädagogik im sonderpäd. Schwerpunkt Lernen, Vertiefte Fachrichtung, L90

Semester: WiSe 2024/2025

abgegeben am: 18. Dezember 2024

Zusammenfassung:

Die Nutzung Sozialer Medien hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen und macht auch vor dem Lehrkräfteberuf keinen Halt. Auf der Plattform Instagram entwickelte sich das #instalehrerzimmer, dem bislang aus wissenschaftlicher Perspektive eher geringe Beachtung geschenkt wurde. Gerade im deutschsprachigen Raum wurde die Nutzung der Plattform Instagram durch Grundschullehrkräfte und Sonderpädagogen bisher nicht genauer untersucht. Aufgrund des Zuwachses im #instalehrerzimmer und des Einflusses digitaler Medien auf die Arbeit der Lehrkräfte scheint es nicht nur aus wissenschaftlicher Sicht sinnvoll, diese Thematik näher zu beleuchten. Anhand einer qualitativen Analyse zehn ausgewählter Instagram-Accounts von fünf Grundschullehrkräften und fünf Sonderpädagogen soll untersucht werden, welche Inhalte in Deutschland unterrichtende Lehrkräfte auf der Social Media Plattform teilen und welche Intentionen sie damit verfolgen. Hierzu werden auf der Grundlage theoretischer Vorüberlegungen und dem bisherigen Forschungsstand Hypothesen abgeleitet, die in dieser Arbeit beantwortet werden. Diese Hypothesen bilden eine Basis für die Erstellung eines Kategoriensystems, das bei der Kategorisierung im Rahmen der qualitativen Analyse ausgewählter Beiträge und der zugehörigen Interaktion der Follower helfen soll. Die Arbeit liefert Erkenntnisse darüber, dass die Lehrkräfte-Influencer, ähnlich wie auch in englischsprachigen Studien festgestellt wurde, Instagram als Plattform zur Vernetzung und zum Austausch von Erfahrungen sowie zum Zweck der Inspiration nutzen. Weiter steht der finanzielle Eigennutzen der Influencer durch die Bewerbung und Vermarktung eigener Produkte, häufig in Form von Unterrichtsmaterialien, im Vordergrund. Unterschiede zwischen den beiden Lehrämtern konnten nicht ausgemacht werden.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	iii
Tabellenverzeichnis	iii
Abbildungsverzeichnis	iv
1 Einleitung.....	1
1.1 Einführung in die Thematik.....	1
1.2 Zielsetzung	1
1.3 Aufbau der Arbeit und methodisches Vorgehen	2
2 Theoretischer Hintergrund.....	3
2.1 Lehrkräfte in Deutschland	3
2.1.1 Begriffsdefinition	3
2.1.2 Standards der Lehrerbildung	4
2.1.3 Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Grundschule und der Sonderpädagogik.....	6
2.1.4 Lehrerkooperation	8
2.2 Soziale Medien.....	9
2.2.1 Begriffsdefinition	9
2.2.2 Überblick über verschiedene Arten von Sozialen Medien	11
2.2.3 Instagram	11
2.3 Empirische Forschung zu Lehrkräften auf Instagram	14
3 Fragestellung	17
3.1 Problemstellung.....	17
3.2 Entwicklung von Hypothesen.....	18
4 Analyse von Lehrkräften auf der Plattform Instagram	20
4.1 Methodisches Vorgehen.....	20
4.2 Definition der Stichprobe	22
4.3 Aufstellen von Kategorien.....	26
5 Ergebnisse.....	33
5.1 Darstellung der Ergebnisse.....	33
5.2 Qualitative Analyse ausgewählter Beiträge auf Grundlage der Ergebnisse aus 5.1	37
5.3 Beantwortung der Hypothesen	46

6	Diskussion	49
7	Ausblick.....	53
	Literaturverzeichnis.....	55
	Verzeichnis der Instagramquellen.....	59
	Anhang	i

Abkürzungsverzeichnis

- BaWü..... Baden-Württemberg
- Bio.....Biografie eines Instagram Accounts
- EZ.....Elternzeit
- GS.....Grundschule
- k. A.keine Angaben
- KMK.....Kultusministerkonferenz
- m.....männlich
- n.....Anzahl
- NRW.....Nordrhein-Westfalen
- SoPäd.....Sonderpädagogik
- SPU.....Sonderpädagogischer Unterstützungsbedarf
- w.....weiblich

Tabellenverzeichnis

Tabelle 4-1: Stichprobe: Persönliche Angaben der Grundschullehrkräfte.....	24
Tabelle 4-2: Stichprobe: Persönliche Angaben der Sonderpädagogen	25
Tabelle 4-3: Stichprobe: Instagramprofile der Grundschullehrkräfte.....	25
Tabelle 4-4: Stichprobe: Instagramprofile der Sonderpädagogen	25
Tabelle 4-5: Schlagworte basierend auf den theoriegeleiteten Hypothesen (s. Kap. 3.2).....	26
Tabelle 4-6: Schlagworte zur Kategorienbildung	27
Tabelle 5-1: Anzahl Posts pro Account innerhalb des Erhebungszeitraumes - Grundschule	33
Tabelle 5-2: Anzahl Posts pro Account innerhalb des Erhebungszeitraumes - SoPäd	34
Tabelle 5-3: Anzahl der Posts nach Kategorien - Grundschule	34
Tabelle 5-4: Anzahl der Posts nach Kategorien - SoPäd	36
Tabelle 5-5: Anzahl der Posts je Kategorie im Verhältnis zur Gesamtzahl der Posts pro Account im Bereich Grundschule	37
Tabelle 5-6: Anzahl der Posts je Kategorie im Verhältnis zur Gesamtzahl der Posts pro Account im Bereich SoPäd	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Beispiel Aufbau eines Instagram Profils.....	13
Abbildung 2-2: Beispiel Aufbau eines Instagram Beitrags.....	13
Abbildung 4-1: Phasen der Inhaltsanalyse orientiert an "Phasenmodell zum Verhältnis qualitativer und quantitativer Analyse" (Mayring, 2022, S.21).....	22
Abbildung 4-2: Beispielbeitrag Kategorie "aktuelle Themen"	28
Abbildung 4-3: Beispielbeitrag Kategorie "Förderung"	28
Abbildung 4-4: Beispielbeitrag Kategorie "Material"	28
Abbildung 4-5: Beispielbeitrag Kategorie "inspirierende Ideen"	28
Abbildung 4-6: Beispielbeitrag Kategorie „Werbematerial“	29
Abbildung 4-7: Beispielbeitrag Kategorie "Gewinnspiel"	30
Abbildung 4-8: Beispielbeitrag Kategorie "Unterhaltung"	31
Abbildung 4-9: Beispielbeitrag Kategorie "Persönliche Aussagen und Sprüche"	31
Abbildung 4-10: Beispielbeitrag Kategorie "Aufruf zu Interaktion".....	32
Abbildung 4-11: Beispielbeitrag Kategorie "Privat".....	32
Abbildung 5-1: Graphische Darstellung der Gesamtanzahl der Posts pro Kategorie - Grundschule ..	35
Abbildung 5-2: Graphische Darstellung der Gesamtanzahl der Posts pro Kategorie - SoPäd.....	36
Abbildung 5-3: Qualitative Analyse Kategorie Förderung - GS.....	37
Abbildung 5-4: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - GS.....	38
Abbildung 5-5: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - GS	38
Abbildung 5-6: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - GS	38
Abbildung 5-7: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - GS	38
Abbildung 5-8: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Idee - GS.....	39
Abbildung 5-9: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Idee - GS.....	39
Abbildung 5-10: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - GS	39
Abbildung 5-11: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - GS	40
Abbildung 5-12: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - GS	40
Abbildung 5-13: Qualitative Analyse Kategorie aktuelle Themen - SoPäd.....	41
Abbildung 5-14: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - SoPäd	42
Abbildung 5-15: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - SoPäd	42
Abbildung 5-16: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - SoPäd	42
Abbildung 5-17: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - SoPäd	43
Abbildung 5-18: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Ideen - SoPäd.....	43
Abbildung 5-19: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Ideen - SoPäd.....	43
Abbildung 5-20: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - SoPäd	43
Abbildung 5-21: Qualitative Analyse Kategorie Unterhaltung - SoPäd	44
Abbildung 5-22: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - SoPäd	44

Abbildung 5-23: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - SoPäd	44
Abbildung 5-24: Qualitative Analyse Kategorie Aufruf zur Interaktion - SoPäd	45
Abbildung 5-25: Qualitative Analyse Kategorie Aufruf zur Interaktion - SoPäd	45
Abbildung 5-26: Qualitative Analyse Kategorie Privat - SoPäd.....	45
Abbildung 5-27: Qualitative Analyse Kategorie Privat - SoPäd.....	46

1 Einleitung

1.1 Einführung in die Thematik

Die Nutzung Sozialer Medien im privaten als auch beruflichen Kontext hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass sich das Internet zu einem der wichtigsten Kommunikationsmittel entwickelt hat (Ulbricht, 2018). Social Media Plattformen wie Instagram zählen in Deutschland zu den beliebtesten Sozialen Medien (ARD/ZDF-Forschungskommission, 2023). Die Nutzung von Plattformen wie Instagram beschränkt sich längst nicht mehr auf die private Vernetzung mit Freunden und Familie. Inhalte aus verschiedenen Berufsfeldern finden Einzug in die digitale Welt. Dieser Trend macht auch vor dem Lehrkräfteberuf keinen Halt:

„Im sozialen Netzwerk Instagram etabliert sich ein neues Forum der Kommunikation zwischen Lehrkräften, exemplarisch und prominent unter dem Hashtag „#instalehrerzimmer“ (Kruse et al., 2023, S.280).

Immer mehr Lehrkräfte schließen sich dem #instalehrerzimmer (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) an. Dabei steht lang nicht mehr nur das Teilen privater Eindrücke im Vordergrund. Inhalte und Ziele der berufsbezogenen Nutzung Sozialer Netzwerke haben sich verändert. Instagram bietet eine Plattform für einen berufsbezogenen Austausch und das Teilen von Wissen und Erfahrungen (Carpenter et al., 2020). Social Media bietet Lehrkräften neue Möglichkeiten. Es entwickelt sich eine weitere Form der Interaktion im Bildungsbereich. Allerdings liegen im internationalen sowie deutschsprachigen Raum derzeit kaum Befunde über die genauen Ziele und das Nutzungsverhalten von Lehrkräften auf Instagram oder anderen Plattformen vor. Dennoch ist klar: die Social Media Welt nimmt einen großen Platz im Leben vieler Lehrkräfte ein. In dieser Arbeit soll der Fokus auf zwei Gruppen gelegt werden, die sich dem „#instalehrerzimmer“ (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) angeschlossen haben: es soll ein Vergleich zwischen Grundschullehrkräften sowie Sonderpädagogen in Deutschland und deren Intentionen bei der Nutzung Sozialer Medien gemacht werden. Im Vordergrund sollen die geteilten Inhalte sowie die Interaktion zwischen den Nutzern stehen. Die Auseinandersetzung mit der Thematik scheint nicht nur aus wissenschaftlicher Perspektive interessant. Auch aus praktischer Sicht kann die Untersuchung des #instalehrerzimmers (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) von Bedeutung sein. Angesichts der zunehmenden Nutzung von Instagram zu beruflichen Zwecken und der fortschreitenden Digitalisierung, auch im Bildungsbereich, kann eine weiterführende wissenschaftliche Betrachtung dieser Thematik relevant sein. Gewonnene Erkenntnisse können wichtige Hinweise auf die Gestaltung der zukünftigen Lehrkräftebildung, Kooperationsmöglichkeiten von Lehrkräften oder die Schule der Zukunft geben.

1.2 Zielsetzung

Ziel der vorliegenden Arbeit soll es sein, neue Erkenntnisse über die Nutzung der Plattform Instagram, insbesondere des „#instalehrerzimmer“ (Instagram #instalehrerzimmer, 2024), durch deutschsprachige Grundschullehrkräfte sowie Sonderpädagogen zu erlangen. Zur Nutzung Sozialer Medien zum Zweck

der Kooperation im Lehrkräfteberuf, der Lehrerprofessionalisierung und der Kommunikation zwischen Lehrkräften liegen derzeit, gerade in Bezug auf deutschsprachige Lehrkräfte, kaum Befunde vor. Aktuelle Studien zur Nutzung von Instagram als Kommunikationsmittel zwischen Lehrkräften, die Art und Ziele der geteilten Beiträge sowie Motive der Nutzung beziehen sich hauptsächlich auf englischsprachige Pädagogen (Kruse et al., 2023). In dieser Arbeit soll geklärt werden, in wie weit vorliegende Forschungsergebnisse mit der Nutzung des „#instalehrerzimmer“ (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) in Deutschland übereinstimmen. Weiter soll dargestellt werden, welche Ziele Lehrkräfte im Bereich der Grundschule und der Sonderpädagogik mit der Nutzung verfolgen, welche Inhalte geteilt werden und in wie weit sich Unterschiede zwischen den beiden Lehrämtern zeigen. Diese Arbeit soll dazu beitragen, ein Verständnis über die Abläufe des berufsbezogenen Einsatzes der Plattform Instagram zu schaffen und eine Grundlage weiterführender Forschung im Bereich der Analyse von Lehrkräften auf Social Media sein.

1.3 Aufbau der Arbeit und methodisches Vorgehen

Zunächst sollen einige theoretische Vorüberlegungen dargestellt werden. Hierzu sollen Begriffe geklärt und ein Einblick in die Thematik gegeben werden. Theoretische Inhalte zu Lehrkräften in Deutschland (Kap. 2.1) sowie zu Sozialen Medien (Kap. 2.2) werden mit Erkenntnissen aus der bisherigen empirischen Forschung zu Lehrkräften auf der Plattform Instagram ergänzt (Kap. 2.3). Auf Grundlage der theoretischen Vorüberlegungen soll in Kapitel 3 die Fragestellung dieser Arbeit erläutert werden. Hierzu wird die Problemstellung ausgeführt (Kap. 3.1) und anschließend Hypothesen entwickelt, die auf den aktuellen Forschungsergebnissen basieren (Kap. 3.2). Nach Darstellung der Fragestellung und der Hypothesen wird die Methodik vorgestellt (Kap. 4), der die dieser Arbeit zugrundeliegende Analyse folgt. Anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring, 2022) sollen Accounts von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen analysiert werden. Das Vorgehen soll sich an Forschungsmethoden orientieren, die bisher zur Untersuchung von Fragestellungen dieser Art Anwendung fanden (Kap. 2.3) und wird in Kapitel 4.1 weiter ausgeführt. Auf Grundlage der aufgezeigten Methodik wird die Stichprobe definiert (Kap. 4.2). Anschließend soll ein Kategoriensystem aufgestellt werden, das einen Rahmen für die Analyse der Inhalte bieten soll (Kap. 4.3). Im Anschluss daran erfolgt die Analyse anhand der dargestellten Methodik. Die Ergebnisse aus der Analyse werden in Kapitel 5 aufgeführt. Hierfür werden quantitative Ergebnisse aufgezeigt (Kap. 5.1), die im Anschluss durch eine qualitative Analyse einzelner Beiträge ergänzt werden (Kap. 5.2). Die dargestellten Ergebnisse liefern die Grundlage für die nachfolgende Beantwortung der Hypothesen (Kap. 5.3). In Kapitel 6 folgt ein Vergleich der Ergebnisse mit dem vorliegenden empirischen Forschungsstand. Zudem wird die Fragestellung dieser Arbeit kritisch diskutiert, bevor offene Fragen dargestellt werden. Abschließend wird ein Ausblick gegeben (Kap. 7).

Zu Beginn der vorliegenden Arbeit soll in der dreigliedrigen Einleitung in das Thema *Die digitale Präsenz von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen auf der Social Media Plattform Instagram* eingeführt werden. Daraufhin wird die Zielsetzung der Ausarbeitung dargestellt. Abschließend soll der

Aufbau und das methodische Vorgehen erläutert werden. Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt anhand des Leitfadens von Gebhardt und Ebenbeck (2023). Aus Gründen der Lesbarkeit wird nachfolgend auf die Verwendung geschlechtsbezogener Sprachformen verzichtet. In der folgenden Ausarbeitung wird das generische Maskulinum verwendet, wobei immer Personen aller Geschlechter gemeint sind.

Die Daten sind auf [osf.io](https://osf.io/ug3fb/?view_only=4a7fadd99854085b59c11d00ec52182) unter dem Account `ug3fb` zugänglich:
https://osf.io/ug3fb/?view_only=4a7fadd99854085b59c11d00ec52182

In der vorliegenden Version wurden die Abbildungen der Beiträge herausgenommen, sind aber als Abbildung zitiert.

2 Theoretischer Hintergrund

In dem nachfolgenden Kapitel sollen Aspekte des Lehrkräfteberufes und der Nutzung von Sozialen Medien theoretisch beleuchtet werden. Hierzu wird zuerst der Begriff der Lehrkraft definiert und anschließend auf die Anforderungen an Lehrkräfte sowie die Standards der Lehrerbildung eingegangen. Erste Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Grundschullehramt und in der Sonderpädagogik werden dargestellt. Anschließend wird der Begriff Soziale Medien definiert und ein Überblick über verschiedene Social Media Plattformen gegeben. Danach wird die Plattform Instagram vertieft vorgestellt. Abschließend werden vorliegende empirische Erkenntnisse zur Thematik aufgezeigt.

2.1 Lehrkräfte in Deutschland

Der Beruf der Lehrkraft ist kein Beruf der Neuzeit. Bereits in der Antike gab es Vorformen des Lehrkräfteberufes, welcher jedoch weniger das Unterrichten als Hauptaufgabe sah (Terhart, 2023). Vielmehr war der „Aufgabenkreis [...] auf die Vermittlung elementarer Kulturtechniken (Lesen, Schreiben, Rechnen) sowie auf die Unterweisung in Sport und Musik eingegrenzt“ (Terhart, 2023, S.19). Das Bildungssystem und auch der Lehrkräfteberuf haben sich bis zum 21. Jahrhundert stark gewandelt (Terhart, 2023). Im Schuljahr 2022/2023 waren in Deutschland 820.353 Lehrkräfte an allgemeinbildenden Schulen tätig (Statistisches Bundesamt, 2023). Die Frage, die sich zunächst stellt, ist, was Lehrkräfte heute sind, was sie leisten und welche Anforderungen sie erfüllen sollen.

2.1.1 Begriffsdefinition

„Lehrkräfte sind Expert(inn)en für das Lernen und Lehren“ (Kunina-Habenicht et al., 2016, S.319). Diese Beschreibung von Kunina-Habenicht et al. (2016) umschreibt wohl das bekannteste Bild einer Lehrkraft. Eine einheitliche Definition gibt es jedoch nicht. Synonyme für den Begriff der Lehrkraft sind die des Lehrers oder der Lehrerin sowie der Lehrperson. Der Duden definiert einen Lehrer als eine „Person, die an einer Schule unterrichtet“ (Cornelsen Verlag, 2024, o. S.). Weiter wird auch eine an Hochschulen und Universitäten lehrende Person oder eine ausbildende Person als Lehrer bezeichnet (Cornelsen Verlag, 2024). Um als Lehrkraft an deutschen Schulen arbeiten zu können ist eine zweigliedrige Ausbildung notwendig (Romer, 2018; KMK, 2004). Diese unterteilt sich in „ein theoriebetontes Lehramtsstudium und einen Vorbereitungsdienst (Referendariat), in dem die Lehramtsanwärter bereits

regulär Unterricht in Schulklassen geben“ (Romer, 2018, S.19). Für Romer (2018) sind Lehrkräfte „die entscheidende Größe einer wichtigen Sozialisationsinstanz, der Schule, in der die Kinder und Jugendlichen auf ihr Leben in unserer Gesellschaft vorbereitet werden“ (Romer, 2018, S.1). Er zählt ein breites Wissen und Können sowie die Übernahme von gesellschaftlichen, demokratischen Werten und Normen zu den klassischen Eigenschaften von Lehrkräften (Romer, 2018). Es wird sichtbar, dass eine Definition des Berufs der Lehrkraft meist über die Zuschreibung verschiedener Aufgabenbereiche erfolgt. Die Aufgaben von Lehrkräften können sich innerhalb verschiedener Bundesländer, Schularten oder einzelner Fächer stark unterscheiden (Romer, 2018). Romer (2018) beschreibt einige grundlegende Aufgaben von Lehrkräften, die nachfolgend knapp erläutert werden sollen. Zunächst wird das Unterrichten als zentrale Aufgabe von Lehrkräften beschrieben (Romer, 2018). Hinzu kommt die Unterrichtsvor- sowie -nachbereitung, sowohl auf inhaltlicher (was wird gelehrt?) als auch methodischer (wie wird gelehrt?) Ebene (Romer, 2018). Daneben sollen Lehrkräfte ihren Unterricht an die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kinder und Jugendlichen anpassen, was im Kontext der Heterogenität und Inklusion an Relevanz gewinnt (Romer, 2018; Gebhardt, 2024). Des Weiteren werden Aufgaben des Bewertens und der Leistungsmessung, der Erziehung oder der Vermittlung digitaler Kompetenzen im Zeitalter der Digitalisierung aufgezählt (Romer, 2018). Zudem werden auch die Beratung sowie die Kooperation zwischen Lehrkräften und den Erziehungsberechtigten, sowie die Vernetzung mit Kollegen in der Schule erwähnt (Romer, 2018). Nach Gebhardt (2024) nimmt gerade die Kooperation und Zusammenarbeit der Lehrkräfte im Zuge der inklusiven Schulentwicklung eine neue, wichtige Rolle ein. Um Schüler inklusiv unterrichten zu können, erfordert es ein hohes Maß einer gemeinsamen Gestaltung und Planung von Lernsituationen und pädagogischer Maßnahmen (Gebhardt, 2024). Ähnlich wie auch Romer (2018) und Gebhardt (2024) die Aufgabenbereiche von Lehrkräften beschreiben, werden die Standards der Lehrerbildung und Anforderungen an Lehrkräfte in der Kultusministerkonferenz (KMK) aus dem Jahre 2004 definiert.

2.1.2 *Standards der Lehrerbildung*

Die Kultusministerkonferenz beschreibt in den Standards für die Lehrerbildung, welche Anforderungen Lehrkräfte erfüllen sollen (KMK, 2004). Die Standards der Lehrerbildung „beziehen sich auf Kompetenzen und somit auf Fähigkeiten, Fertigkeiten und Einstellungen, über die eine Lehrkraft zur Bewältigung der beruflichen Anforderungen verfügen soll“ (KMK, 2004, S.4). „Die Kultusministerkonferenz bezieht sich dabei auf die in den Schulgesetzen der Länder formulierten Bildungs- und Erziehungsziele“ (KMK, 2004, S.3). Den Standards für die Lehrerbildung zu Folge werden Lehrkräften die folgenden fünf zentralen Aufgabenbereiche zugeschrieben:

- **Lehren und Lernen:** „Kernaufgabe ist die gezielte und nach wissenschaftlichen Erkenntnissen gestaltete Planung, Organisation und Reflexion von Lehr- und Lernprozessen sowie ihre individuelle Bewertung und systemische Evaluation“ (KMK, 2004, S.3).
- **Erziehung:** Die Erziehungsaufgabe in der Schule ist mit dem Unterricht und dem Schulleben zu verknüpfen und soll in Kooperation mit den Eltern gestaltet werden (KMK, 2004).

- **Beurteilen und Beraten:** Lehrkräfte vergeben „Berechtigungen für Ausbildungs- und Berufswege kompetent, gerecht und verantwortungsbewusst“ (KMK, 2004, S.3).
- Weiterentwicklung von Kompetenzen und Nutzung von **Fort- und Weiterbildungsangeboten:** Lehrkräfte sollen über neue wissenschaftliche Erkenntnisse aufgeklärt werden und Kontakt zu außerschulischen Institutionen und der Arbeitswelt pflegen (KMK, 2004).
- Beteiligung an der **Schulentwicklung:** Lehrkräfte beteiligen sich „an der Gestaltung einer lernförderlichen Schulkultur und eines motivierenden Schulklimas. Hierzu gehört auch die Bereitschaft zur Mitwirkung an internen und externen Evaluationen“ (KMK, 2004, S.3).

Auf Grundlage dieser Aufgabenbereich werden vier zentrale Kompetenzen formuliert, über welche Lehrkräfte verfügen sollen: Unterrichten, Erziehen, Beurteilen und Innovieren (KMK, 2004). Den genannten Kompetenzen werden verschiedene Standards zugeteilt, welche in der zweigliedrigen Ausbildung von Lehrkräften erlernt werden sollen (KMK, 2004). Hierbei wird zwischen der theoretischen und der praktischen Ausbildung von Lehrkräften unterschieden (KMK, 2004).

Diese Arbeit legt den Fokus auf Lehrkräfte, die sich im beruflichen Kontext auf der Social Media Plattform Instagram bewegen. Aus diesem Grund sollen nachfolgend einzelne Standards der Lehrerbildung in Bezug auf ihre Relevanz für den Einsatz des „#instalehrerzimmer“ (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) und den digitalen Austausch unter Lehrkräften analysiert werden. Im Kompetenzbereich *Unterrichten* wird auf die Gestaltung von Unterrichtsmaterialien und Medien eingegangen (KMK, 2004). Hierbei wird die Nutzung digitaler Medien und Unterrichtsmaterialien explizit benannt (KMK, 2004). Dabei wird jedoch auf eine kritische und reflektierte Auswahl digitaler Medienangebote sowie deren verantwortungsbewusster und rechtssicherer Nutzung hingewiesen (KMK, 2004). Im Kompetenzbereich *Erziehung* steht zunächst die Kooperation mit anderen Professionen und Einrichtungen in Bezug auf die Unterstützung von Schülern und der Nutzung von Präventionsmaßnahmen im Fokus (KMK, 2004). Ein digitaler Austausch und die Vernetzung über Soziale Medien werden nicht ausgeschlossen. Im Bereich der Werteerziehung wird auf „die Bedeutung der Medien für Werthaltungen, Meinungsbildung und Entscheidungsprozesse“ (KMK, 2004, S.10) eingegangen. Lehrkräften wird in diesem Zusammenhang die Reflexion eigenen Medienhandelns zur Aufgabe (KMK, 2004). Allgemein soll auf eine kritische Auseinandersetzung mit Medieninhalten geachtet werden, was auch an die Kinder und Jugendlichen weitergeben werden soll (KMK, 2004). Der Kompetenzbereich *Beurteilen* zeigt keinerlei Verknüpfungspunkte in Bezug auf die Nutzung Sozialer Medien und digitaler Inhalte, weshalb dieser außer Acht gelassen wird. Im Gegensatz hierzu nimmt der Kompetenzbereich *Innovieren* eine wichtige Rolle ein: so wird als zentrale Kompetenz beschrieben, dass Lehrkräfte „digitale Möglichkeiten zur Unterstützung der Organisation von unterrichts- und schulbezogenen Tätigkeiten unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Anforderungen [nutzen]“ (KMK, 2004, S.14; Hinzufügung S. S.). Daneben sollen Lehrkräfte digitale Technologien sowie deren rechtlichen Bestimmungen kennen und anwenden können (KMK, 2004). Das Geben von Rückmeldungen und der Austausch mit anderen Pädagogen wird dabei

als wichtige Voraussetzung für die Optimierung des eigenen pädagogischen Handelns gesehen (KMK, 2004).

Es ist zu erkennen, dass die beschriebenen Kompetenzbereiche in den Standards der Lehrerbildung die Nutzung digitaler Medien(-inhalte) explizit benennt und als Teil der theoretischen und praktischen Ausbildung von Lehrkräften sieht, wobei eine kritische und pädagogisch wertvolle Haltung vorausgesetzt wird. Diese Kompetenzen können auch auf den Umgang und Gebrauch von Social Media Plattformen wie Instagram übertragen werden.

2.1.3 *Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Grundschule und der Sonderpädagogik*

„Der allgemeine Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule leitet sich aus den übergreifenden Grundsätzen des Grundgesetzes ab; er wird präzisiert durch die Bestimmungen in den Landesverfassungen und den Schulgesetzen der Länder“ (KMK, 2020, S.10).

Die gemeinsamen Grundstrukturen des deutschen Schulwesens werden von der Kultusministerkonferenz der Länder vereinbart und beruhen auf den Grundsätzen des Grundgesetzes (KMK, 2020). Dabei wird die Verantwortung für den Bereich des Bildungswesens aufgrund der föderalen Gliederung Deutschlands den einzelnen Bundesländern zugeschrieben (KMK, 2020). Aus diesem Grund kommt es zu Unterschieden in der Ausübung des Lehrerberufes und den Aufgabenbereichen von Lehrkräften in den 16 Bundesländern. Dennoch gibt es grundlegende Standards und Empfehlungen für die Gestaltung von Schule und Unterricht, die von der Kultusministerkonferenz festgelegt werden. Auf Grundlage der *Empfehlungen zur sonderpädagogischen Förderung in den Schulen in der Bundesrepublik Deutschland* (KMK, 1994) und der *Vereinbarung zur Arbeit in der Grundschule* (KMK, 2024) sollen nachfolgend Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Bereich des Grundschullehramtes und der Sonderpädagogik erarbeitet werden. Die *Empfehlungen zur sonderpädagogischen Förderung in den Schulen in der Bundesrepublik Deutschland* (KMK, 1994) sollen am Beispiel des *sonderpädagogischen Schwerpunkt LERNEN* (KMK, 2019) stellenweise ergänzt werden.

Die KMK beschreibt die Grundschule als „erste gemeinsame Schule [und] Lern- und Lebensort für Schülerinnen und Schüler mit unterschiedlicher Herkunft und verschiedenen biografischen sowie kulturellen Erfahrungen“ (KMK, 2024, S.3; Hinzufügung: S. S.). Dabei soll die Grundschule eine „grundlegende und allseitige Bildung [sichern]“ (KMK, 2024, S.4; Hinzufügung: S. S.). Ähnliches beschreibt auch Gebhardt (2024). Hauptziel der Grundschule ist die Entwicklung von Kompetenzen und Wissen als Basis für das weitere Leben sowie die Vorbereitung auf den Übergang an weiterführende Schulen (KMK, 2024). Munser-Kiefer (2019) beschreibt die Grundschule als erste Schule, die „grundlegende Bildung und anschlussfähige Bildungsprozesse [initiiert]“ (Munser-Kiefer, 2019, S.103; Hinzufügung: S. S.). Die Sonderpädagogik dagegen „versteht sich [...] immer mehr als eine notwendige Ergänzung und Schwerpunktsetzung der allgemeinen Pädagogik“ (KMK, 1994, S.3; Auslassung: S. S.). Im schulischen Kontext „spricht man nicht mehr von Schülerinnen und Schülern mit Behinderung, sondern von Schülerinnen und Schülern mit [sonderpädagogischen Förderbedarf]“ (Dworschak, 2019, S.122;

Hinzufügung: S. S.). In dieser Arbeit soll der Begriff sonderpädagogischer Unterstützungsbedarf (SPU) genutzt werden, wie er von der KMK (2019) empfohlen wird. Diese Bezeichnung ist mit dem Begriff sonderpädagogischer Förderbedarf, so wie ihn Dworschak (2019) nutzt, gleichzusetzen (Gebhardt, 2024). Folgt man den Ausführungen der KMK so steht die Weiterentwicklung der schulischen, sonderpädagogische Förderung von Kindern und Jugendlichen mit SPU im Fokus (KMK, 1994). Menschen mit SPU haben ein Recht auf Bildung ohne Diskriminierung auf der Grundlage der Chancengleichheit (Artikel 24) (United Nations, 2006). Demnach soll die sonderpädagogische Förderung das Recht von Kindern und Jugendlichen mit SPU „auf eine ihren persönlichen Möglichkeiten entsprechende schulische Bildung und Erziehung verwirklichen“ (KMK, 1994, S.4). Im Gegensatz zum leistungsorientierten Lernen an der Grundschule orientiert sich die Sonderpädagogik an der individuellen und sozialen Sozialisation der Schüler und setzt die Persönlichkeitsentwicklung sowie eine entwicklungsorientierte Vorbereitung auf das zukünftige Leben der Kinder und Jugendlichen mit SPU in den Vordergrund. Ein weiterer Unterschied ist in der inhaltlichen Gestaltung des Unterrichts zu finden: Die Grundschule folgt einem festgelegten Fächerkanon, der vor allem die Vergleichbarkeit der pädagogischen Arbeit ermöglichen soll (KMK, 2024). Die von der KMK festgelegten Bildungsstandards bilden hierbei die Grundlage für das fachspezifische Lernen und den Kompetenzerwerb in der Grundschule (KMK, 2024). Der Fokus liegt vor allem auf den Fächern Deutsch und Mathematik (KMK, 2024). Im Kontext der inklusiven Schule muss dieses System allerdings kritische betrachtet werden (Gebhardt, 2024). Freier kann die Unterrichtsgestaltung im Bereich der sonderpädagogischen Förderung sein. Sofern pädagogisch erforderlich, können „Zielsetzungen und Bildungsinhalte der Lehrpläne [entsprechend der individuellen Fördernotwendigkeiten] verändert [werden]“ (KMK, 1994, S.5; Hinzufügungen: S. S.). Die Kompetenzorientierung im Bereich der schulischen Förderung sowohl in der Grund- als auch Förderschule bildet eine Gemeinsamkeit. Während an der Grundschule zur Kompetenzförderung jedoch die Gestaltung von Lernsituationen durch die Lehrkraft im Vordergrund steht (KMK, 2024) wird in der Sonderpädagogik der Fokus auf die begleitende Funktion und die Unterstützung in individuell herausfordernden Situationen gelegt (KMK, 1994). Neben der Kompetenzorientierung sind die Pädagogische Diagnostik und Förderung sowohl Kernaufgaben der Lehrkräfte für Sonderpädagogik als auch der Grundschule, was im Zuge der inklusiven Schule an Bedeutung gewinnt (Gebhardt, 2023). „Die individuelle Förderung [an Grundschulen] setzt an den Lern- und Entwicklungsausgangslagen sowie den unterschiedlichen Interessen, Stärken, Potenzialen sowie Talenten der Schülerinnen und Schüler an“ (KMK, 2024, S.16; Hinzufügung: S. S.). Im Mittelpunkt steht im Bereich der Grundschule allerdings bisher die Überprüfung des grundlegenden Kompetenzerwerbs aufgrund der länderspezifischen Vorgaben sowie eine konstruktive Leistungsrückmeldung (KMK, 2024). In der Sonderpädagogik ist die Diagnostik lernprozessbegleitend und bedient sich den Prinzipien der „Entwicklungsnähe, Ganzheitlichkeit, Kommunikations- und Handlungsorientierung“ (KMK, 1994, S.9). Im Schwerpunkt LERNEN werden sonderpädagogische Angebote auf Grundlage einer prozess- und inhaltsbezogenen Diagnostik festgelegt (KMK, 2019). Hierbei ist die Diagnostik „Grundlage für die Entscheidung über zieldifferente Unterrichtsangebote

(Feststellungsdiagnostik) als auch für die Planung individueller Bildungsangebote (Förderdiagnostik)“ (KMK, 2019, S.11). Allgemein dient die sonderpädagogische Diagnostik der Feststellung von Faktoren, „die maßgebliche Auswirkungen auf die schulische Bildung und die Lern- und Leistungsentwicklung haben oder [die] gesellschaftliche Teilhabe einschränken können“ (KMK, 2019, S.11; Hinzufügung: S. S.). Es sollen der aktuelle Entwicklungsstand, Kompetenzen und individuelle Stärken erfasst werden, aus welchen dann eine für das Kind oder den Jugendlichen passende Förderung abgeleitet werden kann (KMK, 2019).

Es wird sichtbar, dass sich die Aufgabenbereiche im Grundschulbereich und in der Sonderpädagogik überschneiden, sich die praktische Ausführung jedoch unterscheidet. Ziel sollte im Kontext der inklusiven Schule jedoch eine weitere Vernetzung und Zusammenarbeit der Grundschullehrkräfte und Sonderpädagogen sein (Gebhardt, 2024), um ein individuelles, differenziertes Lernangebot für alle Kinder und Jugendlichen schaffen zu können.

2.1.4 *Lehrerkooperation*

Betrachtet man die aktuelle Forschung im Bereich der Lehrkräfte und deren Nutzung der Plattform Instagram, fällt auf, dass dies oft im Zusammenhang mit der Professionalität von Lehrkräften sowie der Bedeutung der Kooperation unter Lehrkräften untersucht wird (Kruse et al., 2023). Aus diesem Grund soll eine kurze Erklärung der Begrifflichkeiten erfolgen.

Die Kooperation unter Lehrkräften sowie der professionelle Austausch zur eigenen Weiterbildung zählen zu den zentralen Anforderungen, die Lehrkräfte erfüllen sollen (KMK, 2004) und ist entscheidend für die inklusive Schulentwicklung (Gebhardt, 2024). Kullmann (2023) definiert Lehrerkooperation wie folgt:

„Lehrer:innenkooperation umfasst sämtliche Formen der konstruktiven und zielorientierten, wesentlich auf Kommunikation und Koordination beruhenden Zusammenarbeit mindestens zweier Lehrkräfte zugunsten ihrer individuellen pädagogischen Professionalität und/oder ihres Arbeitsplatzes Schule“ (Kullmann, 2023, S.389).

Diese Kooperation zwischen Lehrkräften, wie hier beschrieben, spiegelt jedoch nicht die Wirklichkeit wider (Kullmann, 2023). Ein Mangel an geeigneten Arbeitsplätzen, zeitliche Ressourcen oder eine organisatorische Autonomie sowie die eigene pädagogische Freiheit führen dazu, dass Lehrkräfte häufig auf solch eine Kooperation verzichten (Kullmann, 2023). Nach Kruse et al. (2023) muss das Verständnis von Kooperation, bezogen auf soziale Netzwerke, ergänzt werden: Kruse und Kollegen sehen das Ziel der Kooperation in sozialen Netzwerken darin, dass Lehrkräfte einerseits bessere Lernergebnisse erzielen und andererseits durch die Bereitstellung von Materialien und Inspirationen (zeitlich) entlastet werden können (Kruse et al., 2023). Nach Gebhardt (2024) stellt das vernetzte Arbeiten, das Teilen von Wissen sowie die gemeinsame Gestaltung von Lernsituationen eine Grundlage für Kooperation dar und ist ausschlaggebend für den Erfolg einer inklusiven Schule.

2.2 Soziale Medien

„Das Internet ist mittlerweile zu dem wohl wichtigsten Kommunikationsmedium für Privatpersonen und Unternehmen geworden“ (Ulbricht, 2018, S.9). Wie dieses Zitat von Ulbricht zeigt, hat sich der Nutzen und die Wichtigkeit des Internets in den vergangenen Jahren verändert. Das Internet bietet eine neue Oberfläche für Kommunikation und Austausch. Dabei spielen Soziale Medien, auch unter dem englischen Begriff *Social Media* bekannt, eine wichtige Rolle. Sie „stehen für schnellen und sichtbaren Austausch auf Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn oder TikTok“ (Pahrmann & Kupka, 2022, S.23). Was unter Sozialen Medien verstanden wird und wie sich diese von traditionellen Medien unterscheiden, soll nachfolgend aufgezeigt werden.

2.2.1 Begriffsdefinition

Nach Hickethier (2010) sind **Medien** Vermittlungsinstanzen, die zwischen Mensch und Umwelt vermitteln und die Realität in einem sogenannten Medienprodukt darstellen. Unterscheiden lassen sich Medien in primäre, sekundäre und tertiäre Medien (Hickethier, 2010). Primäre Medien beschreiben dabei alle Formen non-verbaler Ausdrucksweisen zwischen Personen, wie Mimik oder Gestik (Hickethier, 2010). Ist dagegen ein Gerät zur Produktion eines Inhaltes oder einer Aussage notwendig, so spricht man von sekundären Medien, zu welchen zum Beispiel geschriebene oder gedruckte Texte gehören (Hickethier, 2010). Die tertiären Medien unterscheiden sich darin, dass neben der Produktion auch zur Rezeption des Inhaltes ein Gerät benötigt wird (Hickethier, 2010). Zu letzteren zählen beispielweise Fernseher, Computer oder Radio (Hickethier, 2010). Hickethier sieht in dieser Ordnung zum einen eine gewisse soziale Mittelungsordnung und zum anderen die „zunehmende Technisierung der medialen Kommunikation“ (Hickethier, 2010, S.22). Unter Berücksichtigung dieser fortschreitenden Technisierung verwundert es nicht, dass sich der Mensch in einer Zeit des Wandels von analogen zu digitalen Medien befindet. Jungjohann (2024) beschreibt dieses Zeitalter als „digitale Medienkultur“, die sich durch die digitale Vermittlung von Informationen, basierend auf verschiedenen Technologien, kennzeichnet. In diesem Kontext spielen auch Soziale Medien, ein Teilbereich der digitalen Medien, eine immer wichtigere Rolle (Jungjohann, 2024).

Um **Soziale Medien** definieren zu können, gibt es, wie Decker (2019) zeigt, verschiedene Ansätze. Decker (2019) weist darauf hin, dass eine einheitliche Definition des Begriffes nicht vorliegt. Er spricht nach der Analyse verschiedener Definitionsansätze von einer Zweiteilung: zum einen werden Soziale Medien als technische Plattformen gesehen, zum anderen wird der Begriff als eine Art Phänomen genutzt, welcher virtuelle Beziehungen beschreiben soll (Decker, 2019). Aufgrund der umfangreichen Analyse und der Beachtung der zweiteiligen Bedeutung wird die Definition nach Decker (2019) gewählt. Diese lautet wie folgt:

„Der Begriff Social Media im Singular beschreibt das Phänomen, bei dem Nutzer über virtuelle Anwendungsplattformen des Web 2.0, des Web 3.0 oder sonstigen technischen Weiterentwicklungen miteinander interagieren, dabei eigene Inhalte kreieren (sogenannten User-Generated-

Content) und diese miteinander austauschen. Der Begriff Social Media im Plural umfasst die damit verbundenen digitalen Kommunikationsdienste und Technologien, um die zuvor erwähnte Interaktion zwischen den Nutzern zu ermöglichen. Synonym lassen sich Social Media u. a. als soziale Medien, soziale (Anwendungs-)Plattformen, Social-Media-Kanäle oder -Plattformen sowie als Social Web bezeichnen“ (Decker, 2019, S.115)

Dieser Definition ist zu entnehmen, dass Soziale Medien mehr beschreiben als das reine Angebot verschiedener Internetplattformen. Social Media beschreibt neben der reinen Nutzung einzelner Plattformen auch den Prozess der Vernetzung, das Knüpfen digitaler Kontakte und das Bilden eines Netzwerkes über das Internet. Das Internet spielt hierbei eine zentrale Rolle in Bezug auf soziale Medien. Die dargestellte Definition führt die Begriffe Web 2.0 und Web 3.0 an, welche nachfolgend knapp erläutert werden sollen. Als Web 2.0 wird die zweite Stufe der Evolution des Internets verstanden, die Nutzern erlaubt, digitale Inhalte nicht nur zu konsumieren, sondern auch aktiv zu gestalten und digitale Inhalte zu produzieren (Gerecke & Frey, 2023). Das Web 3.0 führt die Evolution des Internets weiter und ermöglicht nun auch das selbstständige Speichern und Verwalten personenbezogener Daten im Internet (Gerecke & Frey, 2023). Das bedeutet, dass Daten nun nicht mehr über die Plattformen zentralisiert gespeichert und verwaltet werden, sondern Nutzer dies selbst tun können, was zur Datensicherung und dem Datenschutz beitragen soll (Gerecke & Frey, 2023).

Gerecke und Frey (2023) beschreibt den Begriff **Soziale Medien** als „die Möglichkeit der Nutzer, über die digitalen Medien und Technologien in einen Austausch mit anderen zu gelangen“ (Gerecke & Frey, 2023, S.2). Die Nutzung solcher digitalen Medien erfolgt zum Zweck der Kommunikation und Interaktion, welche nach Gerecke und Frey auch die Kernmerkmale sozialer Medien darstellen (Gerecke & Frey, 2023). So beschreibt der Teil „Sozial“ des Begriffes die Merkmale von Social Media Plattformen – die soziale Interaktion der Nutzer. Der Teil „Medien“ steht vielmehr für den technischen Hintergrund und bezieht sich auf digitale Medien und Technologien. Aufgrund der sozialen Interaktion und Kommunikation kann es soziale Medien erst seit der Entstehung des Web 2.0 geben, da davor das eigene Generieren von Inhalten und die Veröffentlichung im Internet nicht möglich waren (Gerecke & Frey, 2023). Ein weiterer Begriff, der in Bezug auf Soziale Medien oft angewandt wird und ebenfalls vielseitige Deutung erlaubt, ist **Soziales Netzwerk**. Hierbei können sowohl Plattformen, die eine soziale Vernetzung ermöglichen, fallen (Decker, 2019). Andererseits wird der Begriff des Sozialen Netzwerkes auch mit dem Phänomen der Vernetzung gleichgesetzt, also der sozialen Interaktion auf Social Media Plattformen.

Aufgrund der Vielfalt der Begrifflichkeiten werden für die nachfolgende Arbeit die Begriffe wie folgt definiert: der Begriff der **Sozialen Medien** beschreibt alle Plattformen, Apps und Technologien, die dem Zweck der Interaktion und Kommunikation im Internet nach der Definition von Gerecke und Frey (2023) gerecht werden. Wird dagegen von einem **sozialen Netzwerk** gesprochen, so ist das Phänomen der Vernetzung der Nutzer über Soziale Medien gemeint.

2.2.2 Überblick über verschiedene Arten von Sozialen Medien

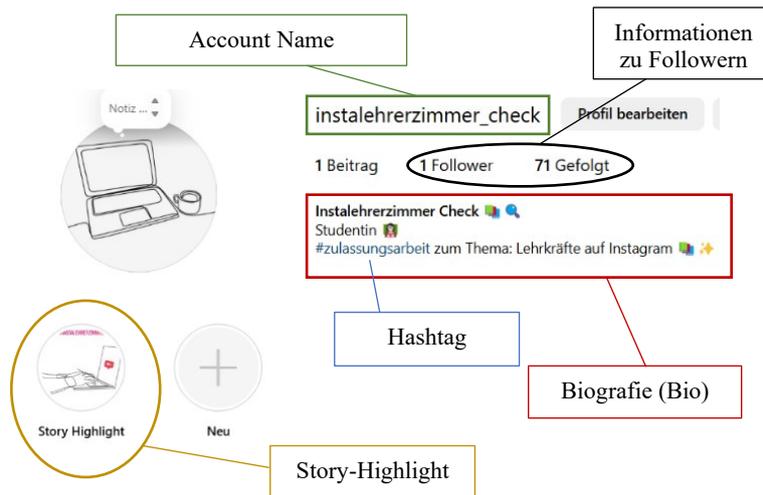
Spricht man von Sozialen Medien so kommen einem zahlreiche Apps und Plattformen in den Sinn. Das Angebot ist vielfältig und stets steigend. Gerecke und Frey (2023) unterscheidet zwischen verschiedenen Arten von sozialen Medien, die nachfolgend aufgezeigt werden. Zunächst beschreiben sie die „**klassischen sozialen Medien**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3). Zu diesen werden Plattformen gezählt, welche statische Inhalte darstellen und textlichen Austausch ermöglichen, wie beispielsweise Facebook oder Twitter (heute: X) (Gerecke & Frey, 2023). Im weiteren Sinne werden auch „**Messenger-Apps**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) wie WhatsApp, Threema, Signal oder Telegram zu den klassischen sozialen Medien gezählt. Neben der reinen Nutzung von sozialen Medien zum Zweck der Kommunikation spielen mittlerweile auch sogenannte „**Video-Sharing-Dienste**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) eine zentrale Rolle. Hier steht neben der Kommunikation vor allem das Teilen und Streamen kurzer Videos im Vordergrund. Beispiele sind TikTok und Instagram, die zunehmend mit der Online-Plattform YouTube vergleichbar sind (Gerecke & Frey, 2023). Neben den klassischen sozialen Medien und den genannten Video-Sharing-Diensten kommen „**Berufsnetzwerke**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) hinzu. LinkedIn und xing sind Plattformen, die neben dem privaten Austausch vor allem zu beruflichen Zwecken genutzt werden (Gerecke & Frey, 2023). Des Weiteren werden zu den sozialen Medien auch „**Videokonferenz-Lösungen**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) wie beispielsweise Teams und Skype gezählt oder „**Musik-Streaming-Apps**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) wie Spotify, Apple Music oder Amazon Music. Zuletzt sollen auch „**Bewertungsplattformen**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) wie jameda oder yelp sowie „**Cloud-Dienste**“ (Gerecke & Frey, 2023, S.3) wie Dropbox, iCloud oder Google Drive beachtet werden. Grabs et al. (2022) zählen noch zwei weitere Formen zu den sozialen Medien: zum einen benennen sie „**Blogs**“ (Grabs et al., 2022, S.29) und zum anderen „**Open-Source-Plattformen**“ (Grabs et al., 2022, S.29). Zu letzteren zählen Suchmaschinen wie beispielsweise Wikipedia (Grabs et al., 2022). Blogs dagegen beschreiben „eine chronologisch strukturierte Website, die in Form eines Online-Tagebuchs oder Journals geführt wird“ (Grabs et al., 2022, S.344). Es existieren zahlreiche Arten von Blogs, die sich auf verschiedene Inhalte spezialisieren. Genutzt werden Blogs nicht nur aus persönlichen Gründen, sondern auch immer öfter zu beruflichen Zwecken.

2.2.3 Instagram

Instagram zählt mit zwei Milliarden Nutzern neben Facebook und YouTube zu den größten sozialen Medien weltweit (We Are Social, DataReportal & Meltwater, 2024). „Das 2010 gegründete Instagram wurde 2012 von Facebook übernommen und hat sich zu einer der beliebtesten Social-Media-Plattformen gemausert“ (Pahrmann & Kupka, 2022, S.377). Instagram ist eine für private Accounts kostenlose App für Android- und iOS-Geräte, mit welcher Nutzer Fotos machen, bearbeiten und teilen können (Pahrmann & Kupka, 2022). In den vergangenen Jahren ist Instagram stark gewachsen und hat zahlreiche Nutzer dazugewonnen. In Deutschland nutzen im Jahr 2023 rund 35% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mindestens einmal wöchentlich Instagram (ARD/ZDF-Forschungskommission, 2023). Damit ist Instagram deutschlandweit die meistgenutzte Social-Media-Plattform (ARD/ZDF-

Forschungskommission, 2023). Gerade in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen wird diese Plattform am häufigsten genutzt: hier liegt der Nutzer-Anteil bei 79% (ARD & ZDF, 2023). Die ursprünglich als Foto-Sharing-App veröffentlichte Plattform hat sich weiter entwickelt zu einer App, auf welcher nun auch das Teilen von Videos, der Verkauf und das Bewerben von Produkten und Dienstleistungen (Social Commerce) oder das Schreiben von Nachrichten (Messaging) im Vordergrund stehen (Grabs et al., 2022). Instagram vereinigt aktuelle Trends und digitale Entwicklungen in seinem Angebot, um nicht von neuen Plattformen verdrängt zu werden (Grabs et al., 2022). Beispiele hierfür sind das von Snapchat kopierte Erstellen von Stories oder die an TikTok orientierten Instagram Reels (Grabs et al., 2022). Instagram Stories beschreiben Foto- oder Videobeiträgen, die für 24 Stunden in einem Instagram Profil sichtbar sind (Pahrmann & Kupka, 2022). Um Stories dauerhaft auf einem Account zur Verfügung stellen zu können, wurden sogenannte Story-Highlights eingeführt, zu welchen Stories hinzugefügt und auch nach 24 Stunden noch aufgerufen werden können (Grabs et al., 2022). Instagram Reels dagegen sind das neueste Content-Format auf Instagram (Grabs et al., 2022). Reels sind Videos von maximal 60 Sekunden Dauer im Hochformat, die mit der App erstellt oder aus abgespeicherten Inhalten hochgeladen werden können (Grabs et al., 2022). Neben Reels und Stories können Bilderposts erstellt werden, was das ursprüngliche Format von Instagram darstellt (Grabs et al., 2022). Jeder Bilderpost kann durch eine Caption, eine Beschreibung des Bildes in Textformat, durch Emojis oder Hashtags ergänzt werden (Grabs et al., 2022). „Hashtags spielen auf Instagram eine ganz besondere Rolle, da durch sie kommuniziert wird und Reichweite außerhalb der eigenen Follower gewonnen werden kann“ (Grabs et al., 2022, S.235). Zudem ermöglichen Hashtags eine systematische Suche nach Inhalten (Grabs et al., 2022). Die Reichweite auf Instagram beschreibt die Anzahl der Personen, die einen geteilten Beitrag gesehen hat (Grabs et al., 2022). Follower sind alle Accounts, die einem Profil folgen (Grabs et al., 2022). Sie werden auch als Abonnenten bezeichnet (Grabs et al., 2022). Follower haben die Möglichkeit, Beiträge anderer Nutzer zu liken, zu kommentieren oder zu speichern (Grabs et al., 2022). Dieses Verhalten wird als Interaktion bezeichnet (Grabs et al., 2022). Jedes Instagram Profil verfügt neben geteilten Beiträgen zudem über die sogenannte „Bio“, was für Biografie steht und einen Überblick über den Account geben soll (Grabs et al., 2022). Die Bio wird als eine Art Steckbrief verstanden, in welchem ein kurzer Überblick über die Person und die Inhalte des Accounts gegeben wird (Grabs et al., 2022). Zudem können Links zu anderen Plattformen oder Profilen sowie Hashtags und Emojis eingefügt werden (Grabs et al., 2022). Instagram Profile von bekannten Personen oder Marken, die einen gewissen kulturellen Einfluss auf die Instagram-Community haben, werden nach einer umfangreichen Analyse oft durch Instagram verifiziert (Lancaster, 2021). Dass ein Account verifiziert wurde, erkennt man an einem blauen Stern neben dem Namen des Instagramaccounts. Die Verifizierung soll Nutzern helfen, die Authentizität und Echtheit eines Profils zu erkennen (Lancaster, 2021).

Die nachfolgenden Abbildungen sollen den Aufbau eines Instagram-Accounts sowie eines Beitrages visualisieren.



Wie eine Studie der Greven Medien GmbH aus dem Jahr 2018 zeigt, wird Instagram jedoch nicht mehr nur zum Anschauen und Liken von Bildern und Stories von Freunden und Prominenten oder zur Unterhaltung genutzt (Greven, 2018). Nutzer geben an, Instagram zum Zweck der Informationsgewinnung zu verschiedenen Themen, Produkten und Marken oder zur eigenen Inspiration zu verwenden (Greven, 2018). Unternehmen oder Privatpersonen machen sich diesen Zweck zu nutzen. Auf Instagram sind zahlreiche Themen und Branchen vertreten (Grabs et al., 2022). Neben den ursprünglichen Hauptthemen wie Ernährung, Fitness, Mode oder Reisen (Grabs et al., 2022) haben auch schulische Themen ihren Platz auf der Plattform Instagram gefunden (Kruse et al., 2023). „Lehrkräften [werden] auf Instagram zahlreiche Möglichkeiten geboten, verschiedenste berufsbezogene Informationen und Materialien aufzubereiten, zu teilen, auszutauschen bzw. darauf zu reagieren“ (Kruse et al., 2023, S.281; Hinzufügung:

Abbildung 2-1: Beispiel Aufbau eines Instagram Profils
(eigene Darstellung: S. S.)

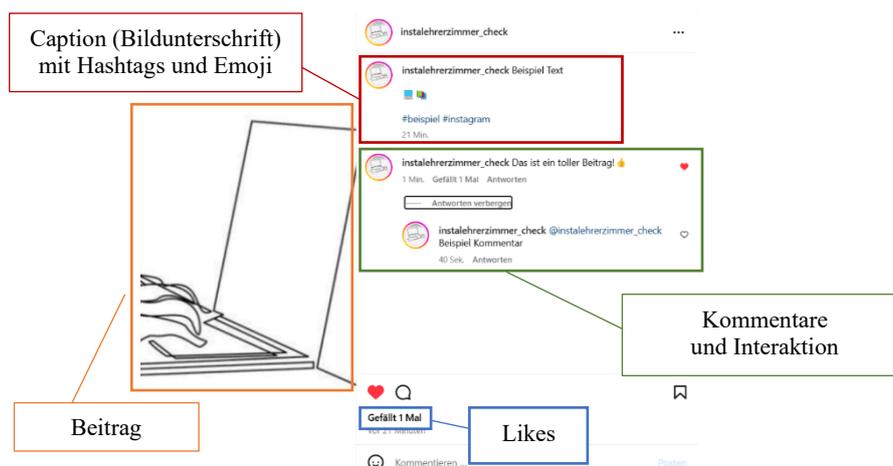


Abbildung 2-2: Beispiel Aufbau eines Instagram Beitrags
(eigene Darstellung: S. S.)

S. S.).

2.3 Empirische Forschung zu Lehrkräften auf Instagram

Dass Lehrkräfte sich in verschiedenen sozialen Netzwerken austauschen und Inhalte auf Social Media Plattformen teilen, ist keine Neuheit (Kruse et al., 2023). Der Aktivität von Lehrkräften auf Instagram wurde jedoch bislang geringere Beachtung als beispielsweise der auf Plattformen wie Facebook und X (ehemalig Twitter) geschenkt (Barrot, 2021). Es liegen einige wenige Befunde vor, die Aussagen über das Nutzungsverhalten der Plattform Instagram durch Lehrkräfte treffen (Kruse et al., 2023; Carpenter et al., 2020). Nachfolgend sollen ausgewählte Inhalte, Forschungsmethoden und Ergebnisse zur Untersuchung von Lehrkräften auf Instagram dargestellt werden.

In einer online Umfrage in verschiedenen Sozialen Medien untersuchten Carpenter et al. (2020) Motive von englischsprachigen Pädagogen in Bezug auf die Nutzung von Sozialen Medien, insbesondere von Instagram. Unter Mithilfe verschiedener Fachleute wurde ein Fragebogen generiert, der offene sowie geschlossene Fragestellungen in Bezug auf die Einwilligung zur Teilnahme, demografische Fragen sowie Instagram-bezogene Aspekte enthielt (Carpenter et al., 2020). Verbreitet wurde die Online-Befragung auf den Plattformen Instagram, Twitter (X), Reddit und Facebook, wobei mit Hashtags und Werbemethoden die Sichtbarkeit erhöht wurde (Carpenter et al., 2020). Insgesamt beteiligten sich 841 Lehrkräfte an der Umfrage (Carpenter et al., 2020). Die Fragebögen wurden quantitativ ausgewertet, wobei folgende Kernaussagen gemacht werden konnten: rund 71% der Befragten nutzen Instagram zu professionellen und beruflichen Zwecken, wobei 44% der Lehrkräfte berufliches und privates auf demselben Account posteten (Carpenter et al., 2020). Als Gründe für die Nutzung von Instagram im beruflichen Kontext galten beruflicher Rat und Wissen, Beispiele für Unterrichtsmethoden sowie Beispiele für Materialien, sowohl inhaltlicher als auch organisatorischer Art (Carpenter et al., 2020). Ähnliche Inhalte untersuchten auch Aghayi und Christison (2021) in einem dreijährigen Projekt. In einer Umfrage wurden Daten über die Gründe der Nutzung von Instagram durch 1500 englischsprachige Lehrkräfte, ihre Erwartungen an Instagram und die Aktivität auf der Plattform erhoben (Aghayi & Christison, 2021). Den Teilnehmern an der Untersuchung wurden sechs Fragen zu den genannten Aspekten gestellt, welche danach qualitativ analysiert und ausgewertet wurden (Aghayi & Christison, 2021). Die Ergebnisse zeigten, dass Instagram als ein sinnvolles und nützliches Werkzeug im Bereich der beruflichen Weiterbildung und des beruflichen Lernens empfunden wurde sowie als Ort der Vernetzung mit anderen Lehrkräften gesehen wurde (Aghayi & Christison, 2021). Die Zusammenarbeit unter Lehrkräften auf Instagram war auch Untersuchungsgegenstand einer Umfrage von Richter et al. (2022). Anhand eines Fragebogens, der über eine Online-Plattform verbreitet und über Instagram beworben wurde, wurden 249 Lehrkräfte in Deutschland zur Nutzung von Instagram als Plattform der beruflichen Zusammenarbeit befragt (Richter et al., 2022). Die Fragen konzentrierten sich auf drei Aspekte der Zusammenarbeit von Lehrkräften über Instagram: die Informationssuche, den Austausch von Informationen und das gemeinsame Erstellen von Inhalten (Richter et al., 2022). Ebenso wurden Merkmale von Lehrkräften untersucht, um anschließend den Zusammenhang von Selbstwirksamkeit und Begeisterung im Beruf mit dem Nutzungsverhalten von Instagram herzustellen (Richter et al., 2022). Wie auch den Ergebnissen der

Umfrage von Carpenter et al. (2020) zu entnehmen war, stellte sich heraus, dass Lehrkräfte Instagram nicht für einzelne Zwecke nutzen, sondern die Kombination aus Informationssuche, -austausch sowie dem gemeinsamen Gestalten von Inhalten im Vordergrund stand (Richter et al., 2022). Daneben stellten Richter et al. (2022) fest, dass bestimmte personenbezogene Merkmale und Charakteristika von Lehrkräften mit dem Nutzungsverhalten verbunden sind (Richter et al., 2022). So zeigte die Studie, dass gerade Lehrkräfte mit einer höheren Selbstwirksamkeit dazu neigten, Inhalte auf Instagram zu teilen und Informationen auszutauschen (Richter et al., 2022). Lehrkräfte mit großer Begeisterung für das Unterrichten zeigten dagegen eine höhere Aktivität im Bereich der Informationssuche (Richter et al., 2022). Richter et al. (2022) bezogen in ihren Analysen Aspekte der Motivations- und Persönlichkeitsforschung von Lehrkräften ein, welche hier nicht weiter ausgeführt werden sollen. Überschneidungen finden die Ergebnisse der Studie von Richter et al. (2022) auch mit aktuellen Forschungsergebnissen von Kruse et al. (2023). Demnach stand vor allem der Austausch der Lehrkräfte über wesentliche Fragen um den Lehrerberuf sowie die Kooperation im Vordergrund der Nutzung von Instagram (Kruse et al., 2023). Kruse et al. (2023) untersuchten das Nutzungsverhalten von Lehrkräften in Bezug auf die Lehrerkooperation und -professionsforschung im deutschsprachigen Raum (Kruse et al., 2023). Den Fokus setzten sie zudem auch auf die Inhalte des Austausches auf Instagram, da diesem bislang wenig Beachtung geschenkt wurde (Kruse et al., 2023). Außerdem sollten „Chancen und Risiken für die Professionalisierung mit einer beruflichen Instagram-Nutzung durch Lehrkräfte [aufgezeigt werden]“ (Kruse et al., 2023, S.286; Hinzufügung: S. S.). Untersucht wurden diese Forschungsfragen anhand eines leitfadengestützten Experteninterviews im Jahr 2022. Hierzu wurden drei auf Instagram aktive Lehrkräfte über die Nachrichtenfunktion der Plattform angeschrieben und so Kontakt aufgenommen. Die Accounts der Befragten sollten „über eine für die deutschsprachige Community mittlere bis hohe Anzahl an Follower:innen auf Instagram verfügen, die zum Zeitpunkt des Interviews vier- bis sechsstellig war“ (Kruse et al., 2023, S.286). Insgesamt wurden drei weibliche Lehrkräfte über die Videokonferenz-Software Zoom interviewt (Kruse et al., 2023). Den Ergebnissen der Interviews kann entnommen werden, dass fünf zentrale Motive für die Nutzung von Instagram für Lehrkräfte im Vordergrund standen: um Aufmerksamkeit für bestimmte Themen zu wecken; um sich selber weiterzubilden; um Unterstützung zu erhalten oder zu geben; um sich durch andere beruflich inspirieren zu lassen; aus finanzieller Motivation heraus (Kruse et al., 2023). Die bislang dargestellten Studien zeigen, dass Lehrkräfte Instagram unter anderem zur Kooperation mit anderen Lehrkräften nutzen und das Teilen berufsbezogener Inhalte eine wichtige Rolle spielte. Welche konkreten Inhalte auf Instagram zur Verfügung gestellt werden, untersuchten Shelton et al. (2020). Die Studie legte den Fokus nicht auf die Intentionen der Nutzung, sondern auf die geteilten Inhalte (Shelton et al., 2020). Dabei spezialisierten sich Shelton et al. auf Lehrkräfte, die der amerikanischen Organisation „Teach Your Heart Out“-Community, kurz TYHO (Teach Your Heart Out, 2024), angehören (Shelton et al., 2020). TYHO ist eine 2017 gegründete Organisation, die Fortbildungen für Lehrkräfte in den Vereinigten Staaten sowie auf den Bahamas und in der Karibik veranstalten, in welchen neben schulischen Inhalten auch forschungsbasierte Strategien vorgestellt

werden, die in der schulischen Praxis angewandt werden können (Teach Your Heart Out, 2024). Die Vorträge werden von Referenten gehalten, die der TYHO-Community angehören (Shelton et al., 2020). 18 dieser von TYHO gelisteten Referenten, die über einen öffentlich zugänglichen Instagram-Account verfügen, zählten zur Stichprobe der qualitativen Untersuchungen von Shelton et al. (2020). Diese wurden aufgrund ihrer Diversität ausgewählt, um ein möglichst vielfältiges Ergebnis zu erlangen (Shelton et al., 2020). Die 18 Profile sollten sich in Geschlecht, ethnischer Herkunft, geographischer Lage des Einsatzortes und dem aktuellen Einsatzbereich in der sogenannten „K-12“ unterscheiden (Shelton et al., 2020). Unter „K-12“ wird im amerikanischen Schulsystem die gesamte Schulzeit vom Kindergarten (K) bis zur zwölften Klasse (12) verstanden (Shelton et al., 2020). Innerhalb eines Zeitraums von vier Wochen wurden Instagram-Posts und Stories der gewählten Accounts untersucht (Shelton et al., 2020). Als Zeitraum wurde der Schulbeginn, von August bis September 2019, gewählt, da dieser Zeitraum für die Untersuchenden von besonderem Interesse war, da hier Ziele und Inhalte für das neue Schuljahr repräsentiert wurden. (Shelton et al., 2020). Zur Erhebung der Daten wurden die Posts und Stories der 18 Accounts innerhalb des gewählten Zeitraumes analysiert und anhand qualitativer Methoden codiert, nach eigenem Ermessen kategorisiert und zusammengefasst (Shelton et al., 2020). Aus der Auswertung des generierten Contents wurden vier zentrale Kategorien erschlossen, die die Art der Inhalte der TYHO-Lehrkräfte auf Instagram beschrieben (Shelton et al., 2020). Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass zu den zentralen Inhalten der TYHO-Community auf Instagram folgende vier Kategorien zählten: Werbeeinhalte, motivationale Inhalte, Posts, die zur Interaktion aufrufen sowie Aufrufe zur Umsetzung verschiedener Unterrichtsansätze (Shelton et al., 2020). Ebenfalls auf die Art der Inhalte, die von Lehrkräften auf Instagram geteilt werden, fokussierten sich Davis und Yi (2022) in ihrer qualitativen Studie zur Ergründung des Nutzungsverhaltens von Grundschullehrkräften im englischsprachigen Raum. Hierzu identifizierten Davis und Yi (2022) bekannte Instagram Profile von Lehrkräften auf der Social Media Plattform, indem sie über die Suchfunktion von Instagram nach Schlagwörtern und bekannten Hashtags aus dem schulischen Bereich suchten (Davis & Yi, 2022). Zudem wurden Accounts, die auf den gefundenen Profilen verlinkt waren, in der Stichprobe ergänzt (Davis & Yi, 2022). In der Studie wurde der Fokus auf Accounts gelegt, die mehr als 50000 Follower aufwiesen und deren Profil öffentlich zugänglich war (Davis & Yi, 2022). Zudem sollten sich die Personen hinter den Profilen im Hinblick auf verschiedene Charakteristika wie beispielsweise ethnischer Herkunft, Geschlecht oder Klassenstufe unterscheiden (Davis & Yi, 2022). Um die Datenmenge einzugrenzen wurden zwölf Lehrkräfte-Accounts ausgewählt, die anschließend genauer untersucht wurden (Davis & Yi, 2022). Zunächst wurden verschiedene Merkmale wie Name, Alter, Herkunft oder Geschlecht der Accounts identifiziert, welche anschließend mit Daten bezüglich der Instagram-Nutzung wie beispielsweise Anzahl der Follower, Verlinkungen, Anzahl der Posts oder Likes ergänzt wurden (Davis & Yi, 2022). Danach wurden die Posts pro Account innerhalb eines dreimonatigen Zeitraumes analysiert (Davis & Yi, 2022). Diese Beiträge wurden dann hinsichtlich ihres Inhaltes, der Darstellung sowie den Inhalten von Caption und Hashtags kategorisiert und analysiert (Davis & Yi, 2022). Nach Davis und Yi (2022) lag nach Analyse der Beiträge

der Lehrkräfte eine vermehrte Nutzung von Instagram zu beruflichen und persönlichen Zwecken vor. Im Bereich der beruflichen Inhalte wurden vor allem Beiträge zu Themen wie der Klassenzimmer-Gestaltung und Ästhetik, Lerninhalte sowie der beruflichen Weiterbildung geteilt (Davis & Yi, 2022). Ergänzt wurden solche Inhalte durch persönliche Beiträge, wie beispielsweise Einblicke in das Familienleben, Freundschaften oder Hobbies (Davis & Yi, 2022). Der Studie ist zudem zu entnehmen, dass der Anteil an Lehrkräften, die Instagram zu kommerziellen Zwecken nutzten, insgesamt jedoch überwiegt (Davis & Yi, 2022).

Zusammenfassung: Die dargestellten empirischen Forschungsdaten zeigen, dass bereits Untersuchungen von Lehrkräften auf Instagram vorliegen, diese sich jedoch größtenteils auf Lehrkräfte aus dem englischsprachigen Bereich beziehen. Zur Analyse der Nutzung von Instagram durch Lehrkräfte wurden einerseits Fragebögen und Umfragen eingesetzt, die anschließend quantitativ ausgewertet wurden. Andererseits wurde eine qualitative Inhaltsanalyse einzelner Beiträge durchgeführt. Es fällt auf, dass bei den Analysen häufig Personen und deren Profile ausgewählt wurden, die über eine große Reichweite, also eine hohe Anzahl an Followern, verfügen und einer bestimmten Gruppe an Lehrkräften zugehörten. Ziel der Umfragen war es überwiegend, die Intention der Lehrkräfte für die Nutzung von Instagram zu identifizieren. Qualitative Analysen dagegen hatten das Ziel, Inhalte zu kategorisieren und den tatsächlichen Nutzen von Instagram durch verschiedene Gruppen zu verstehen. Alles in allem ähnelten sich die Ergebnisse der Umfragen und Analysen im Wesentlichen: zentraler Zweck der Nutzung von Social Media Plattformen wie Instagram war die Kooperation von Lehrkräften, die sich in diesem digitalen Raum vernetzten und austauschten, weiterbildeten und motivierten. Die Analysen der tatsächlich geteilten Inhalte dagegen zeigten, dass neben der Kooperation vor allem auch die Vermarktung eigener Materialien sowie allgemein eine kommerzielle Nutzung im Vordergrund stand.

3 Fragestellung

Wie in Kapitel 2.2 dargestellt spielen Soziale Medien im Alltag der meisten Menschen eine wichtige Rolle. Dabei ist die Nutzung von Plattformen wie Instagram auch in verschiedensten Berufsfeldern sehr beliebt. Auch Lehrkräfte nutzen Soziale Medien, wie aktuelle Studien belegen (s. Kap. 2.3). Dieser Bereich scheint jedoch bislang eher ein Desiderat zu sein. Diesem soll mit dieser Arbeit begegnet werden.

3.1 Problemstellung

Betrachtet man den momentanen Forschungsstand zu Lehrkräften und deren Nutzung von Sozialen Medien wie Instagram, so wurde bereits mehrfach deutlich, dass dieser Bereich bislang wenig Beachtung in der Forschung fand. Gerade Studien im deutschsprachigen Raum gibt es kaum. Untersuchungen zum Nutzungsverhalten, der Art der Inhalte und Intentionen der Lehrkräfte beziehen sich größtenteils auf englischsprachige Lehrkräfte. Dennoch spielt Instagram auch bei deutschen Lehrkräften eine große Rolle, wie beispielsweise Richter et al. zeigten (2022). Untersucht wurden in Bezug auf die Nutzung von Instagram durch Lehrkräfte jedoch bislang nur Aspekte der Zusammenarbeit, also der

berufsbezogenen Kooperation über Soziale Medien (Richter et al., 2022). Die Lehrerkooperation und -professionalisierung mit Hilfe von Instagram untersuchten auch Kruse et al. (2023). Studien, die sich wie bei Shelton et al. (2020) oder Davis und Yi (2022) rein auf die geteilten Inhalte und die damit verbundene Interaktion beziehen, liegen für den deutschsprachigen Raum nicht vor. Es stellt sich somit die Frage, welche Art von Inhalten von deutschen Lehrkräften mit hoher Reichweite auf Instagram geteilt werden und welche Intentionen sich davon ableiten lassen. Es scheint interessant zu analysieren, in wie weit sich die Ergebnisse mit denen der amerikanischen Studien überschneiden und ob die tatsächliche Interaktion der Lehrkräfte den getätigten Aussagen der von Kruse et al. (2023) sowie Richter et al. (2022) durchgeführten Befragungen entsprechen. Schulartspezifische Analysen, wie sie beispielsweise Davis und Yi (2022) zu Grundschullehrkräften durchführten, existieren ebenfalls nicht im deutschsprachigen Raum. Aufgrund ihrer Präsenz auf der Plattform Instagram scheint es sinnvoll, sich die Personengruppe der Grund- und Förderschullehrkräfte genauer anzusehen. Es stellt sich die Frage, in wie weit sich die von den Lehrkräften geteilten Inhalte unterscheiden, wo sich Gemeinsamkeiten zeigen (s. Kapitel 2.1.3) und in wie weit die Standards der Lehrerbildung (KMK, 2004) erfüllt werden. Nach Darstellung der aktuellen Forschungslage sollen nachfolgend Antworten auf folgende noch offene Fragen gefunden werden:

- 1: Welche Inhalte teilen deutsche Lehrkräfte auf ihren Instagram-Accounts?
- 2: Welcher Intention folgen die geteilten Beiträge?
- 3: Wie interagieren Lehrkräfte auf Instagram und wie gestaltet sich der fachliche Austausch aus?
- 4: Wie unterscheiden sich Lehrkräfte aus den Bereichen Grundschule und Sonderpädagogik?
- 5: In wie weit werden die von der KMK formulierten Anforderungen an die Lehrkräfte an Grund- und Förderschulen erfüllt?

Aus diesen Fragen lässt sich folgende Fragestellung ableiten:

„Es soll analysiert werden, welche Inhalte durch deutsche Grundschullehrkräfte und Sonderpädagogen auf der Plattform Instagram veröffentlicht werden, welchen Zweck diese Beiträge erfüllen und ob sich schulartspezifische Unterschiede zeigen. Weiter soll geklärt werden, ob durch das Teilen schulbezogener Inhalte der fachliche Austausch und die Kooperation unter Lehrkräften gefördert wird und Anforderungen der Standards der Lehrerbildung erfüllt werden können.“

3.2 Entwicklung von Hypothesen

Auf der Grundlage der in Kapitel 2 dargestellten theoretischen Inhalte sowie der dieser Arbeit zu Grunde liegenden Fragestellung (s. Kap. 3.1), sollen nun Hypothesen erarbeitet werden, die den Grundbaustein der nachfolgenden Analysen bilden. Diese Hypothesen sollen im Verlauf der Arbeit auf ihre Richtigkeit geprüft werden.

In Kapitel 2.2.3 wird die Plattform Instagram und deren Nutzung vorgestellt. Auf Grundlage der dort vorgestellten Studie aus dem Jahr 2018 (Greven, 2018) sowie den in Kapitel 2.3 dargestellten empirischen Forschungsergebnissen soll eine erste Hypothese formuliert werden. Diese dient der

Beantwortung der Frage, zu welchem Zweck Lehrkräfte Instagram nutzen und welche Inhalte dort geteilt werden. Der Studie der Greven Medien GmbH (Greven, 2018) zufolge wird Instagram hauptsächlich zur Informationsgewinnung oder zur eigenen Inspiration genutzt (Greven, 2018). Kruse et al. (2023) konkretisieren diese Aussage in Bezug auf die Nutzung der Plattform Instagram von Lehrkräften. So heißt es, dass Lehrkräfte Instagram nutzen, um Aufmerksamkeit für bestimmte Themen zu wecken, sich weiterzubilden, Unterstützung zu erhalten oder zu geben, sich beruflich inspirieren zu lassen oder aus finanziellen Gründen (Kruse et al., 2023). Letzteres deutet auf den Gebrauch von Instagram als Marketing-Plattform hin, beispielsweise das Bewerben eigener Materialien, wie es auch die Studien von Davis und Yi (2022) und Shelton et al. (2020) zeigten. Aus diesen Aussagen lässt sich die folgende erste Hypothese herleiten:

H₁: „Lehrkräfte nutzen Instagram, um auf aktuelle Themen aufmerksam zu machen, andere weiterzubilden, zum Austausch anzuregen, zu inspirieren oder eigenes Material zu bewerben.“

Um die Fragestellung dieser Arbeit differenzierter beantworten zu können, soll eine zweite Hypothese aufgestellt werden. Diese soll sich auf den Aspekt der Kooperation über Soziale Medien und das entstandene Soziale Netzwerke beziehen. Kullmann (2023) sagt, dass die Lehrerkooperation, wie sie ursprünglich definiert wurde, aufgrund fehlender Ressourcen, sowohl lokal als auch temporär, nicht umsetzbar ist (Kullmann, 2023) (s. Kapitel 2.1.4). Um die Effektivität im Lehrerberuf jedoch zu fördern und um die Kooperation zwischen Lehrkräften aufrecht zu erhalten, sollen Soziale Medien genutzt werden (Kruse et al., 2023). Wie in Kapitel 2.1.4 dargestellt, sehen Kruse et al. (2023) Soziale Netzwerke als Chance, Lehrkräfte entlasten zu können. Demzufolge soll die folgende Hypothese aufgestellt werden:

H₂: „Lehrkräfte zeigen sich auf der Plattform Instagram kooperativ und tauschen sich fachlich aus, um die eigene Arbeit nachhaltig zu fördern und Ressourcen zu sparen.“

Auch der letzte Teil der Fragestellung, die Frage nach schulspezifischen Unterschieden im Bereich der Grundschule und der Sonderpädagogik, soll angemessen beantwortet werden. Hierzu soll eine dritte Hypothese aufgestellt werden. In Kapitel 2.1.3 werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Aufgabenbereichen der Grund- und Förderschulen aufgezeigt. Hier wird deutlich, dass sich die Aufgabenbereiche ganz grundlegend überschneiden. Allerdings zeigen sich Unterschiede in der praktischen Ausführung. Den Empfehlungen der KMK zu Folge liegt der Fokus im Bereich der Grundschule auf der Wissens- und Kompetenzvermittlung, der Vergleichbarkeit schulischen Könnens und dem Lernen für das spätere Leben (KMK, 2024). In der Sonderpädagogik soll der Schwerpunkt dagegen auf der Planung individueller Bildungsangebote und einer kompetenzorientierten Förderung liegen (KMK, 1994). Aus den Empfehlungen der KMK lässt sich schließen, dass sich die Arbeit von Lehrkräften an Grund- und Förderschulen unterscheidet. Diese Erkenntnis soll Grundannahme der dritten Hypothese sein:

H₃: „Die auf Instagram veröffentlichten Beiträge und Themen von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen unterscheiden sich in ihren Grundzügen. Während im Bereich der Grundschule inhaltliche Themen im Vordergrund stehen, wird von Sonderpädagogen auf individualisiertes Material und differenzierte Fördermöglichkeiten wert gelegt.“

Die dargestellten Hypothesen sollen im Verlauf der nachfolgenden Analyse geprüft werden.

4 Analyse von Lehrkräften auf der Plattform Instagram

Nachfolgend werden das methodische Vorgehen sowie die Untersuchungsstruktur der Arbeit aufgezeigt. Hierzu wird zunächst das allgemeine methodische Vorgehen erläutert. Danach wird die Stichprobe definiert und vorgestellt. Anschließend werden Kategorien erarbeitet, die zur Unterscheidung und Analyse der Inhalte dienen sollen.

4.1 Methodisches Vorgehen

Mit Hilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse von Instagram Profilen von Lehrkräften sollen Antworten auf die dieser Arbeit zugrundeliegende Fragestellung erarbeitet werden. Unter einer qualitativen Inhaltsanalyse versteht man die „systematische und methodisch kontrollierte wissenschaftliche Analyse von [...] Inhalten“ (Kuckartz & Rädiker, 2022, S.39; Auslassung: S. S.). Diese Inhalte umfassen verschiedene Arten von Daten, die Mittel der Kommunikation sind (Kuckartz & Rädiker, 2022). Beispiele sind neben Texten, Interviews oder Bildern auch Social-Media-Daten, zu welchen u.a. Kommentare oder Beiträge zählen (Kuckartz & Rädiker, 2022). Die Absicht der Analyse verschiedener Instagram-Accounts und den darauf geteilten Inhalten und somit das Ziel dieser Arbeit ist die Überprüfung der in Kapitel 3.2 aufgestellten Hypothesen. Die Analysestrukturen folgen Kriterien und Techniken der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2022). Im Zentrum der Analyse soll ein Kategoriensystem stehen, das der besseren Einordnung des Datenmaterials und der Nachvollziehbarkeit der Analyse dienen soll (Mayring, 2022; Kuckartz & Rädiker, 2022). Mayring (2022) sieht neben dem Kategoriensystem auch die Theoriegeleitetheit der Analyse als Kernmerkmal qualitativer Inhaltsanalyse. Daher soll die nachgehende Analyse, vor allem die Definition des Kategoriensystems, die in Kapitel 2 vorgestellten theoretischen Vorüberlegungen beachten und die aktuelle, empirische Forschung zum vergleichbaren Gegenstand machen (Mayring, 2022). Um solch einer Theoriegeleitetheit weiter gerecht zu werden scheint es sinnvoll, sich bei der nachgehenden Analyse und der anschließenden Diskussion an den Ergebnissen der dargestellten Studien (s. Kap. 2.3) zu orientieren. Aufgrund der thematischen Ähnlichkeit soll sich das Vorgehen an der Untersuchungsstruktur der qualitativen Studie von Davis und Yi (2022), die das Nutzungsverhalten von Grundschullehrkräften im englischsprachigen Raum untersuchten, sowie am Vorgehen bei der Analyse von Instagrambeiträgen durch Shelton et al. (2020) anlehnen.

In einem ersten Schritt soll die für die Überprüfung der Hypothesen notwendige Stichprobe definiert werden (s. Kapitel 4.2). Das Vorgehen zur Erfassung der Stichprobe soll dem von Davis und Yi (2022) ähneln und wird in Kapitel 4.2 näher beschrieben. Die Stichprobe umfasst neben den Instagramprofilen

auch einzelne Bild- und Textbeiträge, die auf den entsprechenden Accounts zu finden sind. Um definieren zu können, welche Aspekte untersucht und erfasst werden sollen, werden in einem zweiten Schritt Kategorien erarbeitet (s. Kapitel 4.3) (Mayring, 2022). Erkenntnisse aus vorliegenden Studien sowie die auf den theoretischen Inhalten und aktuellen Forschungsergebnissen basierenden Hypothesen sollen helfen, das Kategoriensystem zu definieren (Mayring, 2022) und das für eine weiterführende Analyse notwendige Raster zu erstellen. Das Kategoriensystem soll das Zentrum der nachfolgenden Analyse bilden (Mayring, 2022). Um das Raster mit Inhalten zu füllen, werden jeweils alle Beiträge der in Kapitel 4.2 ausgewählten Accounts, die innerhalb des dreimonatigen Abschnitts von 1. August bis 1. November 2024 gepostet wurden, näher untersucht. Die Wahl einer Zeitspanne von drei Monaten orientiert sich am Analysezeitraum wie er bei Davis und Yi (2022) gewählt wurde. Der Zeitraum von August bis November wurde, ähnlich wie bei Shelton et al. (2020), aufgrund der Schulbeginns Zeit in Deutschland gewählt. Shelton et al. (2020) wählten diesen Zeitraum, da sie sich in den ersten Schulmonaten Posts mit Hinweisen auf die Ziele und Intentionen der Lehrkräfte für das neue Schuljahr erhofften. Für die Analyse sollen alle Beiträge, die innerhalb dieses Zeitraums gepostet wurden, analysiert werden, auch wenn sich die Anzahl der Posts pro Account unterscheiden wird (Davis & Yi, 2022). Die Beiträge sollen hinsichtlich ihres Inhaltes analysiert und kategorisiert werden. Das nachfolgend beschriebene Vorgehen wird für jeden der Beiträge einzeln wiederholt. Zunächst wird ein Beitrag ausgewählt und der abgebildete Inhalt hinsichtlich verschiedener Merkmale, die in Kapitel 4.3 beschrieben werden, untersucht. Werden die Merkmale, die eine bestimmte Kategorie definieren, erfüllt, so wird der Beitrag der entsprechenden Kategorie zugeordnet. Zudem werden die Textinhalte der Caption auf Schlagworte untersucht und die genutzten Hashtags betrachtet. Entsprechen einzelne Wortbausteine oder Hashtags den Merkmalen einer Kategorie, werden sie ebenfalls entsprechend im Raster vermerkt. Ein Beispiel hierfür kann die Betitelung eines Posts als „Werbung“ sein, die explizit auf Werbeeinhalte verweist. Dieser Vorgang wiederholt sich für die Beiträge aller in der Stichprobe definierten Accounts und den Posts, die innerhalb des definierten Zeitfensters geteilt wurden. Es folgt nun eine quantitative Auswertung dieser Daten (Mayring, 2022): es soll die Anzahl der Beiträge pro Account, die einer bestimmten Kategorie zuzuordnen sind, ermittelt werden. So ergibt sich ein Datensatz aus Zahlen, der die Menge an Posts pro Kategorie aufzeigt. Diese Daten werden in ein zweites Raster eingetragen. Hier sollen erste Auffälligkeiten sichtbar werden, die es dann qualitativ zu überprüfen gilt (Mayring, 2022), um die Fragestellung beantworten zu können. Hierzu sollen ausgewählte Beiträge mit hoher Interaktion oder Reichweite genauer untersucht werden. Eine hohe Interaktion soll anhand einer verhältnismäßig hohen Anzahl an Kommentaren und die Reichweite anhand einer hohen Likezahl eines Beitrages im Vergleich zu anderen Beiträgen des Accounts definiert werden. Es soll pro Kategorie ermittelt werden, welche zwei Accounts verhältnismäßig am meisten Inhalte in dieser Kategorie teilen. Auf diesen beiden Account wird dann jeweils der Beitrag mit der höchsten Interaktion und Reichweite beispielhaft analysiert. Für die qualitative Analyse eines Beitrages werden zuerst der Inhalt des Posts hinsichtlich seiner Darstellung und Präsentation (Davis & Yi, 2022) und anschließend die zugehörige Caption, die Anzahl der Likes sowie Kommentare analysiert.

Zudem soll geprüft werden, ob Hinweise auf die Intention des Posts aus dem Beitrag abzuleiten sind. Daneben soll beobachtet werden, welche Themen die höchste Aufmerksamkeit und Interaktion auf Seiten der Follower erregen. Diese qualitative Analyse soll der Beantwortung der einzelnen Hypothese dienen. Diese sollen auf ihre Richtigkeit überprüft und gegebenenfalls korrigiert werden. In Kapitel 6 werden abschließend die Ergebnisse diskutiert und bewertet. Offene Fragen und weiterführende Themen werden dargestellt.

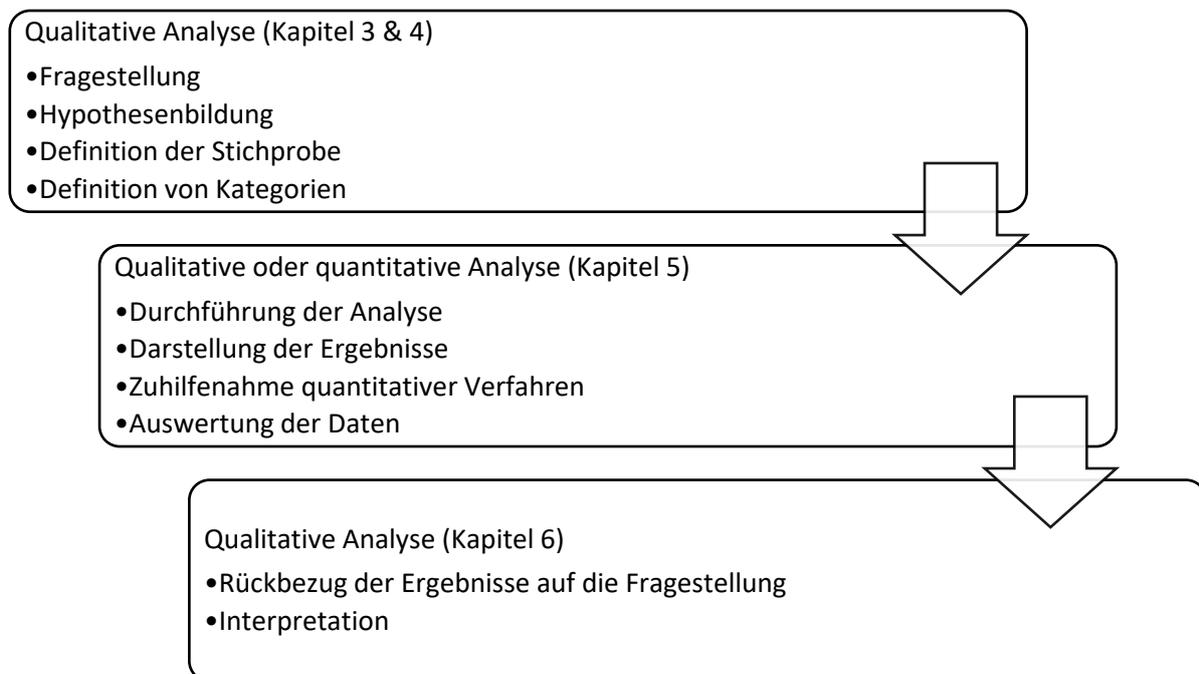


Abbildung 4-1: Phasen der Inhaltsanalyse orientiert an "Phasenmodell zum Verhältnis qualitativer und quantitativer Analyse" (Mayring, 2022, S.21)
(eigene Darstellung und Ergänzung: S. S.)

4.2 Definition der Stichprobe

Die Frage, die sich nun stellt, ist, welche Accounts und welche Beiträge für die Analyse herangezogen werden. Nachfolgend soll daher die Stichprobe der Untersuchung definiert werden. Betrachtet werden sollen Instagram-Profile von Lehrkräften im Bereich der Grundschule oder der Sonderpädagogik sowie die von den ausgewählten Lehrkräften geteilten Beiträge.

Die Gesamtheit aller Instagram-Profile von Lehrkräften ist unergründbar. Daher soll zunächst die Anzahl der Profile eingegrenzt werden (Davis & Yi, 2022). Es werden nur Accounts berücksichtigt, deren Profile öffentlich und die Beiträge daher frei zugänglich sind (Shelton et al., 2020). Die Analyse soll sich auf den deutschsprachigen Raum beschränken und eine Vergleichbarkeit innerhalb des deutschen Schulsystems, insbesondere der Grund- und Förderschulen ermöglichen, weshalb nur Lehrkräfte aus Deutschland in die Stichprobe aufgenommen werden. Davis und Yi (2022) identifizierten Lehrkräfte auf Instagram, indem sie mit Schlagworten und Hashtags (z. B. #TeachersOfInstagram, #Teachergram) über die Suchfunktion nach passenden Profilen suchten. Dabei fokussieren sich Davis und Yi (2022) auf besonders populäre Lehrkräfte und nennen sie „teacher influencer“ (Davis & Yi, 2022, S.324), was auf

Deutsch so viel wie „Lehrkräfte-Influencer“ bedeutet. Das Vorgehen zur Suche deutschsprachiger Lehrkräfte, die berufliche Beiträge auf Instagram teilen, soll sich an dieser Methode orientieren. Über die Suchfunktion der Plattform Instagram sollen Accounts von Lehrkräften gesucht werden, die unter dem „#instalehrerzimmer“ (Instagram #instalehrerzimmer, 2024), vergleichbar mit dem englischen #teachergram, Beiträge veröffentlichen. Auch Beiträge mit diesem Hashtag sollen betrachtet werden. Hier soll der Fokus auf die Posts gelegt werden, die besonders beliebt sind. Die Beliebtheit eines Beitrages ist meist mit einer hohen Reichweite des Profils verbunden, weshalb die Betrachtung solcher Beiträge für die weiteren Untersuchungen relevant ist. Über die Beiträge werden dann die zugehörigen Accounts gelistet. Um einen ersten Überblick zu erhalten, sollen die Accounts der ersten 20 Beiträge und Profile, die unter dem Hashtag zu finden sind, aufgeführt werden. Es ist anzunehmen, dass unter diesen Beiträgen und Accounts ein Teil der zugehörigen Profile aufgrund der Stichprobenbeschreibung wegfallen werden. Um dennoch eine breite Datenmenge darstellen zu können, wurde die Anzahl 20 ausgewählt. Die Accounts, die die gefundenen Beiträge posteten, sowie die identifizierten Profile unter dem Hashtag #instalehrerzimmer werden in ein Raster aufgenommen. Im nächsten Schritt wird das gleiche Verfahren für die Hashtags „#grundschule“ (Instagram #grundschule, 2024) und „#sonderpädagogik“ (Instagram #sonderpädagogik, 2024) durchgeführt, um die Stichprobe weiter zu vergrößern. Die Hashtags werden aufgrund der schulspezifischen Vergleiche zur Überprüfung der Hypothese H_3 gewählt, da Beiträge mit diesen Hashtags auf die gewünschte Stichprobe verweisen können. Die gefundenen Profile werden im Raster zur Darstellung der Accounts ergänzt (s. Tab. Anhang 1). Sich doppelnde Profile werden in einem weiteren Schritt zusammengeführt, sodass eine Stichprobe von maximal 60 Profilen entsteht (s. Tab. Anhang 2). Die Anzahl an Profilen soll jedoch mindestens 30 Accounts umfassen. Anschließend sollen die gelisteten Instagram Profile auf die Schulart und die Herkunft der Lehrkräfte überprüft werden. Accounts von Lehrkräften der Grundschule oder von Sonderpädagogen, deren Profil zu entnehmen ist, dass sie in Deutschland unterrichten, werden in die Stichprobe aufgenommen. Passen die Schulart oder das Land nicht zur gewünschten Stichprobe, wird das Profil in den weiteren Untersuchungen nicht beachtet. So entsteht eine erste Stichprobe, zu welcher nur Lehrkräfte-Influencer gehören, die beide Kriterien „Lehrkraft der Grundschule oder Sonderpädagogik“ und „Arbeitsort Deutschland“ erfüllen (s. Tab. Anhang 3). In einem letzten Schritt werden weitere 20 Accounts von Lehrkräften zu der Liste hinzugefügt, die selbst anderen, bereits gelisteten Profilen, folgen oder über den Suchalgorithmus der Plattform Instagram vorgeschlagen werden (Davis & Yi, 2022). Es sollen nur Lehrkräfte-Accounts beachtet werden, die nicht in der ersten Stichprobe enthalten sind. Diese Profile werden dann ebenfalls auf die Kriterien Schulart und Arbeitsort untersucht (s. Tab. Anhang 4). Alle Accounts werden abschließend in einem finalen Raster aufgelistet. Anschließend wird das Raster um das Merkmal „Anzahl Follower“ erweitert, um die Profile hinsichtlich ihres Erfolges und ihrer Reichweite auf Instagram vergleichbar zu machen (s. Tab. Anhang 5). Davis und Yi (2022) beschreiben verschiedene Kategorien, in welche man Accounts hinsichtlich ihrer Follower-Zahl unterteilen kann. In ihren Untersuchungen wählten sie Accounts mit mindestens 50.000 Followern, die zu den sogenannten „micro influencer“ zählen, welche Profile mit

einer Abonnentenzahl von 3.000 bis 100.000 Followern umfassen (Davis & Yi, 2022, S.324). In der vorliegenden Analyse sollen ebenfalls Lehrkräfte-Influencer betrachtet werden, die mindestens als micro influencer (Davis & Yi, 2022) eingestuft werden können, jedoch im Vergleich zur Studie von Davis und Yi (2022) nur 10.000 Follower haben müssen, da die deutschsprachigen Lehrkräfte eine kleinere Zielgruppe darstellen als beispielsweise die englischsprachigen. Die Anzahl der Follower wird dann in der entsprechenden Spalte im Raster ergänzt und nach der Abonnentenzahl sortiert (s. Tab. Anhang 5). Um die Menge an Daten weiter einzugrenzen und den Fokus auf die erfolgreichsten Lehrkräfte im Bereich Grundschule und Sonderpädagogik zu legen, soll die Anzahl an Accounts weiter reduziert werden. Davis und Yi (2022) wählten 12 Accounts für weitere Untersuchungen, Shelton et al. (2020) dagegen 16. Aufgrund personeller Ressourcen und zeitlicher Faktoren wird die Anzahl der Accounts für weitere Analysen auf zehn Profile festgelegt. Dabei sollen fünf Accounts pro Schulart gewählt werden, die sich bestenfalls in der Schulstufe und der geographischen Lage innerhalb Deutschlands unterscheiden, um ein möglichst vielfältiges Bild zu erhalten. Die gewählten zehn Profile sollen anschließend genauer betrachtet werden. Hierfür werden zunächst persönliche Daten, die von den Lehrkräften veröffentlicht wurden, gesammelt. Es sollen Daten im Bereich Geschlecht (männlich (m), weiblich (w), divers (d)), Alter, aktuelle Jahrgangsstufe, Bundesland sowie Berufserfahrung erhoben werden (Davis & Yi, 2022), sofern diese über das Instagram Profil erkenntlich werden. Befindet sich eine Lehrkraft momentan nicht im Schuldienst, sondern beispielsweise in Elternzeit (EZ) oder bereits in Rente (R), wird dies im Raster im Bereich der *Jahrgangsstufe* angemerkt. Wie auch bei Davis und Yi (2022) sollen fehlende Daten, die nicht explizit im Profil aufgezeigt werden, mit Hilfe der Analyse und Interpretation von Beiträgen, privaten Storys oder verlinkten Blogs der Lehrkräfte ergänzt werden. Auf die Schätzung von Daten, wie beispielsweise der Berufserfahrung oder des Alters, wird zu Gunsten der Genauigkeit verzichtet. Fehlende Angaben werden im Raster entsprechend mit „k. A.“ („keine Angaben“) markiert. Nachfolgend soll die Stichprobe wie eben definiert dargestellt werden. Die entsprechenden Listen für die Vorauswahl sind dem Anhang zu entnehmen (vgl. Tab. Anhang 1-5). Für die weitere Analyse wurden zehn Accounts ausgewählt und zunächst persönliche Daten zur Lehrkraft analysiert.

Im Bereich der Grundschulstufe werden fünf Accounts ausgewählt:

Tabelle 4-1: Stichprobe: Persönliche Angaben der Grundschullehrkräfte
Ausgewählte Accounts im Bereich Grundschule mit Angaben zur Person (eigene Darstellung: S. S.)
 (Stand: 15.11.2024)

Name des Instagram Accounts	Schulart	Geschlecht	Alter	Jahrgangsstufe	Herkunft	Berufserfahrung
@liniert.kariert	GS	w	k. A.	k. A.	Hannover	Ü10
@materialwiese	GS	w	39	EZ	Oberbayern	k. A.
@ideenreiseblog	GS	w	Ü40	3	Niederbayern	k. A.
@doodleteacher	GS	m	k. A.	k. A.	Hamburg	k. A.
@diegrundschultante	GS	w	k. A.	1	Bayern	k. A.

Im Bereich der Sonderpädagogik werden fünf Accounts ausgewählt:

Tabelle 4-2: Stichprobe: Persönliche Angaben der Sonderpädagogen
Ausgewählte Accounts im Bereich SoPäd mit Angaben zur Person (eigene Darstellung: S. S.)
(Stand: 15.11.2024)

Name des Instagram Accounts	Schulart	Geschlecht	Alter	Jahrgangsstufe	Herkunft	Berufserfahrung
@happy_teacher_sbbz	SoPäd	w	33	EZ	k. A.	k. A.
@herzampult	SoPäd	w	k. A.	6	k. A.	k. A.
@freuleinberg	SoPäd	w	k. A.	1	NRW	k. A.
@teacher_light	SoPäd	w	38	5./6.	Köln	12
@schulzauberei	SoPäd	w	28	k. A.	BaWü	4

Nachdem nun personenbezogene Daten der Lehrkräfte dargestellt wurden, gilt es, im zweiten Schritt Angaben zu den Accounts zu überprüfen. Nachfolgend sollen die Instagramprofile mit Angaben zur Anzahl der Follower, die Zahl der Beiträge, die seit Erstellung des Accounts im Gesamten gepostet wurden sowie das Beitrittsdatum auf Instagram, also der Zeitpunkt der Erstellung des Accounts, ergänzt werden. Profile, die von Instagram verifiziert wurden, werden mit einem Stern (*) markiert.

Im Bereich der Grundschulstufe werden folgende Angaben ergänzt:

Tabelle 4-3: Stichprobe: Instagramprofile der Grundschullehrkräfte
Ausgewählte Accounts im Bereich Grundschule mit Angaben zum Instagramprofil (eigene Darstellung: S. S.)
(Stand: 15.11.2024)

Account Name	Follower	Anzahl Beiträge gesamt	Beitrittsdatum
@liniert.kariert*	224.000	899	August 2016
@materialwiese	142.000	552	Juni 2016
@ideenreiseblog	136.000	793	Juli 2016
@doodleteacher*	115.000	1.241	Oktober 2017
@diegrundschultante	113.000	975	Oktober 2017

Im Bereich der Sonderpädagogik werden folgende Angaben ergänzt:

Tabelle 4-4: Stichprobe: Instagramprofile der Sonderpädagogen
Ausgewählte Accounts im Bereich SoPäd mit Angaben zum Instagramprofil (eigene Darstellung: S. S.)
(Stand: 15.11.2024)

Account Name	Follower	Anzahl Beiträge gesamt	Beitrittsdatum
@happy_teacher_sbbz	66.600	797	Juni 2018
@herzampult	29.900	766	März 2020
@freuleinberg	28.500	422	April 2020
@teacher_light*	29.700	288	März 2016
@schulzauberei	27.600	835	April 2019

4.3 Aufstellen von Kategorien

Nachdem nun die Stichprobe definiert wurde, sollen Kategorien erschlossen werden, die das Raster für die weiterführende Analyse bilden. Zur Definition von Kategorien schlägt Mayring (2022) zwei Vorgehensweisen vor: zum einen können Kategorien deduktiv bestimmt werden. Dabei bilden theoretische Vorüberlegungen, wie beispielsweise der bisherige Forschungsstand zu einem Thema oder aufgestellte Theorien und Hypothesen die Grundlage der Kategoriendefinition (Mayring, 2022). Zum anderen spricht Mayring von einer induktiven Kategorienbildung, wobei die Kategorien „direkt aus dem Material in einem Verallgemeinerungsprozess [abgeleitet werden]“ (Mayring, 2022, S.84; Hinzufügung: S. S.) und auf einen Bezug zu Theorienkonzepten verzichtet wird. Für diese Arbeit soll aufgrund der Strukturgebung dieses Vorgehens überwiegend der deduktive Weg gewählt werden. Grundlage sollen die in Kapitel 3.2 aufgestellten und auf den theoretischen Vorüberlegungen basierenden Hypothesen sein. Dennoch sollen bei der Kategorienbildung auch neue Erkenntnisse, die erst aus der Betrachtung des Materials abgeleitet werden können, beachtet werden. Daher scheint es sinnvoll, auch einzelne Aspekte eines induktiven Vorgehens, gerade bei der Kategoriendefinition, zu beachten. Es soll ein möglichst umfangreiches, eindeutiges Raster, bestehend aus verschiedenen Kategorien gebildet werden. Mayring (2022) schlägt hierzu folgende drei Schritte vor: zuerst erfolgt die Definition der Kategorien (Mayring, 2022). Es soll beschrieben werden, welche Beiträge unter eine bestimmte Kategorie fallen (Mayring, 2022). Im zweiten Schritt soll ein konkretes Beispiel erarbeitet werden (Mayring, 2022). Im Kontext dieser Analyse soll also ein Beitrag dargestellt werden, der beispielhaft aufzeigt, welche Art von Beiträgen welcher Kategorie zuzuordnen ist. Abschließend werden sogenannte „Kodierregeln“ definiert, die dort, „wo Abgrenzungsprobleme zwischen Kategorien bestehen, [...] eindeutige Zuordnungen [...] ermöglichen“ (Mayring, 2022, S.96; Auslassungen: S. S.). Dieses strukturierte und bestimmten Regeln folgende Vorgehen soll helfen, die nachgehende qualitative Analyse trotz ihres hohen interpretativen Charakters objektiver zu gestalten und sich somit von offenen Interpretationen abzugrenzen (Mayring, 2022). Um nun also Kategorien feststellen zu können, werden zu Beginn die theoriegeleiteten Hypothesen analysiert. Es sollen Schlagworte identifiziert werden, die eine Kategorisierung von Beiträgen ermöglichen:

Tabelle 4-5: Schlagworte basierend auf den theoriegeleiteten Hypothesen (s. Kap. 3.2)
(eigene Darstellung S. S.)

Hypothese 1 (H₁)	Hypothese 2 (H₂)	Hypothese 3 (H₃)
Aufklärung	Interaktion	Lerninhalte
aktuelle Themen	Kooperation	Fördermöglichkeiten
Weiterbildung	Austausch	Individualisiertes Material
Austausch		
Inspiration		
Material		
Werbung		

Betrachtet man die eben aufgeführten Schlagworte, so lässt sich eine Zweiteilung erkennen. Während der eine Teil der Begriffe die Inhalte der geteilten Beiträge und die Intention hinter einem Post beschreibt, so benennt der zweite Teil die Art der Kommunikation über Instagram. Es lassen sich zwei Aspekte herausarbeiten, die entscheidend für die Betrachtung von Inhalten auf Instagram erscheinen: der Blick auf die Inhalte selbst auf der einen Seite, sowie die Betrachtung der Interaktion unter einzelnen Beiträgen auf der anderen. Letzterer Punkt wird aufgrund personeller und zeitlicher Faktoren in dieser Arbeit nur geringe Beachtung finden. Zwar sollen, wie in 4.1 beschrieben, die Interaktion unter einzelnen ausgewählten Beiträgen genauer betrachtet und qualitativ analysiert werden, jedoch steht die Analyse der Beiträge selbst im Vordergrund. Aus den genannten Gründen sollen zunächst Kategorien aufgestellt werden, die bei der Beschreibung und Analyse der Beiträge helfen. Anschließend werden einzelne Merkmale zur Einordnung und einer anschließenden qualitativen Analyse definiert.

Betrachtet werden sollen nun die gelisteten Schlagwörter, die aus den Hypothesen gezogen wurden. Es sollen Kategorien abgeleitet und definiert werden, die es ermöglichen, Instagrambeiträge voneinander abzugrenzen und zu kategorisieren. An dieser Stelle muss gesagt werden, dass jeder Art von Beitrag und jedem Inhalt eine Intention zuzuordnen ist, die den Zweck des Posts beschreibt. Untersucht man die dargestellten Schlagworte, so lassen sich folgende Arten von Inhalten und Intentionen erkennen:

Tabelle 4-6: Schlagworte zur Kategorienbildung
(eigene Darstellung: S. S.)

Art der Inhalte	Intention
• „aktuelle Themen“	• „Aufklärung“
• „Förderung“	• „Austausch“
• „Material“	• „Werbung“
• „Inspirierende Ideen“	• „Inspiration“

Zur Untersuchung der Beiträge werden nun Kategorien aus den Begriffen der Spalte „Art der Inhalte“ abgeleitet. Diese lassen sich wie folgt definieren:

- **Aktuelle Themen:** Die Kategorie *aktuelle Themen* umfasst jene Beiträge, die über (bildungs-)politische, kulturelle oder schulische Themen aufklären. Beiträge, die dieser Kategorie zuzuordnen sind, sind von informierendem Charakter und sollen auf aktuelle Diskussionen, Nachrichten oder Meldungen eingehen.
- **Förderung:** Zur Kategorie *Förderung* zählen jene Beiträge, die bestimmte Förderkonzepte, -programme oder -ansätze vorstellen. Es sollen hier auch Beiträge eingeschlossen werden, die über diagnostische Fragen aufklären und beispielsweise verschiedene Störungsbilder erklären, diagnostisches Material vorstellen oder schulische Förderung demonstrieren.

- **Material:** Die Kategorie *Material* beinhaltet solche Beiträge, die Unterrichtsmaterial, sowohl in Form von Arbeitsblättern als auch verschiedenes anderes Lernmaterial, wie z. B. Lernspiele darstellen.
- **Inspirierende Ideen:** In der Kategorie *inspirierende Ideen* sollen Beiträge gesammelt werden, die Einblicke in den schulischen Alltag einer Lehrkraft geben. Hierzu zählen beispielsweise Vorschläge zur Gestaltung von Klassenzimmern, Büroräumen oder Beispiele für Belohnungssysteme. Zudem sollen auch Beiträge zur Kategorie gezählt werden, die Ideen für unterrichtsferne Inhalte geben, beispielsweise jahreszeitbezogene Klassenzimmergestaltung (z.B. Adventskalender) oder Ähnliches.

Es sollen nun Beispiele für die einzelnen Kategorien dargestellt werden. Hierzu werden die Instagramprofile der in der Stichprobe definierten Accounts untersucht (s. Tab. 4-1 und Tab. 4-2). Zudem sollen mögliche Kategorien ergänzt werden, sofern ein Beitrag keiner der vier Kategorien zuzuordnen ist.

Beispielbeitrag zur Kategorie **aktuelle Themen:**

Dieser Beitrag von @teacher_light (Ebcin, H. [@teacher_light], 2024) erklärt, was der Lehrerverband ist und weshalb er zum Zeitpunkt der Erstellung des Posts in der Kritik steht. Der Beitrag geht damit auf eine aktuelle bildungspolitische Diskussion ein und versucht, Begriffe und Systeme zu definieren und die Follower aufzuklären.

Abbildung 4-2: Beispielbeitrag Kategorie "aktuelle Themen"
(Ebcin, H. [@teacher_light] (18.06.2024))

Beispielbeitrag zur Kategorie **Förderung:**

Der Beitrag zur Differenzierung von Texten von @herzampult (@herzampult, 2024) zeigt Beispiele zur Umsetzung von Fördermöglichkeiten in der schulischen Praxis. Der Beitrag zeigt Ansätze zur Förderung, beschreibt Schwierigkeiten im Lesen und gibt anschließend Aufschluss über eine schulische Förderung.

Abbildung 4-3: Beispielbeitrag Kategorie "Förderung"
(@herzampult (02.11.2024))

Beispielbeitrag zur Kategorie **Material:**

Dieser Beitrag bewirbt ein Materialpaket mit verschiedenem Lernmaterial zum Thema Herbst (Elberth, M. [@doodleteacher], 2024). Es werden Arbeitsblätter, Lernspiele, Malvorlagen oder Ähnliches beworben. Somit ist der Beitrag der Kategorie Material zuzuordnen.

Beispielbeitrag zur Kategorie **inspirierende Ideen:**

Dieser Beitrag von @ideenreiseblog (Rembold, D. [@ideenreiseblog], 2024) zeigt eine Möglichkeit zur Gestaltung einer Klassenzimmertür. Der Post gibt einen Einblick in den schulischen Alltag und soll den

Abbildung 4-4: Beispielbeitrag Kategorie "Material"
Abbildung 4-5: Beispielbeitrag Kategorie "inspirierende Ideen"
(Rembold, D. [@ideenreiseblog] (13.08.2024))

Followern Inspiration für die Klassenzimmergestaltung sowie inhaltlich für die Gestaltung des Themas „Klassenregeln“ sein. Aufgrund dieses inspirierenden Charakters wird dieser Beitrag der Kategorie *inspirierende Ideen* zugeordnet.

Nach der Darstellung von Beispielbeiträgen zu den aufgestellten Kategorien lässt sich feststellen, dass auf den ausgewählten Accounts Beiträge geteilt werden, welche keiner der vier Kategorien eindeutig zuzuordnen sind. Mayring (2022) spricht hier von sogenannten Abgrenzungsproblemen, denen durch die genauere Formulierung von Regeln zur Kategorisierung begegnet werden kann (Mayring, 2022). Es ist somit erforderlich, Kategorien zu ergänzen und die vorhandenen Kategorien in ihrer Definition zu erweitern (Mayring, 2022).

Zum einen wurden neben Unterrichtsmaterialien wie Arbeitsblättern auch Büromaterialien oder Bilderbücher präsentiert, welche in Kooperation mit dem Hersteller über die Lehrkräfte beworben werden. Es soll die Kategorie Werbematerial ergänzt werden, die solche Inhalte berücksichtigt. Diese Kategorie lässt sich wie folgt definieren:

- **Werbematerial:** Zur Kategorie *Werbematerial* zählen Beiträge, die zur reinen Bewerbung eines Produktes, wie beispielsweise Büromaterial, Bilderbücher oder Lehrbücher, geteilt werden. Werbematerial kennzeichnet sich dadurch, dass es nicht zwingend von der Lehrkraft, die es bewirbt, selbst erstellt wurde und das Material eine reine Empfehlung der Lehrkraft ist. Gegebenenfalls ist Werbematerial auch mit einer Kooperation mit dem Hersteller verknüpft.

Es soll nun auch für diese neue Kategorie ein Beispiel dargestellt werden.

Beispielbeitrag zur Kategorie **Werbematerial:**

Der abgebildete Beitrag von @diegrundschultante (Busch, C. [@diegrundschultante], 2024) bewirbt Büromaterial, welches die Lehrkraft zur eigenen Unterrichtsvorbereitung nutzt. Die Marke des Produkts wird explizit benannt und verlinkt. Der Beitrag selbst wird von der Lehrkraft als Werbung betitelt.

Um die Kategorie *Material* eindeutig von dieser neuen Kategorie abzugrenzen, soll zunächst die Bezeichnung der Kategorie geändert werden. Da sich die zu dieser Kategorie zählenden Materialien zu-

Abbildung 4-6: Beispielbeitrag Kategorie „Werbematerial“
(Busch, C. [@diegrundschultante] (25.10.2024))

meist auf Unterrichtsinhalte beziehen, wird die Kategorie fortan als *Unterrichtsmaterial* bezeichnet. Zudem soll die Definition überarbeitet werden:

- **Unterrichtsmaterial:** Die Kategorie *Unterrichtsmaterial* beinhaltet solche Beiträge, die von der Lehrkraft selbst erstelltes Unterrichtsmaterial darstellen. Dieses Unterrichtsmaterial beinhaltet sowohl Formen von Arbeitsblättern sowie verschiedene Lernspiele, Malvorlagen oder Rätsel. Das Material wird von der Lehrkraft geteilt, um auf eigene Unterrichtsvorlagen hinzuweisen und ist oftmals mit einem spezifischen Unterrichtsinhalt, wie man ihn im Lehrplan finden kann, verknüpft. Diese Beiträge sind oft mit dem Ziel verbunden, das eigen erstellte Material zu bewerben und erfüllen somit auch einen finanziellen Eigennutzen.

Um die Abgrenzung zwischen den Kategorien *Unterrichtsmaterial* und *inspirierenden Ideen* zu vereinfachen, soll nachfolgend auch die letztere Kategorie in ihrer Definition angepasst werden:

- **Inspirierende Ideen:** In der Kategorie *inspirierende Ideen* sollen Beiträge gesammelt werden, die Einblicke in den schulischen Alltag einer Lehrkraft geben. Hierzu zählen beispielsweise Vorschläge zur Gestaltung von Klassenzimmern, Büroräumen oder Beispiele für Belohnungssysteme. Zudem sollen auch Beiträge zur Kategorie gezählt werden, die Ideen für unterrichtsferne Inhalte geben. Neben diesen Inhalten werden auch von der Lehrkraft erstellte Materialien für die Umsetzung von Ritualen und schulische Abläufe (z. B. Klassenregeln, Stundenplan, Morgenkreis) zu dieser Kategorie gezählt. Der Zweck dieser Beiträge soll hauptsächlich die Inspiration für die Klassenzimmergestaltung oder für die Umsetzung von Ritualen sein, kann jedoch auch zum Zweck der Bewerbung eigenen Materials dienen.

Neben den dargestellten Kategorien und den zugehörigen Beiträgen, sind bei der ersten Analyse der Accounts weitere Arten von Beiträgen sichtbar geworden, die jedoch keiner der bislang aufgestellten Kategorien zuzuordnen sind. Daher sollen nachfolgend neue Kategorien ergänzt werden, deren Definition induktiv erfolgen soll (Mayring, 2022). Das bedeutet, dass diese Kategorien direkt aus dem Material abgeleitet werden und sich nicht wie die bestehenden Kategorien auf theoretische Vorüberlegungen beziehen (Mayring, 2022). Um die Kategorien also entsprechend definieren zu können, wird nachfolgend zuerst das Beispiel dargestellt, beschreiben und anschließend eine passende Definition erarbeitet.

Beispielbeitrag 1:

In diesem Beitrag wird von @diegrundschuldante (Busch, C. [@diegrundschuldante], 2024) ein Lehrkraftkalender beworben und auf ein Gewinnspiel hingewiesen. Das dargestellte Material wird in der Caption beschrieben und es wird auf Teilnahmebedingungen für das Gewinnspiel hingewiesen. Dieser Beitrag ist keiner der vorliegenden Kategorien zuzuordnen, daher soll eine Kategorie *Gewinnspiel* ergänzt werden.

Diese wird wie folgt definiert:

Abbildung 4-7: Beispielbeitrag Kategorie "Gewinnspiel"
(Busch, C. [@diegrundschuldante] (07.08.2024))

- **Gewinnspiel:** Zur Kategorie *Gewinnspiel* werden Beiträge gezählt, die auf ein Gewinnspiel hinweisen, bei welchem ein bestimmtes Produkt oder Material verlost wird. Die Verlosung kann sowohl eigenständig durch die Lehrkraft veranlasst werden oder in Kooperation mit Verlagen, Markenherstellern oder anderen Lehrkräften. Kennzeichen für solche Beiträge sind neben der Bezeichnung „Gewinnspiel“ auch die Teilnahmebedingungen und Hinweise in der Caption.

Beispielbeitrag 2:

Der dargestellte Inhalt (@freuleinberg, 2024) ist aus einem Reel entnommen. In diesem Reel soll dargestellt werden, wie sich eine Lehrkraft gegenüber einer Kollegin verhält, sodass diese am Morgen ihren

Job nicht kündigt. Dieser Beitrag ist als Form von Satire zu verstehen und verfolgt als Ziele vor allem die Unterhaltung der Follower.

Solche Beiträge wurden in dem anfänglich erstellten Kategoriensystem nicht berücksichtigt, weshalb eine Kategorie erstellt werden muss, die solche Beiträge beschreiben kann.

Abbildung 4-8: Beispielbeitrag Kategorie "Unterhaltung"
(@freuleinberg (08.09.2024))

Diese neue Kategorie soll als *Unterhaltung* bezeichnet und folgendermaßen definiert werden:

- **Unterhaltung:** Der Kategorie *Unterhaltung* werden Beiträge zugeordnet, die – oft auf satirische Art und Weise – alltägliche Situationen von Lehrkräften abbilden. Es wird auf Aussagen oder Handlungen auf eine ironische Art und Weise reagiert. Häufig werden solche Inhalte in Form eines Reels geteilt. Beiträge in dieser Kategorie haben das Ziel zu unterhalten und zur Belustigung beizutragen. Oft wird mit solchen Beiträgen auf aktuelle Trends auf TikTok oder Instagram reagiert.

Beispielbeitrag 3:

Dieser Beitrag zeigt einen Spruch, der vom Content Creator @herzampult als „#karusellgedanke“ bezeichnet wird (@herzampult, 2024). In diesem Beitrag wird indirekt zur defizitären Sichtweise in therapeutischen Settings kritisch Stellung genommen und die persönliche Sichtweise der Lehrkraft dargestellt.

Abbildung 4-9: Beispielbeitrag Kategorie "Persönliche Aussagen und Sprüche"
(@herzampult (12.10.2024))

Beiträge, die dieser Art entsprechen, sollen einer Kategorie zugeordnet werden, die als *persönliche Stellungnahme* bezeichnet wird. Diese wird nachfolgend definiert:

- **Persönliche Stellungnahme:** Beiträge, die dieser Kategorie untergeordnet werden, teilen oft kritische Äußerungen zu bestimmten Themen und spiegeln die Meinung und den Standpunkt der postenden Person wider. Das Ziel soll weniger die Aufklärung über aktuelle Themen, sondern vielmehr die persönliche Stellungnahme zu berufsbezogenen Themen und Fragestellungen sein. Diese Stellungnahme kann in Form eines Spruches, eines Textbeitrages oder eines Videos mit persönlichen Gedanken erfolgen.

Beispielbeitrag 4:

Dieser Beitrag von @teacher_light (Ebcin, H. [@teacher_light], 2024) stellt einen Gesprächsanlass dar und bildet den Rahmen für Diskussion und Austausch. Ziel ist die Aktivierung der Follower und deren Interaktion in den Kommentaren.

Abbildung 4-10: Beispielbeitrag Kategorie "Aufruf zu Interaktion"
(Ebcin, H. [@teacher_light] (06.11.2024))

Es soll auch für diese Art von Beiträgen eine Kategorie definiert werden:

- **Aufruf zu Interaktion:** Beiträge, die unter diese Kategorie fallen, bilden einen Rahmen für Gespräche und Diskussionen der Follower in den Kommentaren des Beitrages. Es werden Fragen oder Gesprächsanlässe dargestellt, die eine Aktivität der Follower einfordern. Dies fördert die Interaktion unter einem Beitrag.

Beispielbeitrag 5:

Dieser Beitrag von @happy_teacher_sbbz (Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz], 2024) zeigt Einblicke in das Privatleben der Influencerin. Der Inhalt ist nicht berufsbezogen. Beiträge dieser Art sollen in der Kategorie Privat gesammelt werden.

Abbildung 4-11: Beispielbeitrag Kategorie "Privat"
(Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz] (04.08.2024))

Diese letzte, neue Kategorie wird wie folgend definiert:

- **Privat:** Beiträge in der Kategorie *Privat* zeigen Einblicke in den Alltag der Lehrkräfte, die außerhalb des Kontext Schule liegen. Es werden private Inhalte geteilt, wie beispielsweise Bilder der Familie, Informationen zu privaten Ereignissen, Unternehmungen im Alltag oder Ähnliches. Auch Reiseberichte oder sportliche Aktivitäten, die geteilt werden, sollen hierzu gezählt werden.

Nach Ergänzung dieser Kategorien und der Anpassung der Definitionen zur besseren Abgrenzung ergibt sich folgendes finale Kategoriensystem zur Einordnung der Beiträge:

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| • Aktuelle Themen | • Gewinnspiel |
| • Förderung | • Unterhaltung |
| • Unterrichtsmaterial | • Persönliche Stellungnahme |
| • Werbematerial | • Aufruf zu Interaktion |
| • Inspirierende Ideen | • Privat |

Durch die Zuordnung der Beiträge zu einer bestimmten Kategorie soll sichtbar werden, welche Inhalte von den Lehrkräften geteilt werden. Nachdem die einzelnen Posts den Kategorien zugewiesen wurden, soll die Anzahl der Posts pro Kategorie je Account ausgezählt werden. Die Ergebnisse werden dann wie in Kapitel 4.1 beschrieben quantitativ miteinander verglichen. Anhand der Kategorien soll zudem gezeigt werden, welche möglichen Ziele und Intentionen die Lehrkräfte auf Instagram verfolgen. Wie den Definitionen der Kategorien zu entnehmen ist, werden einigen Inhalten bestimmte Zwecke

zugeschrieben. Bevor in Kapitel 5 die einzelnen Beiträge den Kategorien zugeordnet und anschließend qualitativ analysiert werden, sollen die verschiedenen Intentionen nachfolgend kurz zusammengefasst werden.

Betrachtet man die Kategoriendefinitionen lassen sich folgende Intentionen der Nutzung herausfiltern:

- **Aufklärung:** Beiträge mit dem Ziel der Aufklärung wollen über aktuelle, schulische Themen oder bildungspolitische sowie pädagogisch-didaktische Aspekte informieren. Beiträge aus den Kategorien *aktuelle Themen* oder *persönliche Stellungnahme* verfolgen häufig das Ziel der Aufklärung.
- **Werbung:** Beiträge mit dem Ziel der Werbung zeigen oft eigen erstelltes Material oder genutzte Arbeitsmittel verschiedener Hersteller, vor dem Hintergrund, andere zum Kauf oder zum Nutzen des geteilten Inhaltes zu bewegen. Die Beiträge aus den Kategorien *Gewinnspiel*, *Unterrichtsmaterial* oder *Werbematerial* werden größtenteils zum Zweck der Werbung geteilt.
- **Interaktion:** Beiträge mit dem Ziel die Interaktion unter einem Beitrag zu aktivieren, wollen zu Diskussionen anregen und den Austausch zu bestimmten Themen und Inhalten fördern. Beiträge der Kategorie *Aufruf zu Interaktion* verfolgen stets dieses Ziel. Zudem kann auch durch entsprechende Hinweise in der Caption zur Interaktion aufgerufen werden.
- **Inspiration:** Beiträge mit dem Ziel der Inspiration sollen Einblicke in den Lehreralltag geben und für die Arbeit als Lehrkraft inspirieren, ohne dabei Materialien oder Ähnliches zu bewerben.

5 Ergebnisse

Auf Grundlage des in Kapitel 4 beschriebenen Vorgehens sollen nun die Beiträge der Lehrkräfte-Influencer, die in die Stichprobe aufgenommen wurden (s. Kap. 4.2), anhand des Kategoriensystems (s. Kap. 4.3) analysiert und die Ergebnisse dargestellt werden.

5.1 Darstellung der Ergebnisse

Zunächst sollen einzelne Daten zum Posting-Verhalten der Lehrkräfte-Influencer dargestellt werden. Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Anzahl (n) der Beiträge, die während des Erhebungszeitraumes (ϵ) geteilt wurden. Diese wird als n_ϵ bezeichnet. Aus dieser Anzahl soll ein Durchschnittswert berechnet werden, der die durchschnittliche Anzahl an Posts (n) pro Woche (w) aufzeigt ($= n_w$). Der Erhebungszeitraum umfasst genau 13 Wochen. Um den Durschnitt berechnen zu können, soll die Anzahl der Posts während dieses Zeitraums durch 13 geteilt werden. Die Ergebnisse werden auf eine Nachkommastelle gerundet. Dieser Wert dient zum Vergleich der Aktivitäten der einzelnen Lehrkräfte. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargestellt und erläutert.

Tabelle 5-1: Anzahl Posts pro Account innerhalb des Erhebungszeitraumes - Grundschule
Angaben zur Anzahl der Posts innerhalb von 01.08.-01.11.2024 (eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	n_ϵ	n_w
@liniert.kariert	29	2,2

@materialwiese	10	0,8
@ideenreiseblog	7	0,5
@doodleteacher	52	4
@diegrundschultante	30	2,3
Gesamt	128	2

Im Bereich der Grundschule zeigt sich ein durchschnittliches Postingverhalten von zwei Beiträgen pro Woche (s. Tab. 5-1). Die Lehrkräfte posteten innerhalb des Erhebungszeitraumes zwischen 7 (@ideenreiseblog) bis 52 (@doodleteacher) Beiträge (s. Tab. 5-1). Es fällt auf, dass sich die Anzahl der Posts je nach Account sehr unterscheidet (s. Tab. 5-1). Im Gesamten wurden 128 Posts von Grundschullehrkräften betrachtet (s. Tab. 5-1).

Tabelle 5-2: Anzahl Posts pro Account innerhalb des Erhebungszeitraumes - SoPäd
Angaben zur Anzahl der Posts innerhalb von 01.08.-01.11.2024 (eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	n_e	n_w
@happy_teacher_sbbz	24	1,8
@herzampult	28	2,2
@freuleinberg	20	1,5
@teacher_light	15	1,2
@schulzauberei	32	2,5
Gesamt	119	1,8

Lehrkräfte aus der Sonderpädagogik zeigten im Durchschnitt ein Postingverhalten von 1,8 Beiträgen pro Woche (s. Tab. 5-2). Dieser Wert ist im Vergleich mit dem der Grundschullehrkräfte etwas geringer (-0,2) (s. Tab. 5-1 und Tab. 5-2). Innerhalb des Erhebungszeitraumes posteten Sonderpädagogen zwischen 15 (@teacher_light) und 32 (@schulzauberei) Beiträgen (s. Tab. 5-2). Die Anzahl der Posts innerhalb des definierten Zeitraums ist bei den Lehrkräften aus der Sonderpädagogik ähnlich (s. Tab. 5-2). Insgesamt werden 119 Beiträge ausgewertet, die von Sonderpädagoginnen geteilt wurden.

Wie in Kapitel 4 beschrieben sollen die Beiträge, die innerhalb des 13-wöchigen Zeitraums geteilt wurden, analysiert und den verschiedenen Kategorien aufgrund definierter Merkmale (s. Kap. 4.3) zugeteilt werden. Nach einer ersten qualitativen Analyse der Beiträge ergaben sich folgende Ergebnisse:

Tabelle 5-3: Anzahl der Posts nach Kategorien - Grundschule
Die jeweilige Anzahl an Beiträgen je Kategorie ($n_{Kategorie}$) wird für jeden Account abgebildet.
(eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	$n_{AktuelleThemen}$	$n_{Förderung}$	$n_{Unterrichtsmaterial}$	$n_{Werbenmaterial}$	$n_{Inspirierendideen}$	$n_{Gewinnspiel}$	$n_{Unterhaltung}$	$n_{PersönlicheStellungnahme}$	$n_{AuftritzurInteraktion}$	n_{Privat}	n_e
@liniert.kariert	0	7	0	7	2	1	0	12	0	0	29

@materialwiese	0	0	8	2	0	0	0	0	0	0	10
@ideenreiseblog	0	0	4	1	2	0	0	0	0	0	7
@doodleteacher	0	0	12	9	31	0	0	0	0	0	52
@diegrundschultante	0	0	12	3	11	4	0	0	0	0	30
Gesamt	0	7	36	22	46	5	0	12	0	0	128

Den dargestellten Ergebnissen (s. Tab. 5-3) zu Folge, teilen Grundschullehrkräfte Beiträge, die den Kategorien Förderung, Unterrichtsmaterial, Werbematerial, inspirierende Ideen, Gewinnspiel oder persönliche Stellungnahme zuzuordnen sind. Mit insgesamt 44 Beiträgen werden rund 34% der Inhalte der Kategorie inspirierenden Ideen zugeordnet, wobei nicht jede Lehrkraft in diesem Bereich Inhalte teilt (s. Tab. 5-3). Am zweit häufigsten werden Unterrichtsmaterialien dargestellt (28%) (s. Tab. 5-3). Am seltensten werden Beiträge aus der Kategorie Gewinnspiele veröffentlicht (s. Tab. 5-3). Zu aktuellen Themen wird von Grundschullehrkräften keine Stellung genommen, genauso wie keine Beiträge im Bereich der Unterhaltung oder private Einblicke geteilt werden (s. Tab. 5-3). Auch wird nicht zur Interaktion aufgerufen (s. Tab. 5-3). Betrachtet man die Anzahl der Beiträge je Account genauer, so lässt sich feststellen, dass jede Lehrkraft auf dem jeweiligen Account einen inhaltlichen Schwerpunkt legt: während beispielsweise @doodleteacher überwiegend Unterrichtsmaterialien oder inspirierende Ideen in seinen Beiträgen darstellt, werden von @liniert.kariert hauptsächlich Posts veröffentlicht, die der Kategorie persönliche Stellungnahme zuzuordnen sind. Das nachfolgende Diagramm soll die Gesamtverteilung der Anzahl an Posts je Kategorie aller in der Stichprobe definierten Grundschullehrkräften darstellen und der Veranschaulichung dienen (s. Abb. 5-1).

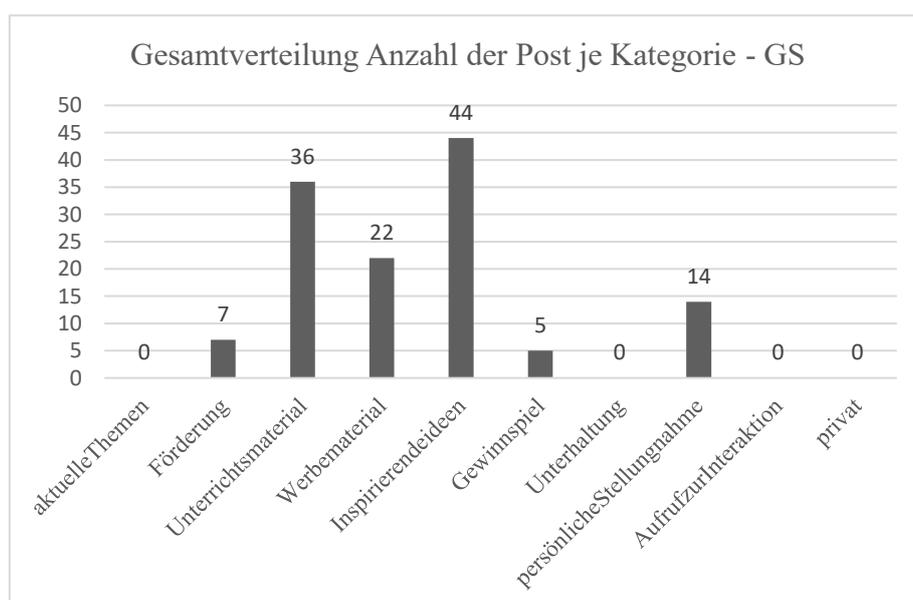


Abbildung 5-1: Graphische Darstellung der Gesamtanzahl der Posts pro Kategorie - Grundschule
(eigene Darstellung: S. S.)

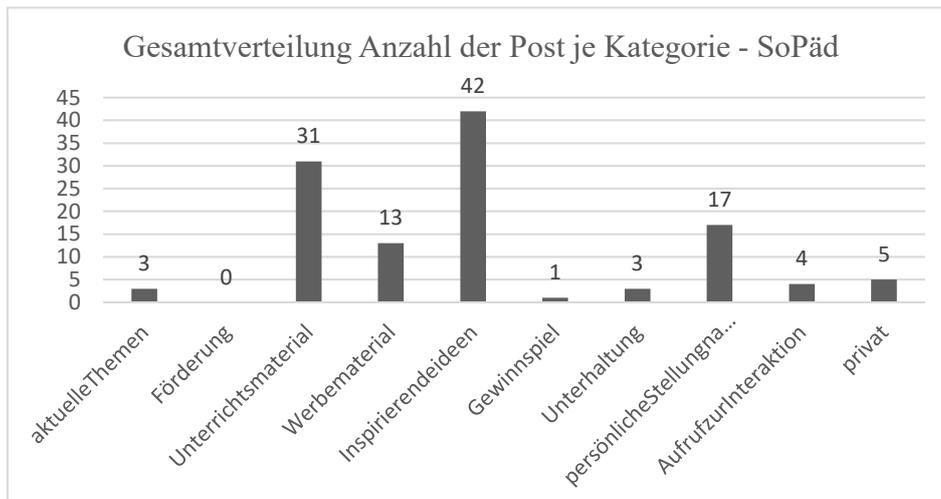
Im Bereich der Sonderpädagogik lassen sich ähnliche Auffälligkeiten beobachten:

Tabelle 5-4: Anzahl der Posts nach Kategorien - SoPäd

Die jeweilige Anzahl an Beiträgen je Kategorie ($n_{\text{Kategorie}}$) wird für jeden Account abgebildet. (eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	$n_{\text{aktuelleThemen}}$	$n_{\text{Förderung}}$	$n_{\text{Unterrichtsmaterial}}$	$n_{\text{Werbematerial}}$	$n_{\text{InspirierendeIdeen}}$	$n_{\text{Gewinnspiel}}$	$n_{\text{Unterhaltung}}$	$n_{\text{persönlicheStellungnahme}}$	$n_{\text{AufrufzurInteraktion}}$	n_{privat}	n
@happy_teacher_sbbz	0	0	7	1	14	0	0	0	0	2	24
@herzampult	0	0	9	1	4	0	0	13	1	0	28
@freuleinberg	0	0	5	0	8	1	3	0	1	2	20
@teacher_light	3	0	5	0	1	0	0	4	2	0	15
@schulzauberei	0	0	5	11	15	0	0	0	0	1	32
Gesamt	3	0	31	13	42	1	3	17	4	5	119

Im Vergleich zu den Grundschullehrkräften wurden Posts in allen definierten Kategorien außer im Bereich der Förderung geteilt. Von insgesamt 119 Beiträgen sind mit 42 Stück am meisten Posts der Kategorie inspirierende Ideen zuzuordnen, das sind rund 35% (s. Tab. 5-4). Wie auch im Bereich der Grund-



schule bildet die Kategorie Unterrichtsmaterial mit 26% die Kategorie mit den am zweit häufigsten geteilten Inhalten. Der Kategorie Gewinnspiel dagegen kann ein Beitrag zugeteilt werden, womit Inhalte dieser Kategorie am seltensten geteilt werden (s. Tab. 5-4). Zudem muss erwähnt werden, dass keiner der Sonderpädagogen Inhalte aus dem Bereich der Förderung, also Hinweise zur Diagnostik oder Fördermaterialien, während des Erhebungszeitraumes postet (s. Tab. 5-4). Mit drei bis fünf Beiträgen wurde insgesamt verhältnismäßig wenig über aktuelle Themen aufgeklärt, zur Interaktion aufgerufen oder private Einblicke gegeben (s. Tab. 5-4). Im Vergleich mit den Grundschullehrkräften sind diese Zahlen jedoch höher. Zur Veranschaulichung wird die Gesamtverteilung der Anzahl an Posts je Kategorie aller in der Stichprobe definierten Sonderpädagogen im nachfolgenden Diagramm dargestellt (s. Abb. 5-2).

Abbildung 5-2: Graphische Darstellung der Gesamtanzahl der Posts pro Kategorie - SoPäd

(eigene Darstellung: S. S.)

5.2 Qualitative Analyse ausgewählter Beiträge auf Grundlage der Ergebnisse aus 5.1

Wie in Kapitel 4.1 beschrieben, soll nun eine qualitative Analyse ausgewählter Beiträge erfolgen. Zunächst sollen aus den in Tabelle 5-3 und 5-4 dargestellten Zahlenwerte ein Prozentwert berechnet werden, der zeigen soll, welcher der Accounts verhältnismäßig am meisten in einer Kategorie teilt. Hierzu wird die Anzahl der Beiträge, die einer Kategorie zuzuordnen sind mit der Anzahl der Beiträge, die insgesamt auf einem Account innerhalb des Untersuchungszeitraumes gepostet wurden, dividiert. Es sollen nur ganze Zahlenwerte dargestellt werden. Die zwei Accounts, die im Vergleich zu den anderen Profilen am meisten Beiträge in einer Kategorie teilen, werden hervorgehoben. Teilt nur eine Person Inhalte in einer bestimmten Kategorie, so soll aufgrund personeller und zeitlicher Ressourcen nur ein Beitrag dieses Lehrkräfte-Influencers analysiert und beispielhaft dargestellt werden.

Tabelle 5-5: Anzahl der Posts je Kategorie im Verhältnis zur Gesamtzahl der Posts pro Account im Bereich Grundschule

Angaben in Prozent. (eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	NaktuelleThemen	Nförderung	NUnterrichtsmaterial	NWerbematerial	NinspirierendeIdeen	NGewinnspiel	NUnterhaltung	NpersönlicheStellungnahme	NAufrufzurInteraktion	Nprivat
@liniert.kariert	-	24%	-	24%	7%	3%	-	41%	-	-
@materialwiese	-	-	80%	20%	-	-	-	-	-	-
@ideenreiseblog	-	-	57%	14%	29%	-	-	-	-	-
@doodleteacher	-	-	23%	17%	60%	-	-	-	-	-
@diegrundschultante	-	-	40%	10%	37%	13%	-	-	-	-

Auf Grundlage dieser Werte (s. Tab. 5-5) sollen für die Grundschullehrkräfte nun folgende Beiträge ausgewertet werden:

In der Kategorie *Förderung* wird beispielhaft ein Beitrag von @liniert.kariert betrachtet. Dieser zeigt Beispiele für Lesehilfen, die neurodivergente Kinder beim Lesen unterstützen sollen. Zunächst wird im Video erklärt, zu welchen Schwierigkeiten es beim Lesen kommen kann und weshalb neurodivergente Kinder hier Unterstützung brauchen. Anschließend werden zwei mögliche Arbeitsmittel vorgestellt, die beim Lesen helfen können. In der Caption zum zugehörigen Beitrag werden weitere Ideen genannt, wie das Lesen unterstützt werden kann. Abschließend werden Ratschläge gegeben, die vor dem Kauf eines solchen Produkts berücksichtigt werden sollten. Eine explizite Produktennung oder Verlinkung liegt nicht vor, weshalb der Beitrag als frei von Werbung eingestuft wird.

Abbildung 5-3: Qualitative Analyse Kategorie Förderung - GS (Niechzial, S. [@liniert.kariert] (08.09.2024))

Anders scheint es bei der Intention der Influencer, die *Unterrichtsmaterialien* posten. Als Beispiel werden jeweils ein Post von den Influencern @materialwiese und @ideenreiseblog analysiert. Abbildung 5-4 zeigt einen Teil eines Materialpakets von @materialwiese. Das Materialpaket beinhaltet verschiedene Stationen zum Einüben von Lernwörtern. In diesem Beitrag wird beispielhaft eine Station dargestellt. In der Caption folgt eine Erklärung zur Anwendung des Materials. Nach weiteren Ideen für die Umsetzung der Station und den Einsatz im Unterricht folgt dann die Verlinkung zum Material. Zudem wird der Beitrag als Werbung betitelt, weshalb davon auszugehen ist, dass dieser Beitrag zum Zweck der Vermarktung gepostet wurde und somit dem finanziellen Eigennutzen dienen soll.

Ein zweiter Post, der im Rahmen der Analyse betrachtet werden soll, ist der in Abbildung 5-5 dargestellte Beitrag von @ideenreiseblog. Hier wird ein Materialpaket zum Thema Herbst mit Lesetexten abgebildet. Es werden analoge Arbeitsblätter dargestellt und mit passenden Bildkarten auf den Inhalt des Ma-

Abbildung 5-4: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - GS
(Breuer, K. [@materialwiese] (10.10.2024))

terials aufmerksam gemacht. In der Caption beschreibt @ideenreiseblog das Materialpaket und gibt Hinweise auf den Einsatz. Es wird auf verschiedene Differenzierungsstufen und auf den möglichen Einsatz hingewiesen.

Abbildung 5-5: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - GS
(Rembold, D. [@ideenreiseblog] (06.10.2024))

@ideenreiseblog betitelt den Beitrag (s. Abb. 5-5) mit dem Wort *Eigenwerbung*. Am Ende der Caption befindet sich die Verlinkung zum Material. Somit lässt sich dieser Beitrag ebenfalls als Werbung zum finanziellen Eigennutzen einstufen.

Betrachtet man Beiträge aus der Kategorie *Werbematerial*, so lassen sich ähnliche Beobachtungen machen. Der Beitrag von @materialwiese (s. Abb. 5-6) zeigt individualisierte Stempel, die im Schulalltag eingesetzt werden können. In der Caption wird erklärt, welche Motive und Texte die einzelnen Stempel abbilden können. Es wird darauf hingewiesen, dass die Stempel Lehrkräften bei Arbeiten wie Korrekturen, Anmerkungen für Eltern oder Erinnerungen im Hausaufgabenheft helfen sollen. Es wird erwähnt, dass die Stempel mit einer anderen Lehrkräfteinfluencerin gestaltet und entworfen wurden. Dieser Information folgt die Verlinkung einer Homepage, auf der die Stempel bestellt werden können. Der Beitrag folgt somit dem Ziel der Vermarktung und Bewerbung eines Produkts.

Abbildung 5-6: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - GS
(Breuer, K. [@materialwiese] (21.08.2024))

Ein anderes Beispiel für die Darstellung von Werbematerial auf Instagram ist ein Beitrag von @liniert.kariert. In einem Video präsentiert die Influencerin ein Schlüsselarmband, dass sie sich im neuen

Abbildung 5-7: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - GS
(Niechzial, S. [@liniert.kariert] (02.10.2024))

Schuljahr gekauft hat. In der Caption wird ergänzt, weshalb dieses Produkt für die Lehrkraft von Bedeutung ist. Anschließend wird darauf hingewiesen, dass das Schlüsselband eine Geschenkidee für Lehrkräfte sein kann. Eine Webseite oder ein Onlineshop wird nicht verlinkt. Es lässt sich darauf schließen, dass das Bewerben dieses Produktes aus persönlicher Begeisterung und nicht aus finanzieller Motivation erfolgt.

Nachfolgend sollen nun zwei weitere Beiträge betrachtet werden. Diese sind der Kategorie *inspirierende Ideen* zuzuordnen. Der erste Beitrag, der innerhalb dieser Kategorie betrachtet werden soll, ist ein Post des Lehrers @doodleteacher (s. Abb. 5-8). Er formuliert Gedanken, die sich Lehrkräfte während einer Pause vom Schulalltag machen sollen. In der Caption spricht @doodleteacher von Schuldgefühlen der Lehrkräfte, die sich in den Ferien eine Pause nehmen oder die aufgrund von Krankheit nichts für den Unterricht vorbereiten können. Der digital abgebildete Beitrag soll Ideen liefern, wie Lehrkräfte mit diesem unterbewussten Druck umgehen können.

Anhand der 4.636 Likes und zahlreichen Kommentaren wird deutlich, wie viele Lehrkräfte von dieser Thematik betroffen sind. Es scheint, als würde @doodleteacher auf dieses Problem aufmerksam machen und Lehrkräfte mit seinen Gedanken inspirieren wollen (s. Abb.5-8).

Abbildung 5-8: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Idee - GS
(Elberth, M. [@doodleteacher] (20.10.2024))

Ein weiterer Beitrag, der ebenfalls inspirieren soll, ist der von @diegrundschulante. Abbildung 22 zeigt einen Ausschnitt aus einem Video, in welchem die Lehrkraft kleine Steine präsentiert, auf denen verschiedene Motive abgebildet sind. In dem Video wird gezeigt, wie die Steine hergestellt wurden. Es werden Hinweise gegeben, wie diese Steine im Unterricht eingesetzt werden. In der Caption wird der Videoinhalt kurz zusammengefasst. Eine Bewerbung des Inhaltes oder die Verlinkung zu einer Website erfolgt nicht. Daher kann davon ausgegangen werden, dass dieser Beitrag der Inspiration anderer Lehrkräfte dienen soll. Mit 1644 Likes zeigt dieser Beitrag im Verhältnis zu anderen Beiträgen von @diegrundschulante eine sehr hohe Reichweite auf.

Die nächste Kategorie, deren Beiträge es zu analysieren gilt, ist die des *Gewinnspieles*. Solche Gewinnspiele führten @lineirt.kariert und @diegrundschulante durch, weshalb jeweils einer ihrer Beiträge ana-

Abbildung 5-9: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Idee - GS
Abbildung 5-10: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - GS
(Niechzial, S. [@lineirt.kariert] (02.10.2024))

lysiert werden soll. @lineirt.kariert teilte ein Gewinnspiel, in welchem sie Geschenkgutscheine und ein

Bücherpakt mit ausgewählten Kinderbüchern verlost. Das Gewinnspiel wurde in Kooperation mit dem einem Bücherverlag veranstaltet. Die Teilnahmebedingungen waren ein Like, das Folgend der Influencerin und des Buchverlages sowie das Kommentieren unter dem Beitrag. Das Gewinnspiel scheint als Werbeinstrument für die Arbeit von @liniert.kariert sowie des Bücherverlages zu dienen. Zudem wird die Interaktion unter dem Beitrag und auf dem Profil angeregt, was die Reichweite der Lehrkraft verstärken kann.

Ähnlich aufgebaut wie dieser Beitrag ist auch ein Gewinnspiel von @diegrundschultante. Verlost werden Bücher eines Verlags, der Lernmaterialien herstellt. Wie auch bei @liniert.kariert werden zur Teilnahme am Gewinnspiel ein Like, das Folgen des Accounts sowie ein Kommentar eingefordert. Das Gewinnspiel wird von der Lehrkraft eigenständig veranstaltet. Ziel könnte ebenfalls die Anregung zu einer höheren Interaktion sowie das Erreichen einer größeren Reichweite.

Abbildung 5-11: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - GS
(Busch, C. [@diegrundschultante] (29.08.2024))

Neben der genannten Art von Beiträgen sind auch solche geteilt worden, die eine *persönliche Stellungnahme* zu einem bestimmten Thema oder die Einstellung der Lehrkraft darstellt. Beispielhaft hierfür soll ein Beitrag der Lehrkräfte @liniert.kariert analysiert werden. 41% aller ihrer Beiträge sind dieser Kategorie zuzuordnen, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass der Schwerpunkt ihrer Beiträge das Ziel verfolgt, ihre persönliche Meinung und Empfindungen zu äußern. Mit knapp 15.000 Likes hat @liniert.kariert mit dem dargestellten Beispielbeitrag zahlreiche Follower, darunter auch Lehrkräfte, erreicht. In diesem Beitrag nimmt die Lehrkraft dazu Stellung, dass die Wünsche und Bedürfnisse der Lehrkräfte, Eltern und Schüler nicht von der Politik wahrgenommen werden und sich das Bemühen der Lehrkräfte, für einen Fortschritt an Schulen, nicht lohne. Es wird persönliche Kritik an der Bildungspolitik ausgeübt und frei geäußert. In der Caption zu diesem Beitrag führt die Bildungsinfluencerin, wie sie sich selbst bezeichnet, die Gedanken, Ängste und Kritikpunkte weiter aus und bezieht Stellung aus Sicht der Lehrkräfte, Eltern und Schüler. Weiter äußert die Lehrkraft Ideen, wie sich Eltern und Lehrkräfte gegenseitig und untereinander stärken und unterstützen können. Betrachtet man die rund 250 Kommentare unter dem Beitrag, stellt man fest, dass viele Personen, die sich selbst als Lehrkräfte identifizieren, diese Meinung teilen und Eindrücke aus der Praxis miteinander teilen. @liniert.kariert bietet Lehrkräften und Eltern mit ähnlichen Gedanken und Sorgen mit ihrem Beitrag einen Anstoß zur Diskussion und ermöglicht somit eine Plattform, auf der über ausgewählte Themen frei gesprochen werden kann. Aufgrund der hohen Interaktionszahlen (hohe Like-Zahlen und zahlreiche Kommentare) kann davon ausgegangen werden, dass diese Möglichkeiten zum Austausch, gerade von Lehrkräften, genutzt werden. Betrachtet man die Kommentare genauer, so scheint es, als würden die Lehrkräfte Instagram

Abbildung 5-12: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - GS
(Niechzial, S. [@liniert.kariert] (01.10.2024))

nutzen, um Frust und Sorgen in einem außerschulischen, teilweise anonymisierten Kontext, loszuwerden und sich mit Kollegen frei austauschen.

Nach dieser ersten qualitativen Analyse ausgewählter Inhalte im Bereich der Grundschule, fällt auf, dass Lehrkräfte Instagram überwiegend für die Vermarktung eigener Produkte und die Bewerbung von Materialien nutzen und daneben eine Plattform bieten, um den Austausch unter Lehrkräften anzuleiten und zu fördern. Es soll nachfolgend eine Analyse der Beiträge von Sonderpädagogen erfolgen, um anschließend einen Vergleich zwischen der Art der Inhalte vornehmen und in Kapitel 5.3 die Hypothesen beantworten zu können.

Tabelle 5-6: Anzahl der Posts je Kategorie im Verhältnis zur Gesamtzahl der Posts pro Account im Bereich SoPäd

Angaben in Prozent. (eigene Darstellung: S. S.)

Name des Instagram Accounts	$n_{\text{Aktuelle Themen}}$	$n_{\text{Förderung}}$	$n_{\text{Unterrichtsmaterial}}$	$n_{\text{Werbenmaterial}}$	$n_{\text{Inspirierendideen}}$	$n_{\text{Gewinnspiel}}$	$n_{\text{Unterhaltung}}$	$n_{\text{PersönlichesStellungnahme}}$	$n_{\text{Aufnahmefunktion}}$	n_{Privat}
@happy_teacher_sbbz	-	-	29%	4%	58%	-	-	-	-	8%
@herzampult	-	-	32%	4%	14%	-	-	46%	14%	-
@freuleinberg	-	-	25%	-	40%	5%	15%	-	5%	10%
@teacher_light	20%	-	33%	-	7%	-	-	27%	13%	-
@schulzauberei	-	-	16%	34%	47%	-	-	-	-	3%

Zunächst wird ein Beitrag der Influencerin @teacher_light analysiert, der der Kategorie *aktuelle Themen* zuzuordnen ist. Der Beitrag klärt darüber auf, weshalb Lehrkräfte trotz Krankheit zur Schule gehen und ist eine Antwort auf ein aktuell debattiertes Thema im #instalehrerzimmer. In dem aus Schrift bestehenden Post diskutiert @teacher_light verschiedene Thesen, die beispielsweise auf den Lehrermangel anspielen, die Verantwortung von Lehrkräften in den Vordergrund rücken oder über Druck innerhalb des Systems sprechen. Daneben werden Stimmen aus der Community abgebildet und die Meinung anderer Lehrkräfte dargestellt. In der Caption zum Beitrag stellt die Influencerin Fragen und Impulse, die die Lehrkräfte zum Austausch in den Kommentaren anregen. Mit knapp 2.000 Likes zählt dieser Beitrag zu den meist gelikten Posts von @teacher_light.

Weitere Beiträge, die Sonderpädagogen auf Instagram teilen, sind der Kategorie *Unterrichtsmaterial*

Abbildung 5-13: Qualitative Analyse Kategorie aktuelle Themen - SoPäd
(Ebcin, H. [@teacher_light] (14.10.2024))

zuzuordnen. Hier teilen im Verhältnis zur Gesamtanzahl die Lehrkräfte @herzampult und @teacher_light viele Inhalte. Beispielhaft wird jeweils ein Beitrag vorgestellt. @herzampult teilt zum

Beispiel Materialien zum Thema „Artikel“ im Deutschunterricht auf ihrem Profil (s. Abb. 5-14). Dargestellt werden von der Lehrkraft erstellte Merkposter in analoger Form, die im Unterricht eingesetzt werden können. In der Caption kommentiert @herzampult ihr Material und nennt Gründe, für die Relevanz des Themas und für den Einsatz des Materials. Anschließend wird auf die Internetplattform Eduki verwiesen, über die das Material erworben werden kann. Eduki ist eine Website, auf der verschiedene Lehrkräfte ihr Material verkaufen. Der Beitrag wird von der Lehrerin als Werbung betitelt.

Abbildung 5-14: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - SoPäd
(@herzampult (07.08.2024))

Ebenfalls Werbung für Materialpakete macht @teacher_light auf ihrem Instagramprofil. Ein Beispiel hierfür ist der Post vom 26.08.2024. Die Lehrerin teilt Materialien in Form von digital abgebildeten Lesetexten und Informationskarten zum Anschlag in Solingen. In der Caption ergänzt @teacher_light Informationen zum Material und den Inhalten und spricht über die Dringlichkeit, über Extremismus in der Schule präventiv aufzuklären. Im Vergleich zu anderen Lehrkräften ergänzt die Lehrkraft hier jedoch keinen Link, über welchen die Materialien abgerufen oder gekauft werden können. Stattdessen ermuntert sie zur persönlichen Kontaktaufnahme bei Interesse an ihrem Materialpaket.

Die nächste Kategorie, zu der auch Beiträge der Lehrkräfte aus der Sonderpädagogik gezählt werden können, ist die der *Werbematerialien*. Aufgrund ähnlicher Inhalte und gleicher Prozentzahlen wird neben

Abbildung 5-15: Qualitative Analyse Kategorie Unterrichtsmaterial - SoPäd
(Ebcin, H. [@teacher_light] (26.08.2024))

einem
Beitrag

von @schulzauberei noch ein Beitrag von @happy_teacher_sbbz dargestellt. Zunächst soll der Werbebeitrag von @schulzauberei analysiert werden. Im Vergleich zu Werbevideos, in denen die Influencerin Lernapps vorstellt, zählt der in Abbildung 5-16 dargestellte Beitrag mit rund 400 Likes zu einer der beliebtesten Posts auf ihrem Account. In dem Videopost stellt die Lehrkraft passend zum Beginn des neuen Schuljahres ihr neues Bürosystem vor und bewirbt einen Büroausstatter. In dem Video erklärt die Person hinter @schulzauberei, wie dieses Material ihren Alltag positiv verändert hat. Im Vordergrund steht die Darstellung der einzelnen Produkte, Hinweise zum Aufbau sowie Ideen für die Nutzung. In der Caption werden Informationen ergänzt und der Onlineshop des Herstellers verlinkt. Der Beitrag wird von der Lehrkraft als Werbung betitelt und in Kooperation mit dem Verkäufer geteilt.

Abbildung 5-16: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - SoPäd
(Bleil, A. [@schulzauberei] (20.08.2024))

Ebenfalls Werbung für ein Material macht @happy_teacher_sbbz. Die Lehrkraft teilt ein Video, in dem sie ein Arbeitsheft zum Classroom Management in der Förderschule bewirbt (s. Abb. 5-17). Dieses Heft wurde von der Influencer selbst erstellt und in Kooperation mit einem Bücherverlag verkauft. In der

Caption ergänzt @happy_teacher_sbbz die Informationen aus dem Videopost und gibt weitere Einblicke in das Heft. Weiter erklärt sie die Wichtigkeit von Classroom Management aus ihrer Perspektive, bevor dann eine Kaufempfehlung und die Verlinkung zum Verlag erfolgt.

Abbildung 5-17: Qualitative Analyse Kategorie Werbematerial - SoPäd
(Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz] (12.08.2024))

Neben Werbematerialien teilen die beiden Influencerinnen verhältnismäßig auch am häufigsten Beiträge, die der Kategorie *inspirierende Ideen* zuzuordnen sind. In Abbildung 5-18 werden beispielsweise Ideen für die erste Unterrichtsstunde nach den Ferien von @happy_teacher_sbbz in Form eines Textbeitrages mit Bild aus der Praxis geteilt. In dem Post wird ein möglicher Stundenablauf dargestellt, wie er am ersten Schultag durchgeführt werden kann. In der Caption berichtet die Lehrkraft über ihre Erfahrungen am ersten Schultag und ermutigt den Follower, diese Stunde durchzuführen. Am Ende wird von @happy_teacher_sbbz auf einen Account einer Grundschullehrerin hingewiesen (@diegrundschultante), die nach Angaben der Sonderpädagogin ansprechendes Material für den ersten Schultag teilt.

Eine solche Verlinkung von Lehrkräften untereinander und die damit verbundene Kooperation der Lehr-

Abbildung 5-18: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Ideen - SoPäd
(Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz] (05.08.2024))

kräfte-Influencer ist keine Seltenheit, was auch der aus Text bestehende Beitrag von @schulzauberei zeigt. Wie in Abbildung 5-19 dargestellt zeigt der Beitrag der Sonderpädagogin Ideen, wie Geburtstage in der Schule gefeiert werden können. Es werden Rituale, Materialien oder Aktivitäten vorgestellt, die im Klassenzimmer durchgeführt werden können. In der Caption weist die Lehrkraft darauf hin, dass viele Ideen auch von anderen Lehrkräften auf Instagram präsentiert werden. Als Beispiele werden unter anderem die Accounts von @herzampult und @happy_teacher_sbbz erwähnt, die ebenfalls in dieser Arbeit vorgestellt werden.

Die nächste Kategorie, aus der ein Beitrag analysiert werden soll, ist die der *Gewinnspiele*. In diesem Bereich wurde insgesamt nur ein Post geteilt. Trotz dessen soll aufgrund des Inhaltes der Beitrag in dieser Arbeit betrachtet werden. Das Gewinnspiel wurde von der Lehrkraft @freuleinberg durchgeführt. Es wird eine Nacht auf einem Hausboot in Hamburg verlost. In der Caption beschreibt die Influencerin ihre Sommerferien und berichtet von ihrem Urlaub auf dem Hausboot. Da dieses Freunden der Lehrkraft gehöre, dürfe sie eine Nacht auf dem Boot verlosen. Anschließend werden in der Caption die Teilnahmebedingungen erklärt. Die Lehrkraft betitelt den Beitrag selbst als Werbung, für das Unternehmen, das die Hausboote vermietet.

Abbildung 5-19: Qualitative Analyse Kategorie inspirierende Ideen - SoPäd

Abbildung 5-20: Qualitative Analyse Kategorie Gewinnspiel - SoPäd
(@freuleinberg (13.08.2024))

Neben dem Veranstalten von Gewinnspielen teilt die Lehrkraft @freuleinberg auch als einzige Lehrkraft dieser Stichprobe innerhalb des Untersuchungszeitraumes Beiträge zur *Unterhaltung* und Belustigung. Ein Beispiel ist der abgebildete Ausschnitt (s. Abb. 5-21) aus einem Video, welcher bereits in Kapitel 4.3 zur Aufstellung der Kategorie vorgestellt wurde. Der Beitrag soll nun nochmals genauer analysiert werden. Inhaltlich wird eine Handpuppe dargestellt, die zu Musik Grimassen schneidet. Betitelt wird das Video mit den Worten „Ich, wie ich meine Lieblingskollegin am Morgen aufheitere, damit sie nicht kündigt.“ Der Beitrag soll auf satirische Art und Weise den Schulalltag von Lehrkräften darstellen, was den Kommentaren unter dem Beitrag zu entnehmen ist. Lehrkräfte markieren Kollegen in den Kommentaren, teilen lachende Emojis und äußern sich, wie ähnliche Situationen in ihrem Lehreralltag ablaufen. In der Caption fordert @freuleinberg dazu auf, dass der Follower seine Lieblingskollegen markieren solle. Somit wird zur Interaktion unter dem Beitrag angeregt. Mit über 12.000 Likes ist dieser Beitrag mit Abstand der meist gelikte Beitrag auf ihrem Account und deutet mit rund 130 Kommentaren auf eine hohe Interaktion. Als Ziel der Lehrkraft durch das Teilen des Beitrages kann neben der Aufmunterung und Belustigung der Follower auch das Steigern ihrer Followerzahlen und Erweitern der Reichweite gesehen werden.

Eine andere Art von Beiträgen sind solche, die der Kategorie *persönliche Stellungnahme* zuzuordnen sind. **Abbildung 5-21:** Qualitative Analyse Kategorie Unterhaltung - SoPäd Nach der Definition der Kategorie (s. Kap. 4.3) zählen hierzu alle Aussagen in Form von Sprüchen, Zitaten oder Bildern, die auf die persönliche Einstellung und Meinung der Lehrkraft schließen lassen. Beispiele hierfür sollen jeweils ein Beitrag von @herzampult und @teacher_light sein. **Abbildung 5-22** zeigt einen

Abbildung 5-22: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - SoPäd (@herzampult (26.09.2024))

Spruch, der von @herzampult geteilt wurde. Es wird auf die Wichtigkeit der Lehrer-Schüler-Beziehung hingewiesen, wobei Humor als Grundlage hierfür gesehen wird. Betitelt wird der Beitrag mit dem #karusellgedanke und einem Emoji. Dieser Beitrag ist frei von Eindrücken, Werbung, Ideen oder Hinweisen. Der Inhalt des Spruches ist zentral. Trotz der geringen Anzahl von 4 Kommentaren kann dieser Beitrag im Vergleich eine sehr hohe Anzahl an Likes (n=825) erreichen.

Anders ist es bei der Lehrerin @teacher_light. In einem Beitrag vom 04.10.2024 nimmt sie persönlich Stellung dazu, mit welchen Anforderungen und Vorgaben sie als Lehrkraft zu kämpfen hat. In ihrem Beitrag führt die Lehrerin sechs Aspekte an, welche sie als Schattenseiten des Lehrersein sieht. In der

Abbildung 5-23: Qualitative Analyse Kategorie persönliche Stellungnahme - SoPäd (Ebcin, H. [@teacher_light] (04.10.2024))

Caption regt sie an, weitere Gründe in die Kommentare zu schreiben und fordert die Diskussion der Follower ein.

Neben Beiträgen wie den eben beschriebenen, die zur Diskussion anregen oder dazu einladen, sich Gedanken zu verschiedenen Themen zu machen, gibt es Beiträge, die im Bild- oder Videopost selbst zur Interaktion aufrufen und den Austausch einfordern. Wie auch in der Kategorie *persönliche Stellungnahme* posten die beiden Lehrerinnen @herzampult und @teacher_light im Vergleich zu anderen Sonderpädagogen verhältnismäßig am meisten in der Kategorie *Aufruf zur Interaktion*. Daher werden nun weitere zwei Beiträge analysiert. Zunächst der Beitrag von @herzampult, die damit einen Aufruf nach einer Brieffreundschafts-Klasse startet. Dieser Aufruf mit dem Verweis auf die Kommentare ist alleiniger Bestandteil des Posts. In der Caption wird dann von der Lehrkraft weiter auf das Thema eingegangen. Zunächst wird erklärt, wie man bei der Suche nach einer Brieffreundschafts-Klasse für das Schuljahr 2024/25 teilnehmen kann und anschließend werden Ideen dargestellt, wie sich eine solche Brieffreundschaft gestalten lässt. Es wird darauf hingewiesen, in den Kommentaren nach einer Klasse bzw. der Lehrkraft zu suchen, mit der man in Kontakt treten möchte. Insgesamt teilten 46 Lehrkräfte Angaben zur Klasse, Schulart, Anzahl der Schüler und dem Bundesland und folgten somit aktiv dem Aufruf der Lehrkräfte-Influencerin.

Im Vergleich zu der Interaktion unter anderen Beiträgen von @herzampult ist die Interaktion unter dem Beitrag mit 46 Kommentaren sehr hoch. Auf eine andere Art und Weise rief @teacher_light zur Interaktion unter einem Beitrag auf: Die Lehrkraft stellt in einem Bildbeitrag gezielt eine Frage an die Lehr-

Abbildung 5-24: Qualitative Analyse Kategorie Aufruf zur Interaktion - SoPäd
(@herzampult (05.09.2024))

kräfte, die der Influencerin folgen. Es wird nach „unverschämten Erwartungen“ (s. Abb. 5-25) gefragt, die an Lehrkräfte gestellt wurden. In der Caption wird ergänzt, dass die Lehrerin hinter @teacher_light sich auf die Geschichten der Follower freue, was einen indirekten Aufruf zum Kommentieren unter dem Beitrag darstellt. Insgesamt berichteten 98 Personen in den Kommentaren von ihren Erfahrungen oder nahmen zu verschiedenen Aussagen Stellung.

Abbildung 5-25: Qualitative Analyse Kategorie Aufruf zur Interaktion - SoPäd
(Ebcin, H. [@teacher_light] (25.10.2024))

Neben den bisher dargestellten Inhalten blieb eine Kategorie bislang unbeachtet, da die ausgewählten Grundschullehrkräfte keinerlei Beiträge dieser Art teilten. Es geht um *private Einblicke* in das Leben der Lehrkräfte-Influencer, welche auf den Instagramprofilen der Sonderpädagogen im Gegensatz zu den Grundschullehrkräfte gegeben werden. Im Verhältnis zur Gesamtzahl der geteilten Inhalte posten die Lehrkräfte @freuleinberg und @happy_teacher_sbbz innerhalb des gewählten Zeitraums mehr Beiträge, die dieser Kategorie zuzuordnen sind, als die anderen Lehrkräfte. Beispielsweise ist in Abbildung 5-26 ein Bild der Lehrkraft @freuleinberg dargestellt, auf welchem sie mit ihrem Hund zu sehen ist. In

Abbildung 5-26: Qualitative Analyse Kategorie Privat - SoPäd
(@freuleinberg (04.09.2024))

der Caption stellt die Lehrerin ihren Hund vor und erzählt kurz vom Alltag eines Schulhundes. Anschließend verweist sie auf einen zweiten Account, auf welchem ausschließlich Beiträge geteilt werden, die den Schulalltag aus Sicht des Hundes darstellen sollen. Dieser Beitrag liegt mit 355 Likes im Durchschnitt der Reichweite der Beiträge auf dem Profil von @freuleinberg.

Anders bei einem privaten Einblick von @happy_teacher_sbbz: die Lehrkraft teilt Anlässlich der Geburt ihres Kindes ein Bild von diesem. In der Caption berichtet sie kurz vom Ankommen und Kennenlernen ihrer Tochter und erklärt, dass in Zukunft der Fokus weiterhin auf schulischen Themen bleibe. Das Besondere an diesem Post ist, dass der Beitrag durchschnittlich die sechsfache Anzahl an Likes ($n=6.978$) hat, als die meisten Inhalte auf dem Account. Mit knapp 300 Kommentaren, die überwiegend aus Glückwünschen bestehen, weist dieser Beitrag eine ebenfalls hohe Interaktion auf. Auffällig hierbei ist, dass zahlreiche Kommentare von anderen Lehrkräfte-Influencern stammen.

5.3 Beantwortung der Hypothesen

Die dargestellten Beiträge und die Analyse deren Inhalte in Kapitel 5.2 sollen neben den quantitativen Ergebnissen aus Kapitel 5.1 die Grundlage für die nachfolgende Beantwortung der in Kapitel 3.2 auf-

Abbildung 5-27: Qualitative Analyse Kategorie Privat - SoPäd
(Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz] (29.08.2024))

gestellten Hypothesen sein.

Die erste Hypothese beschäftigt sich mit der Nutzung der Lehrkräfte von Instagram. Es werden verschiedene Arten von Inhalten aufgezeigt, die auf der Social Media Plattform geteilt werden. Zur Vollständigkeit soll die Hypothese nachfolgend nochmals dargestellt werden:

H₁: „Lehrkräfte nutzen Instagram, um auf aktuelle Themen aufmerksam zu machen, andere weiterzubilden, zum Austausch anzuregen, zu inspirieren oder eigenes Material zu bewerben.“

Betrachtet man die Ergebnisse aus Kapitel 5.1 so zeigt sich, dass Lehrkräfte Beiträge verschiedenster Art auf Instagram posten. Sowohl Grundschullehrkräfte als auch Sonderpädagogen posten den Ergebnissen der Auswertung zu folge am häufigsten Beiträge, die den Kategorien *inspirierende Ideen* und *Unterrichtsmaterial* zuzuordnen sind (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Daneben werden häufig auch Inhalte geteilt, die Werbematerialien darstellen sowie Beiträge, in denen zu aktuellen Themen persönlich Stellung genommen wird (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Aufgeklärt wird über aktuelle Ereignisse dagegen selten (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Ebenso wird im Bereich der Grundschule nicht zur Interaktion und Kooperation aufgerufen (s. Tab. 5-3). Mit 3% wird im Bereich der Sonderpädagogik öfter die Interaktion der Follower eingefordert, allerdings werden Beiträge dieser Art im Vergleich zu anderen Inhalten nur sehr selten geteilt (s. Tab. 5-4). Posts, die andere Lehrkräfte weiterbilden sollen und fortbildenden Charakter haben, werden nicht geteilt (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Nach der qualitativen Analyse ausgewählter Inhalte kann zudem ergänzt werden, dass das Hauptanliegen der Lehrkräfte die Bewerbung eigener sowie fremder Materialien oder Produkte ist sowie die persönliche Stellungnahme zu verschiedensten Thematiken. Nach Betrachtung der Kommentare fällt auf, dass gerade Stellungnahmen die Follower zu einer

höheren Interaktion bewegen (s. Kapitel 5.2). Auf Grundlage dieser Ergebnisse kann die erste Hypothese auf ihre Richtigkeit überprüft werden. Die Aussage der Hypothese wird überwiegend erfüllt. Lehrkräfte nutzen Instagram zur Inspiration ihrer Follower sowie dazu, um eigenes Material zu bewerben (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4), womit dieser Teil der Hypothese bestätigt werden kann. Über Aktuelle Themen wird durch persönliche Stellungnahme aufmerksam gemacht, wobei eine Aufklärung nicht stattfindet (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Durch solch eine persönliche Meinungsäußerung wird der Austausch unter den Lehrern angeregt, wobei eine direkte Aufforderung zur Interaktion eher selten zu finden ist (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Die Aussage, dass Lehrkräfte Instagram zur Weiterbildung nutzen, kann nicht bestätigt werden. Daraus ergibt sich folgende korrigierte erste Hypothese:

H₁: „Lehrkräfte nutzen Instagram hauptsächlich, um zu inspirieren oder eigenes Material zu bewerben. Durch die persönliche Stellungnahme zu aktuellen Themen regen Lehrkräfte zudem zum Austausch an und zeigen Transparenz im Lehrerberuf. Ein Weiterbildungsangebot wird von Seiten der Lehrkräfte Influencer nicht angeboten.“

Nachdem nun die erste Hypothese überprüft wurde, soll nun auch H₂ auf ihre Richtigkeit überprüft werden. Diese beschäftigt sich mit der Frage nach der Kooperation und den fachlichen Austausch von Lehrkräften auf der Plattform Instagram. Hypothese 2 lautet wie folgt:

H₂: „Lehrkräfte zeigen sich auf der Plattform Instagram kooperativ und tauschen sich fachlich aus, um die eigene Arbeit nachhaltig zu fördern und Ressourcen zu sparen.“

Betrachtet man die Ergebnisse aus der qualitativen Analyse der Beiträge und den dazugehörigen Kommentaren, so kann man feststellen, dass die Lehrkräfte-Influencer Materialien anderer Lehrkräfte bewerben oder gemeinsame Projekte durchführen (s. Kapitel 5.2). Dies zeigt, dass die Lehrkräfte, die aktiv auf Instagram Inhalte teilen, durchaus miteinander kooperieren. Die Kommentare unter den Beiträgen zeigen allerdings weniger häufig einen fachlichen Austausch. Viel mehr kann man den Ergebnissen in Kapitel 5.2 zu Folge von einer Art emotionalen Unterstützung sprechen. Gerade die Interaktion unter Beiträgen der Kategorie *persönliche Stellungnahme* zeigt, dass der persönliche, freie Austausch der Lehrkräfte untereinander zu aktuellen, hauptsächlich schulischen Themen überwiegt. Die Analyse der Kommentare unter Beiträgen, die Materialien und Ideen für die Gestaltung von Klassenzimmern, Ritualen oder ähnlichem zeigen, beschränken sich dagegen hauptsächlich auf Lob oder Danksagung für die Bereitstellung der Unterrichtsmaterialien und Ideen. Der fachliche Austausch über Inhalte oder Kritik wird nicht geäußert. Der Schwerpunkt liegt auf unterstützenden Kommentaren und Zuspruch. Auch werden im Bereich der Förderung kaum Inhalte geteilt (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4), woraus zu schließen ist, dass ein fachlicher Austausch im Bereich der (Förder-) Diagnostik und Lernförderung nur selten stattfindet. Basierend auf diesen Erkenntnissen soll die zweite Hypothese angepasst werden, da gerade der fachliche Aspekt, wie er beschrieben wird, berichtigt werden muss. Die Kooperation zum Zweck einer nachhaltigen, ressourcensparenden Arbeit dagegen wird bestätigt. Es ergibt sich folgende zweite Hypothese:

H₂: „Lehrkräfte zeigen sich auf der Plattform Instagram kooperativ, um die eigene Arbeit nachhaltig zu fördern und Ressourcen zu sparen. Der Austausch der Lehrkräfte untereinander zeigt sich in emotionaler Unterstützung und Bestätigung der Arbeit als Lehrkraft.“

Im Rahmen dieser Arbeit und zur Beantwortung der Fragestellung galt es noch eine weitere, dritte Hypothese auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. Diese Hypothese beschreibt die Unterschiede der Art der Inhalte, die von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen geteilt werden und basiert auf den verschiedenen Anforderungen an Lehrkräfte (s. Kap. 2.1.3). Die dritte Hypothese lautet wie folgt:

H₃: „Die auf Instagram veröffentlichten Beiträge und Themen von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen unterscheiden sich in ihren Grundzügen. Während im Bereich der Grundschule inhaltliche Themen im Vordergrund stehen, wird von Sonderpädagogen auf individualisiertes Material und differenzierte Fördermöglichkeiten Wert gelegt.“

Die Ergebnisse (s. Kap. 5.1) zeigen, dass die Art der Beiträge, die Lehrkräfte auf Instagram teilen, sich innerhalb der beiden Lehrämter kaum unterscheiden (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Sowohl Grundschullehrkräfte als auch Sonderpädagogen teilen hauptsächlich Unterrichtsmaterialien und wollen andere Lehrkräfte mit ihren Ideen inspirieren (s. Tab. 5-3 und Tab. 5-4). Der Hypothese nach, sollten sich die Inhalte jedoch unterscheiden: demnach teilen Sonderpädagogen individualisiertes Material und differenzierte Fördermöglichkeiten, wohingegen der Fokus bei den Grundschullehrkräften auf dem Lerninhalt liegen sollte (s. Kap. 3.2). Die Ergebnisse der Analyse zeigen jedoch anderes. Die ausgewählten Sonderpädagogen teilten im definierten Untersuchungszeitraum keinerlei Inhalte, die der Kategorie Förderung zuzuordnen sind (s. Tab. 5-4). Wie die Analyse einzelner Beiträge gezeigt hat, unterscheiden sich die Unterrichtsmaterialien der Grundschullehrkräfte und Sonderpädagogen ebenso wie die Art der Ideen, die die Influencer teilen, sowohl inhaltlich als auch in ihrer Darstellung nicht (s. Kapitel 5.2). Inhalte die der Kategorie *Förderung* zugeordnet werden, werden nur von der Lehrkraft @liniert.kariert geteilt (s. Tab. 5-3). Ergänzt werden soll an dieser Stelle, dass Sonderpädagogen im Gegensatz zu den Grundschullehrkräften auch private oder unterhaltsame Inhalte posten sowie zur Interaktion aufrufen und über aktuelle Themen sprechen (s. Tab. 5-4). Wie die Zahlen in Tabelle 5-3 und 5-4 allerdings zeigen, liegt bei beiden Lehrämtern der Fokus auf der Bewerbung von Materialien (28% u. 26%) und der Inspiration mit eigenen Ideen (34% u. 35%). Wie sich zeigt, können die Unterschiede, wie sie in Hypothese 3 formuliert sind, nicht belegt werden. Die Analyse der Beiträge und Instagramprofile (s. Kap. 5.1 und Kap.5.2) widerlegt somit die Hypothese H₃. Es ist eine neue Formulierung dieser Behauptung notwendig:

H₃: „Die auf Instagram veröffentlichten Beiträge und Themen von Grundschullehrkräften und Sonderpädagogen unterscheiden sich nicht. Sowohl im Bereich der Grundschule als auch der Sonderpädagogik liegt der Fokus auf dem Teilen von Materialien zu bestimmten Lerninhalten und der Inspiration durch die Verbreitung eigener Ideen. Differenziertes Material und Vorschläge zur

Förderung werden ebenso wie aufklärende Inhalte zu diagnostischen Themen nicht von den Lehrkräften geteilt.“

Die korrigierten Hypothesen und Feststellungen aus Kapitel 5 sollen nun als Grundlage für die nachfolgende Diskussion dienen.

6 Diskussion

Diese Arbeit soll Antworten auf die Frage geben, welche Inhalte von Lehrkräften auf Instagram veröffentlicht werden, zu welchem Zweck und in wie weit sich schulartspezifische Unterschiede erkennen lassen. Weiter soll geklärt werden, ob der fachliche Austausch unter Lehrkräften und deren Kooperation durch die Nutzung von Instagram gesteigert werden kann und die Anforderungen an Lehrkräfte (s. Kap. 2.1.2) erfüllt werden. Daher sollen die in Kapitel 5 dargestellten Ergebnisse in Bezug auf die Fragestellung bewertet werden. Hierzu sollen die Erkenntnisse aus Kapitel 5 zunächst mit den vorliegenden Forschungsergebnissen (s. Kap. 2.3) verglichen werden. Anschließend sollen einige der in Kapitel 5 dargestellten Ergebnisse kritisch diskutiert werden. Offene Fragen und weiterführende Fragestellungen sollen abschließend dargestellt werden. Zunächst muss an dieser Stelle gesagt werden, dass die dargestellten Ergebnisse in Kapitel 5.1 und 5.2 nur einen Teil der Realität abbilden, welche Inhalte auf Instagram von Lehrkräften geteilt werden. Sie beziehen sich auf die in dieser Analyse untersuchten Profile und die Inhalte, die während des definierten Zeitraums geteilt wurden. Die Analyse der Inhalte und die Zuordnung von Beiträgen zu Kategorien orientiert sich an dem in Kapitel 4.3 aufgestellten Kategoriensystem, was gerade die qualitative Analyse der Inhalte objektiver gestalten soll (Mayring, 2022). Dennoch ist eine stellenweise subjektive, interpretative Auswertung zur Beantwortung der Hypothesen nicht auszuschließen. Aufgrund des Kategoriensystems kann allerdings davon ausgegangen werden, dass eine offene Interpretation der Ergebnisse vermieden wurde.

Betrachtet man nun also die Ergebnisse der Untersuchungen (s. Kap. 5), so fällt auf, dass sich diese deutlich mit Erkenntnissen aus vorangegangener empirischer Forschung überschneiden (s. Kap. 2.3). Aufgrund der Ähnlichkeit hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes und der Methodik soll zunächst ein Vergleich der Ergebnisse mit denen von Shelton et al. (2020) und Davis und Yi (2022) erfolgen. Shelton et al. (2020) untersuchten die Beiträge, die von amerikanischen Lehrkräften aus der Teach Your Heart out Community geteilt wurden. Die qualitative Analyse der Forschenden zeigte, dass die Lehrkräfte überwiegend Werbeinhalte sowie motivationale Inhalte teilten (Shelton et al., 2020). Zudem wurde zur Interaktion aufgerufen und zur Umsetzung verschiedener Unterrichtsansätze aufgefordert (Shelton et al., 2020). Diese Ergebnisse überschneiden sich stark mit Erkenntnissen über die Inhalte, wie sie auch von deutschen Lehrkräften geteilt wurden (s. Kap. 5). Allerdings zeigt sich ein Unterschied hinsichtlich der Präsentation verschiedener Unterrichtsansätze: Inhalte dieser Art wurden von den deutschen Lehrkräften nicht geteilt. Davis und Yi (2022) zeigen durch ihre qualitative Analyse von Beiträgen, dass Grundschullehrkräfte im englischsprachigen Raum Instagram überwiegend zu kommerziellen Zwecken nutzen. Sie unterscheiden weiter zwischen einer privaten und einer beruflichen Nutzung der

Plattform (Davis & Yi, 2022). Genauer beschreiben Davis und Yi (2022), dass berufliche Inhalte vor allem die Klassenzimmer-Gestaltung und Ästhetik, Lerninhalte sowie Informationen zur beruflichen Weiterbildung umfassen. Im privaten Bereich teilen die Lehrkräfte Einblicke in ihr Familienleben und die Freizeitgestaltung (Davis & Yi, 2022). Auch diese Erkenntnisse überschneiden sich überwiegend mit den Ergebnissen der Analyse in dieser Arbeit (s. Kap. 5). So teilen auch die deutschen Lehrkräfte Unterrichtsmaterialien und Lerninhalte, wobei der finanzielle Nutzen in den Vordergrund rückt (s. Kap. 5). Im Vergleich zu den englischsprachigen Lehrkräften nutzen die deutschen Lehrkräfte-Influencer Instagram allerdings weniger für die berufliche Weiterbildung und geben nur selten Einblicke in ihr Privatleben (s. Kap. 5). Diese ersten beide Vergleiche zeigen, dass die Art der Inhalte, die von Lehrkräften auf Instagram geteilt werden, sich im deutsch- und englischsprachigen Bereich sehr stark überschneiden. Weitere Studien (s. Kap. 2.3) untersuchten mit Hilfe von Interviews die Gründe und Motive, weshalb Lehrkräfte Instagram zu beruflichen Zwecken nutzen. Die Ergebnisse hierbei zeigten ein einheitliches Bild: Carpenter et al. (2020) stellten fest, dass Lehrkräfte auf Instagram hauptsächlich beruflichen Rat oder nach Beispielen für Unterrichtsmethoden und -materialien suchen. Daneben stellt Instagram einen Ort der Vernetzung mit anderen Lehrkräften dar (Aghayi & Christison, 2021) und dient als Plattform zur Informationsweitergabe und des Austausches (Richter et al., 2022). Diese Ergebnisse gelten sowohl für den englischsprachigen (Aghayi & Christison, 2021) als auch den deutschsprachigen Raum (Richter et al., 2022). Kruse et al. (2023) ergänzen die vorhandenen Forschungsergebnisse mit den Erkenntnissen aus einer Interviewstudie: sie identifizierten als zentrale Motive für die Nutzung von Instagram den Wunsch, Aufmerksamkeit für bestimmte Themen zu wecken, sich selber weiterzubilden, Unterstützung zu erhalten oder zu geben, sich durch andere beruflich inspirieren zu lassen sowie eine finanzielle Motivation (Kruse et al., 2023). Betrachtet man die Ausführungen, so fällt auf, dass die in dieser Arbeit betrachteten deutschen Lehrkräfte Beiträge teilten, die eben diesen Motiven gerecht werden (s. Kap. 5). Die Kooperation und Vernetzung stellen ebenso wie das Teilen von Materialien und inspirierenden Ideen die zentrale Nutzung der Social Media Plattform dar (s. Kap. 5). Es zeigt sich also, dass sich kaum Unterschiede bei der beruflichen Nutzung von Instagram von englischsprachigen und deutschen Lehrkräften zeigen und sich die Inhalte ebenso wie die Intention der Lehrkräfte-Influencer überschneiden. Diese Motive und Inhalte sollen nachfolgend kritisch diskutiert werden.

Instagram wird von den Lehrkräfte-Influencern überwiegend zur Darstellung von eigen erstelltem Material und dessen Bewerbung sowie zur Inspiration anderer Lehrkräfte genutzt (s. Kap. 5). Die Social Media Plattform dient als Quelle für kreative Unterrichtsmaterialien, Ideen für den alltäglichen Unterricht und die Klassenzimmergestaltung (s. Kap. 5). Gerade für Lehrkräfte, die nach Inhalten suchen, die den Unterricht spannender und motivierender gestalten können, bieten die Accounts der Lehrkräfte-Influencer zahlreiche Inspirationen (s. Kap. 5). Die Materialien sind zumeist leicht über verlinkte Websites, Blogs oder die Plattform Eduki zugänglich und lassen sich somit schnell erwerben und in den eigenen Unterricht integrieren. Die Erstellung und Nutzung ansprechender Unterrichtsmaterialien ist wichtiger Bestandteil der Anforderungen an Lehrkräfte und dem Kompetenzbereich *Unterrichten* der

Standards zur Lehrerbildung zuzuordnen (KMK, 2004). Lehrkräfte können durch das Teilen von Materialien Zeit in der Unterrichtsplanung und -gestaltung sparen, die beispielsweise in andere Aufgabenbereiche wie die Diagnostik oder Beratung (KMK, 2004) investiert werden kann. Daneben bieten die Lehrkräfte-Influencer über Instagram eine Plattform, auf der sich Lehrkräfte vernetzen und austauschen können. Die Kooperation und Zusammenarbeit stellt ebenfalls eine der zentralen Kompetenzanforderungen von Lehrkräften dar (KMK, 2004) und ist somit von zentraler Bedeutung. Die Vernetzung mit anderen Kollegen ist durch Instagram und die Lehrkräfte-Influencer nicht nur innerhalb der eigenen Schule, sondern mittlerweile auch bundesweit, teilweise auch international, möglich. Gerade für Lehrkräfte, die aufgrund eines kleinen Kollegiums oder anderer Gründe mit wenigen Lehrern im Kontakt stehen, scheint der Austausch über Instagram eine neue Möglichkeit zur Kooperation, Inspiration und Vernetzung zu sein. Weiter bieten Beiträge der Lehrkräfte-Influencer eine Grundlage für wertvolle Diskussionen. Es werden Sorgen und Probleme offen angesprochen und Erfahrungen ausgetauscht. Dies kann für viele Lehrkräfte, die unter den Anforderungen des Berufes leiden, eine Möglichkeit der mentalen Unterstützung sein und die Lehrgesundheit fördern. Die Kooperation mit anderen Lehrkräften kann eine Entlastung darstellen, der Austausch über Probleme eine Ermutigung. Den Kommentaren vieler Lehrkräfte zu Folge fühlen sich diese oft isoliert, verachtet oder überfordert (s. Kap. 5.2). Instagram kann ein Ort sein, an dem die Motivierung und Unterstützung überwiegen. Auch für junge Lehrkräfte kann Instagram eine Chance darstellen: Eindrücke aus dem Lehreralltag sowie Ratschläge zum Umgang mit Herausforderungen im Schulalltag von erfahrenen Lehrkräften zu erhalten kann gerade für Berufseinsteiger hilfreich sein. Neben diesen positiven Möglichkeiten, die durch Instagram geschaffen werden, gibt es auch zahlreiche Aspekte, die kritisch hinterfragt werden sollen. Zunächst soll auf die Menge und Vielfalt an Materialien, Ideen und Inspirationen auf Instagram hingewiesen werden. Neben den in dieser Arbeit dargestellten Lehrkräfte-Influencern gibt es zahlreiche weitere Accounts, auf denen schulische Inhalte geteilt werden. Die Inhalte, die geteilt werden, sind ungefiltert und oft von persönlichen Neigungen der Lehrkräfte geprägt. Betrachtet man die Anzahl der Beiträge, die von den Lehrkräfte-Influencern innerhalb der drei Monate geteilt wurden, so ist zu erkennen, dass gerade erfolgreiche Lehrkräfte unzählige Beiträge mit Materialien und inspirierenden Ideen teilen, die alle einem persönlichen Stil der Lehrkräfte folgen. Daraus ergeben sich mehrere Problematiken, die nachfolgend kurz erläutert werden sollen. Zum einen kann die Menge an Post zu Überforderung bei der Auswahl von Inhalten führen. Zahlreiche Lehrkräfte teilen ihre Materialien auf Instagram, stellen diese oft kontextfern dar, beispielsweise als digitale Abbildung in Mitten von Bildern und Texten, und zielen auf eine reine Vermarktung durch eine ansprechende Darstellung der Inhalte ab. Es besteht die Gefahr, dass die Qualität der Inhalte von der Quantität und anderen visuellen Reizen überschattet wird. Es werden Materialien erstellt und vermarktet, die teilweise qualitative Mängel aufweisen. So kann es sein, dass Lehrkräfte durch die Flut an Materialien auf Instagram qualitativ hochwertige, kostenlose Materialien übersehen, da die Kommerzialisierung von Instagram fortschreitet (s. Kap. 5). Daneben bieten die geteilten Unterrichtsmaterialien oftmals keine Möglichkeiten zur Differenzierung oder sind nicht an die individuellen Bedürfnisse der

Kinder und Jugendlichen angepasst, was gerade auch im Zuge der Inklusion notwendig erscheint (Gebhardt, 2024). Es erfordert somit eine genaue Auseinandersetzung der Lehrkraft mit den auf Instagram geteilten Arbeitsmitteln und unter Umständen eine Überarbeitung oder Ergänzung der Inhalte. Weiter kann die Darstellung sowie die Menge der Inhalte ein Problem im Bereich des Selbstbilds der Lehrkraft sein. Möglicherweise können sich Lehrkräfte unter Druck gesetzt fühlen, ständig neues Material erstellen und anbieten und einer gewissen Ästhetik gerecht werden zu müssen. Dies kann sowohl auf Seiten der Follower, aber vor allem auf Seiten der Influencer zu Stress oder Zweifel führen. Ein weiterer Aspekt, der in der Fragestellung dieser Arbeit angesprochen wird, ist der fachliche Austausch und die Anforderungen an Lehrkräfte, die neben dem Unterrichten auch die Förderung oder Weiterbildung umfassen (KMK, 2004). Betrachtet man die Inhalte, die von Lehrkräften-Influencern geteilt werden (s. Kapitel 5), so findet keine Aufklärung oder Weiterbildung der Lehrkräfte statt. Ein fachlicher Austausch über Inhalte, Unterrichtsmethoden oder -konzepte ist auf den betrachteten Accounts innerhalb des Zeitraums nicht zu finden. Obwohl die pädagogische Diagnostik sowie die Förderung Kernaufgaben der Lehrkräfte, sowohl in der Grundschule (KMK, 2024) als auch an Förderschulen (KMK, 1994), darstellen, werden auch in diesem Bereich kaum Inhalte geteilt. Das Potenzial von Social Media Plattformen wie Instagram, als Ort für Aufklärung und Förderung von Diversität und Inklusion, geht verloren. Neben diesen eher inhaltlichen Punkten muss auch darauf hingewiesen werden, dass gerade im Bildungsbereich der Datenschutz sowie schulrechtliche Aspekte eine wichtige Rolle spielen. Einerseits sind Lehrkräfte-Influencer als Nutzer der Plattform Instagram dazu verpflichtet, keine vertraulichen Informationen über Dritte, beispielsweise über Eltern, Schüler oder die Schule selbst, zu teilen (Gerecke & Frey, 2023). Andererseits müssen Lehrkräfte sich bewusst machen, über welche Themen sie sprechen und wie sie sich beispielsweise zu (schul-) politischen Themen äußern, um rechtliche Probleme zu vermeiden (KMK, 2004).

Für die Fragestellung dieser Arbeit bedeuten die eben angeführten Aspekte, dass Instagram auf jeden Fall als eine Plattform gesehen werden kann, über die sich Lehrkräfte austauschen können, Unterrichtsmaterialien und -ideen geteilt werden können und von Erfahrungen der Lehrkräfte-Influencer profitiert werden kann. Dennoch erfordert die Nutzung von Instagram als Quelle für Materialien und Ideen eine kritische Auseinandersetzung auf Seiten der Follower sowie einen verantwortungsbewussten Umgang mit den geteilten Inhalten und Daten.

Die bisherige Forschung zu Lehrkräften auf Instagram zeigt trotz dieser Erkenntnisse Lücken. Es stellt sich beispielsweise die Frage, inwieweit die kommerzielle Nutzung von Instagram den Lehrkräfte-Influencern nutzt und wie häufig beworbenes Material tatsächlich gekauft wird. Weiter bleibt die Frage offen, ob deutsche Grundschullehrkräfte und Sonderpädagogen, deren Profile nicht in dieser Arbeit analysiert wurden, ähnliche Inhalte teilen oder ob es weitere inhaltliche Themenschwerpunkte gibt, die durch diese Arbeit nicht identifiziert wurden. Gerade die Betrachtung von Instagramprofilen mit einer geringeren Followeranzahl scheint interessant. Daneben stellt sich die Frage, wie Lehrkräfte mit den auf Instagram erworbenen Materialien umgehen und wie das #instlehrerzimmer (Instagram

#instalehrerzimmer, 2024) die Gestaltung des Unterrichts und der Klassenzimmer in der schulischen Praxis beeinflussen. Daneben können die Darstellung des Referendariats, Meinungen zur Inklusion oder die Präsentation verschiedener didaktischer Konzepte auf Instagram untersucht werden.

7 Ausblick

Spätestens seit Anerkennung der UN-Behindertenrechtskonvention (United Nations, 2006) durch die Bundesrepublik Deutschland steht fest, dass eine inklusive Beschulung von Kindern und Jugendlichen mit SPU Normalität werden muss (Gebhardt, 2024). Die von Beginn an gemeinsame Unterrichtung einer heterogenen Lerngruppen und die Gestaltung eines Unterrichts, an dem alle Kinder und Jugendlichen teilhaben sowie dazu beitragen können, stellt die zentrale Aufgabe des inklusiven Unterrichts dar (Heimlich & Bjarsch, 2020). Eine inklusive Bildung erfordert eine Veränderung des Schulsystems und des bisherigen Unterrichts, was zu einer veränderten Rolle der Lehrkraft führen wird (Hillenbrand & Melzer, 2018). Hillenbrand und Melzer (2018) sprechen neben dieser Veränderung auch von einer Erweiterung des Aufgabenbereiches einer Lehrkraft. Doch was wäre, wenn eine flächendeckende inklusive Schule Realität geworden wäre? Wie würde das #instalehrerzimmer (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) aussehen und was hat sich verändert? Hat womöglich die Vernetzung der Lehrkräfte auf Instagram zur Entwicklung eines inklusiven Schulsystems beigetragen? Nachfolgend sollen einige weiterführende Gedanken dargestellt werden.

Dass Instagram, genauer das #instalehrerzimmer (Instagram #instalehrerzimmer, 2024), mittlerweile ein wichtiger Ort für den Austausch und die Kooperation von Lehrkräften geworden ist, zeigen nicht erst die Ergebnisse dieser Arbeit. Die Social Media Plattform wird beispielsweise im englischsprachigen Raum von Lehrkräften bereits nicht mehr nur zur Vermarktung von Materialien oder zur Inspiration für eine ästhetische Klassenzimmergestaltung genutzt. Der fachliche Austausch über verschiedene Unterrichtskonzepte, die Aufklärung über pädagogische Themen und die Angebote zur berufsbezogenen Weiterbildung sind keine bloße Vorstellung. Dies zeigt, dass gerade im deutschsprachigen Raum das Potential, was das #instalehrerzimmer (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) bieten kann, noch lange nicht ausgeschöpft ist. Dennoch kann diese immer größer werdende Vernetzung der Lehrkräfte ein Anfang sein für die Art von Kooperation, wie sie im Sinne der inklusiven Schule wäre (Gebhardt, 2024). Zur Gestaltung eines inklusiven Unterrichts braucht es zunächst die Bereitschaft zu einem vernetzten Zusammenarbeiten, wie man es im #instalehrerzimmer sieht. Weiter erfordert eine inklusive Schule im Allgemeinen eine Aufklärung über verschiedenste (sonder-) pädagogische Themen. Warum also nutzen die Lehrkräfte-Influencer ihre Reichweite nicht effektiv, um sowohl Lehrkräfte als auch die restliche Social Media Welt über die aktuellen Debatten und Ideen rund um Inklusion aufzuklären? Angenommen die Influencer würden mit derselben Energie für Inklusion eintreten, wie sie sie in die Gestaltung ihrer Materialien stecken – wäre Deutschland schon längst Vorreiter in der inklusiven Schulentwicklung? Es steht fest, dass die Lehrkräfte-Influencer über Instagram eine große Zielgruppe erreichen können und bereits jetzt Denkanstöße zu aktuellen Themen geben (s. Kap. 5). Würden die Lehrkräfte auf Instagram

mehr Inhalte aus dem Bereich der Inklusion teilen, könnte so das Bewusstsein für die Thematik geschärft und eine neue Art der Diskussion und gezielten Auseinandersetzung gefördert werden. Führt man diesen Gedanken weiter, würden auch unterrichtsbezogene Inhalte zukünftig lernzieldifferenter, individueller und differenzierter aussehen. Im Zentrum würde der Austausch über Inhalte und Ideen zur Gestaltung eines inklusiven Unterrichts stehen und nicht mehr der finanzielle Eigennutzen. Die gemeinsame Arbeit an der Gestaltung von Lernsituationen. Die individuelle Weiterentwicklung einer jeden Lehrkraft durch die Verbreitung aufklärender Inhalte. Die Übertragung eines vernetzten Arbeitens von der digitalen Welt in die schule Praxis. All das könnte helfen, Schule inklusiver zu machen. Es könnte helfen, die Haltungen der Lehrkräfte zu verändern und alte Muster und Strukturen zu durchbrechen. Warum also nutzen wir das #instalehrerzimmer (Instagram #instalehrerzimmer, 2024) nicht schon längst, um den Anforderungen einer inklusiven Schule ein Stück gerechter zu werden?

Literaturverzeichnis

- Aghayi, A. & Christison, M. (2021). Instagram as a tool for professional learning: English language teachers' perceptions and beliefs. In: Kelch, K. B., Byun, P., Safavi, S. & Cervantes, S. E. (Hrsg.) (2021). *CALL Theory Applications for Online TESOL Education*. IGI Global. Abgerufen 07.12.2024 von <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6609-1.ch004>
- ARD, ZDF (2023). *Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2023*. Statista. Statista GmbH. Abgerufen 24.09.2024 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/>
- ARD/ZDF-Forschungskommission (2023). *ARD/ZDF-Onlinestudie 2023. Grundlagenstudie im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission*. Abgerufen 24.09.2024 von https://www.ard-zdf-online-studie.de/files/2023/ARD_ZDF_Onlinestudie_2023_Publikationscharts.pdf
- Barrot, J. S. (2021). Scientific mapping of social media in education: A decade of exponential growth. *Journal of Educational Computing Research*, 59(4), 645–668. Abgerufen 07.12.2024 von <https://doi.org/10.1177/0735633120972010>
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M. & Lee, M. (2020). *How and why are educators using Instagram? Teaching and Teacher Education*, 36(10), 103149. Abgerufen 07.12.2024 von <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
- Cornelsen Verlag (2024). *Leh-rer; der. Duden*. Abgerufen 24.09.2024 von <https://www.duden.de/recht-schreibung/Lehrer>
- Davis, S. & Yi, J. (2022). *Double tap, double trouble: Instagram, teachers, and profit. E-Learning and Digital Media*, 19(3), 320–339. Abgerufen 07.12.2024 von <https://doi.org/10.1177/20427530211064706>
- Decker, A. (2019). Social Media – Grundlegende Aspekte. In: EV, D. D. V. (Hrsg.) (2019). *Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019. Tagungsband 13. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing*. Springer-Verlag.
- Dworschak, W. (2019). Unterrichten in sonderpädagogischen Kontexten. In: Kiel, E., Herzig, B., Maier, U. & Sandfuchs, U. (2019). *Handbuch Unterrichten an allgemeinbildenden Schulen*. utb GmbH.
- Gebhardt, M. (2023). *Pädagogische Diagnostik. Leistung, Kompetenz und Entwicklung messen, bewerten und interpretieren für individuelle Förderung*. (Version 0.3). Ludwig-Maximilians-Universität München.
- Gebhardt, M. (2024). *Inklusiv- und sonderpädagogische Pädagogik im Schwerpunkt Lernen. Eine Einführung*. (Version 0.6). Ludwig-Maximilians-Universität München.

- Gebhardt, M. & Ebenbeck, N. (2023). *Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben in Lehramt und Sonderpädagogik. Ein Leitfaden*. Version 0.3. Ludwigs-Maximilians-Universität München.
- Gerecke, M. & Frey, H. (2023). *Handbuch Social-Media-Recht*. (1. Auflage.). C. H. Beck.
- Grabs, A., Bannour, K.-P. & Vogl, E. (2022). *Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, LinkedIn und Co.* (6. Auflage.). Reihnwerk Verlag.
- Greven (2018). *Wozu nutzen Sie Instagram?*. Statista. Statista GmbH. Abgerufen 24.09.2024 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/939808/umfrage/nutzungsgruende-nach-geschlecht-fuer-instagram-in-deutschland/>
- Heimlich, U. & Bjarsch, S. (2020). Inklusiver Unterricht. In: Heimlich, U. & Kiel, E. (2020). *Studienbuch Inklusion. Ein Wegweiser für die Lehrerbildung*. Verlag Julius Klinkhardt.
- Hickethier, K. (2010). *Einführung in die Medienwissenschaft*. (2. Auflage.). Verlag J. B. Metzler.
- Hillenbrand, C. & Melzer, C. (2018). Zwischen Inklusion und Exklusion. Empirische Aspekte der schulischen Inklusion im Förderschwerpunkt Lernen. In: Benkmann, R. & Heimlich, U. (2018). *Inklusion im Förderschwerpunkt Lernen*. Verlag W. Kohlhammer.
- Jungjohann, J. (2024). *Digitale Bildung aus inklusiver und sonderpädagogischer Perspektive. Eine Einführung*. (Version 1.0). Technische Universität Dortmund.
- Kruse, C., Hörnemann, L. & Gollub, P. (2023). Professionalisierung im #instalehrerzimmer? Explorationen zur berufsbezogenen Nutzung des sozialen Netzwerks Instagram von Lehrkräften. In: Porsch, R. & Gollub, P. (2023). *Professionalisierung von Lehrkräften im Beruf. Stand und Perspektiven der Lehrkräftebildung und Professionsforschung*. Waxmann.
- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. (5. Auflage.). Beltz.
- Kullmann, H. (2023). Kollegiale Kooperation im Lehrer:innenberuf. In: Rothland, M. (2023). *Beruf Lehrer:in. Ein Studienbuch*. (2. Auflage.). Waxmann.
- Kultusministerkonferenz (1994). *Empfehlungen zur sonderpädagogischen Förderung in den Schulen in der Bundesrepublik Deutschland. Beschluß der Kultusministerkonferenz vom 06.05.1994*. Abgerufen 20.09.2024 von https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/1994/1994_05_06-Empfehlung-sonderpaed-Foerderung.pdf
- Kultusministerkonferenz (2004). *Standards für die Lehrerbildung: Bildungswissenschaften (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.12.2004 i. d. F. vom 07.10.2022)*. Abgerufen 20.09.2024 von https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2004/2004_12_16-Standards-Lehrerbildung.pdf

- Kultusministerkonferenz (2019). *Empfehlungen zur schulischen Bildung, Beratung und Unterstützung von Kindern und Jugendlichen im sonderpädagogischen Schwerpunkt LERNEN (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 14.03.2019)*. Abgerufen 20.09.2024 von https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2019/2019_03_14-FS-Lernen.pdf
- Kultusministerkonferenz (2020). *Ländervereinbarung über die gemeinsame Grundstruktur des Schulwesens und die gesamtstaatliche Verantwortung der Länder in zentralen bildungspolitischen Fragen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.10.2020)*. Abgerufen 20.09.2024 von https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2020/2020_10_15-Laendervereinbarung.pdf
- Kultusministerkonferenz (2024). *Vereinbarung zur Arbeit in der Grundschule (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.03.2024)*. Abgerufen 20.09.2024 von https://www.kmk.org/fileadmin/pdf/PresseUndAktuelles/2024/2024_03_15-Vereinbarung-Grundschule.pdf
- Kunina-Habenicht, O., Decker, A. & Kunter, M. (2016). Lehrerpersönlichkeit und professionelle Kompetenzen. In: Seifried, K., Drewes, S., Hasselhorn, M., & Avci-Werning, M. (2016). *Handbuch Schulpsychologie: Psychologie für die Schule*. (2., vollständig überarbeitete Auflage.). Verlag W. Kohlhammer.
- Lancaster, C. (2021). *So funktioniert die Verifizierung auf Instagram*. Abgerufen 17.11.2024 von <https://about.instagram.com/de-de/blog/announcements/understanding-verification-on-instagram>
- Mayring, P. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. (13. Auflage.). Beltz.
- Munser-Kiefer, M. (2019). Unterrichten in der Primarstufe. In: Kiel, E., Herzig, B., Maier, U. & Sandfuchs, U. (2019). *Handbuch Unterrichten an allgemeinbildenden Schulen*. utb GmbH.
- Pahrmann, C. & Kupka, K. (2022). *Social Media Marketing – Praxishandbuch für Facebook, Instagram, TikTok & Co.: Mit einem umfangreichen Rechtsratgeber von Dr. Thomas Schwenke*. O'Reilly.
- Richter, E., Carpenter, J. P., Meyer, A. & Richter, D. (2022). *Instagram as a platform for teacher collaboration and digital social support*. *Computers & Education*. 46(12), 1–15. Abgerufen 20.09.2024 von <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104624>
- Romer, A. (2018). *Lehrer werden. Von der Idee zum Studienstart*. Springer Spektrum.
- Shelton, C. C., Schroeder, S. & Curcio, R. (2020). Instagramming Their Hearts Out: What Do Edu-Influencers Share on Instagram?. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education Journal*, 20. Abgerufen 20.09.2024 von <https://citejournal.org/wp-content/uploads/2020/07/v20i3general1.pdf>

- Statistisches Bundesamt. (2023). *Anzahl der Lehrkräfte in Deutschland bis 2024*. Statista. Statista GmbH. Abgerufen 24.09.2024 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1282270/umfrage/lehrkraefte-in-deutschland/>
- Statistisches Bundesamt. (2023). *Lehrerinnen und Lehrer nach Schulart 2023/2024*. Statista. Statista GmbH. Abgerufen 24.09.2024 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/162263/umfrage/anzahl-der-lehrkraefte-nach-schularten/>
- Teach Your Heart Out (2024). *Teach Your Heart Out*. Aufgerufen 28.10.2024 von <https://teachyourheartout.com/about-us/>
- Terhart, E. (2023). Geschichte des Lehrer:innenberufs. In: Rothland, M. (2023). *Beruf Lehrer:in. Ein Studienbuch*. (2. Auflage.). Waxmann.
- Ulbricht, C. (2018). *Praxishandbuch Social Media und Recht: Rechtssichere Kommunikation und Werbung in sozialen Netzwerken*. (4. Auflage.). Haufe Gruppe.
- United Nations (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. Abgerufen 12.12.2024 von https://www.un.org/disabilities/documents/convention/convention_accessible_pdf.pdf
- We Are Social, & DataReportal, & Meltwater. (2024). *Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Anzahl der Nutzer im Januar 2024 (in Millionen)*. Statista. Statista GmbH. Aufgerufen 24.09.2024 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>

Verzeichnis der Instagramquellen

Hashtags:

Instagram [#instalehrerzimmer.] (2024). #instalehrerzimmer. [Instagramsuche]. Instagram. <https://www.instagram.com/>

Instagram [#grundschule.] (2024). #grundschule. [Instagramsuche]. Instagram. <https://www.instagram.com/>

Instagram [#sonderpädagogik.] (2024). #sonderpädagogik [Instagramsuche]. Instagram. <https://www.instagram.com/>

Abbildungen:

Abb. 4-2: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 18. Juni). Das @lmz_nrw schreibt dazu: „Darüber hinaus ist eine Aufteilung unserer vielfältigen Schüler*innenschaft in Schubladen wie „deutsch“ vs. „Nicht-deutsch“, „Migranten“... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C8XU28tMEgt/?img_index=1

Abb. 4-3: @herzampult. (2024, 02. November). Differenzierung von Lesetexten 😊📌 Ich sehe sehr häufig leider Lesetexte (oder auch Aufgabenstellungen), die als „differenziert“ deklariert sind... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/herzampult/p/DB3O54jMeqm/>

Abb. 4-4: Elberth, M. [@doodleteacher]. (2024, 29. September). 🍂🍁 Der HERBST ist da. Volle Lotte. Nass, kaaaaalt (in der Eifel!) und aber auch mit Kastanien und schönen... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/doodleteacher/p/DAfSY3fo0Nm/?img_index=1

Abb. 4-5: Rembold, D. [@ideenreiseblog]. (2024, 13. August). (Eigenwerbung) Im neuen Schuljahr wird es in meinem Klassenzimmer eine Alternative zu den herkömmlichen Klassenregeln geben. Ihr findet sie nun... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/ideenreiseblog/p/C-mqOFANHYw/>

Abb. 4-6: Busch, C. [@diegrundschultante]. (2024, 25. Oktober). Die kleinen Helfer im Alltag sind von @niimbot. Damit kann man ganz leicht sämtliche Gegenstände beschriften. Die Minidrucker sind tintenlos... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/diegrundschultante/reel/DBjNLHPMObA/>

Abb. 4-7: Busch, C. [@diegrundschultante]. (2024, 07. August). GEWINNSPIEL BEENDET Ist dieser Lehrerkalender von @haefftofficial nicht wunderschön? Das Cover und das Format A4 trifft auf jeden Fall voll... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/diegrundschultante/p/C-YKL1Cs5vA/?img_index=1

Abb. 4-8: @freuleinberg. (2024, 08. September). Markiert eure Lieblingskollegin (oder euren Lieblingskollegen)  #lieblingsmensch #vorbereitungsdienst #Referendariat #lieblingskollegen #lieblingskollegin #lieblingskollege... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/freuleinberg/reel/C_pY1VYMMOd/

Abb. 4-9: @herzampult. (2024, 12. Oktober). #karussellgedanke ... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/herzampult/p/DBBP5IRMiY7/>

Abb. 4-10: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 06. November). Welche Art von Wertschätzung wünscht ihr euch? Gibt es eine Geste, die euch besonders berührt hat oder die euch noch im... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/teacher_light/p/DCCjDsTso6n/?img_index=1

Abb. 4-11: Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz]. (2024, 04. August). L I E B E  Ich hoffe ihr genießt eure Ferien ihr Lieben? Danke für die schönen Bilder @dzfotografie_PS: Hier ist noch... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/happy_teacher_sbbz/p/C-PJmZZo4Fb/

Abb. 5-3: Niechzial, S. [@liniert.kariert]. (2024, 08. September). Alternativ können z.B. auch wichtige Dinge wie Merksätze auf passendem farbigen Papier ausgedruckt werden. Ausgewählte Augenoptiker*innen können auch einen... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/liniert.kariert/reel/C_qhQXPtKbG/

Abb.: 5-4: Breuer, K. [@materialwiese]. (2024, 10. Oktober).  Heute folgt endlich eine neue kostenlose Lernwörterstation, die ich schon lange für euch vorbereitet hatte. Somit gibt es aktuell... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/materialwiese/p/DA8sEp5oOZG/>

Abb. 5-5: Rembold, D. [@ideenreiseblog]. (2024, 06. Oktober). (Eigenwerbung, Werbung wegen Accountverlinkung) Heute habe ich drei Lesehäppchen für euch, die thematisch zum Herbst passen. Es gibt dabei ein... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/ideenreiseblog/p/DAXUydmNwvC/>

Abb. 5-6: Breuer, K. [@materialwiese]. (2024, 21. August).      In diesem Beitrag möchte ich dir unsere praktischen Stempel für den Unterrichtsalltag vorstellen, die ich... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/materialwiese/p/C-62fh8ILqp/?img_index=1

Abb. 5-7: Niechzial, S. [@liniert.kariert]. (2024, 02. Oktober). Wirklich. Das Beste. Hab ich um, wenn ich im Gebäude rumlaufe. Kein „irgendwo gedankenverloren hinlegen“. Ich such trotzdem ab und... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/liniert.kariert/reel/DAoSxGFtjo6/>

Abb. 5-8: Elberth, M. [@doodleteacher]. (2024, 20. Oktober). 🏠 📅 Aktuell sind HEBSTFERIEN in NRW. Und die Schnupfenzeit 🤧 geht rum. Und es ist wie immer soooo leicht... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/doodleteacher/p/DBVd210s8Jz/>

Abb. 5-9: Busch, C. [@diegrundschultante]. (2024, 05. September). Diese Bildersteine stehen schon lange auf meiner To-Do Liste und in den Ferien habe ich mich endlich mal rangesetzt... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/diegrundschultante/reel/C_hzkGWsolL/

Abb. 5-10: Niechzial, S. [@liniert.kariert]. (2024, 02. Oktober). ❤️ GEWINNSPIEL ❤️ Ihr wollt die Lieblings-Kinderbücher von @liniert.kariert gewinnen? Dann habt ihr jetzt die Chance 1 von 3... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/hugendubel_kids/p/DAn_D0xtVu0/?img_index=1

Abb. 5-11: Busch, C. [@diegrundschultante]. (2024, 29. August). GEWINNSPIEL BEENDET Der nahende Schulstart in Bayern ist doch ein guter Anlass für ein kleines Gewinnspiel. Zu gewinnen gibt es ... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/diegrundschultante/p/C_P7H20Mfxc/?img_index=1

Abb. 5-12: Niechzial, S. [@liniert.kariert]. (2024, 01. Oktober). Wie lange noch... ..bis dieses System endgültig versagt? ...bis auch die engagierteste Lehrkraft ihren Funken verliert? Weil sie so genau... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/liniert.kariert/p/DAlxfGbN_m2/ram

Abb. 5-13: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 14. Oktober). Viele Lehrkräfte kennen es: Man ist krank, fühlt sich aber dennoch verpflichtet, zur Schule zu gehen oder von zu Hause... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/teacher_light/p/DBG7JKhsi7Q/?img_index=1

Abb. 5-14: @herzampult. (2024, 07. August). (FREEBIE) MERKPOSTER ZUR ARTIKELNUTZUNG 🟢 🟠 🟡 📌 Vor langer, langer Zeit hatte ich Merkposter mit allen Artikelregeln erstellt. Das... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/herzampult/p/C-YHFZtMEKb/>

Abb. 5-15: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 26. August). In meinem neuesten Materialpaket findet ihr alles, was ihr für eine Unterrichtsreihe zum Thema „Anschlag in Solingen und Prävention von... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/teacher_light/p/C_I6G3hMKJo/?img_index=1

Abb. 5-16: Bleil, A. [@schulzauberei]. (2024, 20. August). Mein Kallax hat ein Upgrade bekommen ✨ | Werbung @kallaxshop.de Ich liebe mein „neues“ Kallax. Beim @kallaxshop.de findest du alles für... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/schulzauberei/reel/C-5B1uZsLvY/>

- Abb. 5-17: Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz]. (2024, 12. August).  Mein Heft  *Werbung*
Vor zwei Jahren ist mein eigenes Arbeitsheft zum Thema Classroom Management erschienen.
 Immer noch... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/happy_teacher_sbbz/reel/C-j_8eGMSik/
- Abb. 5-18: Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz]. (2024, 05. August). IDEE 1. SCHULSTUNDE 
Seit meinem ersten Durchgang 2018 kommt diese Stunde einfach IMMER super bei den Kids an. ... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/happy_teacher_sbbz/p/C-SDgaasLKq/
- Abb. 5-19: Bleil, A. [@schulzauberei]. (2024, 27. August). Geburtstag in der Schule    Sobald ich den ersten Geburtstag in meiner Klasse durchgeführt habe, erzähle ich euch... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/schulzauberei/p/C_K7FAvMzJk/
- Abb. 5-20: @freuleinberg. (2024, 13. August). BEENDET !!!! Hausboot         [English in the comments]  In den Sommerferien haben mein Mann und ich ein... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/freuleinberg/reel/C-mcrVUsymN/>
- Abb. 5-21: @freuleinberg. (2024, 08. September). Markiert eure Lieblingskollegin (oder euren Lieblingskollegen)  #lieblingsmensch #vorbereitungsdienst #Referendariat #lieblingskollegen #lieblingskollegin #lieblingskollege... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/freuleinberg/reel/C_pY1VYMMOD/
- Abb. 5-22: @herzampult. (2024, 26. September). #karussellgedanke ... [Instagrampost]. Instagram. <https://www.instagram.com/herzampult/p/DAYgfvHsTbL/>
- Abb. 5-23: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 04. Oktober). Unterrichten ist meine Leidenschaft. Ich liebe meine Arbeit als Lehrerin. Doch es gibt auch Schattenseiten. Hier sind Gründe, warum viele... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/teacher_light/p/DAta1POMO0J/
- Abb. 5-24: @herzampult. (2024, 05. September). Brieffreundschaft Schuljahr 24/25  hier kannst du deine Brieffreundschaftsklasse finden!  Schreibe in die Kommentare: - Schulart – Klassenstufe - Anzahl... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/herzampult/p/C_if-FSsu4U/
- Abb. 5-25: Ebcin, H. [@teacher_light]. (2024, 25. Oktober). Manchmal werden von uns als Lehrer*innen Dinge verlangt, die einfach nur absurd sind. Was war die verrückteste oder dreisteste Erwartung... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/teacher_light/p/DBj0E00xMLB/

Abb. 5-26: @freuleinberg. (2024, 04. September). Darf ich vorstellen: @pelle_schulhund 🐶📌 Eine meiner engsten Freundinnen hat seit April 2023 einen Elo, genannt Pelle. 😊 Er... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/freuleinberg/p/C_fxZresbMo/

Abb. 5-27: Melchien, A. [@happy_teacher_sbbz]. (2024, 29. August). Kleines Update 😊😊❤️ Wir sind hier inzwischen zu viert und genießen das gemeinsame Ankommen & Kennenlernen in vol- len... [Instagrampost]. Instagram. https://www.instagram.com/happy_teacher_sbbz/p/C_Q9mFLso2T/

Anhang

Tabellenverzeichnis Anhang:

Tabelle Anhang 1: Auswahl der Stichprobe - Suche mit Hashtags.....	1
Tabelle Anhang 2: Zusammenführung der Daten aus Tabelle Anhang 1 mit Kategorisierung nach Schulart und Wohnort.....	2
Tabelle Anhang 3: Stichprobe nach Auswahl anhand der Kriterien Wohnort und Schulart sowie Zusammenführung doppelter Accounts.....	4
Tabelle Anhang 4: Erweiterte Stichprobe - Suche über Algorithmus und auf Lehrkräfteprofilen aus bisheriger Stichprobe (siehe Tab. Anhang 1)	5
Tabelle Anhang 5: Auflistung der Grundschullehrkräfte aus der Stichprobe mit Angaben zur Anzahl der Follower.....	6
Tabelle Anhang 6: Auflistung der Sonderpädagogen aus der ersten Stichprobe mit Angaben zur Anzahl der Follower.....	7

Tabelle Anhang 1: Auswahl der Stichprobe - Suche mit Hashtags
(eigene Darstellung S. S.)

Anzahl Profile	#instalehrerzimmer	#grundschule	#sonderpädagogik
1	@doodleteacher	@schule2go	@lehrerjohn_
2	@einclarafallvongrund- schule	@herzampult	@frau_foel
3	@a_teachers_lifestyle	@grundschulkompass	@happy_teacher_sbbz
4	@isa.digitl.teaching	@grundschul_rose	@foerderleichtpunkt
5	@materialwiese	@doodleteacher	@logopaedie_kinder
6	@liebee.zum.detail	@teachotters	@foerderzauber
7	@grundschulschnueffler	@freuleinberg	@_elefantenklasse
8	@schule2go	@liebee.zum.detail	@traumakompetent
9	@pikas_und_co	@lehrerin.lena	@foerderteam
10	@fraeuleinprofesora	@a_teachers_lifestyle	@lerntagebuch_
11	@sarah_systematisch	@lehrerin_frau_b_	@freuleinberg
12	@grundschul.mieze	@materialwiese	@_rememberwhyyoustarted_
13	@laberfach	@piepmatz.grundschule	@schulzauberei
14	@herzampult	@lernabenteuer	@papillionisliet
15	@eat_teach_sleep_	@buntelernoase	@frau.von
16	@joschafalck	@_konfettizauber_	@inklusion_gs
17	@doodleteacher	@ideenreiseblog	@traumakompetent
18	@liebee.zum.detail	@grundschulschnueffler	@foerderzauber
19	@grundschulkompass	@doodleteacher	@happy_teacher_sbbz
20	@materialwiese	@materialwiese	@herzampult

Tabelle Anhang 2: Zusammenführung der Daten aus Tabelle Anhang 1 mit Kategorisierung nach Schulart und Wohnort
(eigene Darstellung S. S.)

Anzahl Profile	Stichprobe nach Hashtag-Suche A-Z	wohnhaft in Deutschland	LK GS	LK So-Päd
1	@_elefantenklasse	ja		ja
2	@_konfettizauber_	ja	ja	
3	@_rememberwhyyoustarted_	ja	ja	ja
4	@a_teachers_lifestyle	nein	ja	
5	@a_teachers_lifestyle			
6	@buntelernoase	ja	ja	
7	@doodleteacher	ja	ja	
8	@doodleteacher			
9	@doodleteacher			
10	@doodleteacher			
11	@eat_teach_sleep_	ja	ja	
12	@einclarafallvongrundschole	ja	ja	
13	@foerderleichtpunkt	ja		ja
14	@foerderteam	ja		ja
15	@foerderzauber	ja		ja
16	@foerderzauber			
17	@fraeuleinprofesora	nein		
18	@frau.von	ja	ja	
19	@frau_foel	ja		ja
20	@freuleinberg	ja		ja
21	@freuleinberg			
22	@grundschul.mieze	ja	ja	
23	@grundschul_rose	ja	ja	
24	@grundschulkompass	ja	ja	
25	@grundschulkompass			
26	@grundschulschnueffler	ja	ja	
27	@grundschulchnueffler			
28	@happy_teacher_sbbz	ja		ja
29	@happy_teacher_sbbz			
30	@herzampult	ja		ja
31	@herzampult			
32	@herzampult			
33	@ideenreiseblog	ja	ja	
34	@inklusion_gs	nein		
35	@isa.digital.teaching	ja	nein	nein
36	@joschafalck	ja	nein	nein
37	@laberfach	ja	nein	nein
38	@lehrerin.lena	ja	ja	
39	@lehrerin_frau_b_	ja	ja	
40	@lehrerjohn_	ja		ja
41	@lernabenteuer	ja	ja	
42	@lerntagebuch_	ja	ja	

43	@liebee.zum.detail	ja	ja	
44	@liebee.zum.detail			
45	@liebee.zum.detail			
46	@logopaedie_kinder	ja	nein	nein
47	@materialwiese	ja	ja	
48	@materialwiese			
49	@materialwiese			
50	@materialwiese			
51	@papillionisliet	ja	ja	
52	@piepmatz.grundschule	ja	ja	
53	@pikas_und_co	ja	nein	nein
54	@sarah_systematisch	ja	nein	nein
55	@schule2go	ja		ja
56	@schule2go			
57	@schulzauberei	ja		ja
58	@teachotters	ja	ja	
59	@traumakompetent	ja		ja
60	@traumakompetent			

Tabelle Anhang 3: Stichprobe nach Auswahl anhand der Kriterien Wohnort und Schulart sowie Zusammenführung doppelter Accounts
(eigene Darstellung S. S.)

Anzahl Profile	Name des Accounts
1	@_elefantenklasse
2	@_konfettizauber_
3	@_rememberwhyyoustarted_
4	@buntelernoase
5	@doodleteacher
6	@eat_teach_sleep_
7	@einclarafallvongrundschole
8	@foerderleichtpunkt
9	@foerderteam
10	@foerderzauber
11	@frau.von
12	@frau_foel
13	@freuleinberg
14	@grundschul.mieze
15	@grundschul_rose
16	@grundschulkompass
17	@grundschulschnueffler
18	@happy_teacher_sbbz
19	@herzampult
20	@ideenreiseblog
21	@lehrerin.lena
22	@lehrerin_frau_b_
23	@lehrerjohn_
24	@lernabenteuer
25	@lerntagebuch_
26	@liebee.zum.detail
27	@materialwiese
28	@papillionisliest
29	@piepmatz.grundschule
30	@schule2go
31	@schulzauberei
32	@teachotters
33	@traumakompetent

Tabelle Anhang 4: Erweiterte Stichprobe - Suche über Algorithmus und auf Lehrkräfteprofilen aus bisheriger Stichprobe (siehe Tab. Anhang 1)
(eigene Darstellung: S. S.)

Anzahl Profile	Suchalgorithmus	Suche auf Lehrkräfteprofilen
1	@wissenauskasten	
2	@lehreerlueck.primar	
3	@frau.koc	
4	@teacher_light	
5	@frau.espunkt	
6	@schulgefunkel	
7	@my.teaching_world	
8	@daily.unterricht	
9	@lehrerlachen	
10		@grundschulsonnenschein
11		@diefoerderfete
12		@quergedacht_
13		@liniert.kariert
14		@grundschul_ideenwiese
15		@diegrundschultante
16		@laminierparty
17		@fraukolz
18		@grundschul_lottchen
19		@ideenn_wolke
20		@laminier.liebe

Tabelle Anhang 5: Auflistung der Grundschullehrkräfte aus der Stichprobe mit Angaben zur Anzahl der Follower

(eigene Darstellung: S. S.)

Account Name	Schulart	Follower
@liniert.kariert	GS	222000
@materialwiese	GS	141000
@ideenreiseblog	GS	135000
@doodleteacher	GS	114000
@diegrundschultante	GS	113000
@laminierparty	GS	87200
@frau.koc	GS	84700
@grundschul_lottchen	GS	63400
@schulgefunkel	GS	59700
@liebee.zum.detail	GS	45900
@laminier.liebe	GS	43700
@my.teaching_world	GS	38400
@lehrerlachen	GS	34000
@grundschul_ideenwiese	GS	33400
@fraulatte	GS	33300
@fraukolz	GS	32200
@eat_teach_sleep_	GS	29300
@grundschul_rose	GS	23800
@lehrer glueck.primar	GS	23200
@frau.espunkt	GS	19500
@ideen_wolke	GS	19100
@einclarafallvongrundsichule	GS	18000
@grundschulschnueffler	GS	15900
@teachotters	GS	13200
@grundschulsonnenschein	GS	11600
@lernabenteuer	GS	11300
@_konfettizauber_	GS	9890
@papillionisliest	GS	8251
@frau.von	GS	7652
@piepmatz.grundsichule	GS	6298
@lehrerin.lena	GS	5871
@lerntagebuch_	GS	4844
@grundschul.mieze	GS	4381
@grundschulkompass	GS	3102
@bunteleernoase	GS	1832
@lehrerin_frau_b_	GS	747

Tabelle Anhang 6: Auflistung der Sonderpädagogen aus der ersten Stichprobe mit Angaben zur Anzahl der Follower
(eigene Darstellung: S. S.)

Account Name	Schulart	Follower
@happy_teacher_sbbz	SoPäd	66500
@herzampult	SoPäd	29800
@freuleinberg	SoPäd	28200
@teacher_light	SoPäd	27900
@schulzauberei	SoPäd	27500
@quergedacht_	SoPäd	26100
@wissenauskasten	SoPäd	17200
@foerderteam	SoPäd	15400
@traumakompetent	SoPäd	12600
@diefoerderfete	SoPäd	12300
@lehrerjohn_	SoPäd	10600
@foerderzauber	SoPäd	6889
@foerderleichtpunkt	SoPäd	6739
@schule2go	SoPäd	3472
@_elefantenklasse	SoPäd	3032
@frau_foel	SoPäd	1982