ISSN: 2190-4790

LBzM Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik

Online-Magazin des Interdisziplinären Zentrums für Medienpädagogik und Medienforschung an der PH Ludwigsburg

Zwischen Moral, Nähe und Macht. Wie politische Akteur*innen Nachhaltigkeit inszenieren – eine explorative Analyse digitaler Öffentlichkeiten

Mirjam Dick

Zusammenfassung

Nachhaltigkeitskommunikation in sozialen Medien erschöpft sich nicht in der Vermittlung von Sachinformationen. Politische Positionen werden moralisch gerechtfertigt und durch medial hergestellte Nähe als glaubwürdig inszeniert; zugleich prägen unterschiedliche Sichtbarkeitsordnungen, welche Problemdeutungen und Handlungsmöglichkeiten hervortreten. Der Beitrag untersucht, wie unterschiedliche Akteur*innen Nachhaltigkeit auf Instagram als politisches Problem- und Handlungsfeld darstellen und welche Konfliktlinien dabei sichtbar werden. Das Korpus umfasst 60 Posts aus drei deutschen Accounts – eines Politikers (Carsten Schneider), einer Aktivistin (Luisa Neubauer) und einer Influencerin (Marisa Becker). Die qualitativ-rekonstruktive Analyse untersucht Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen, Handlungsebenen, Authentizitätsstrategien sowie Muster von Ent- und Repolitisierung entlang der Kategorien Moral, Nähe und Macht. Die Ergebnisse zeigen drei Modi politischer Sichtbarkeit: institutionelle Steuerungslogik, aktivistische Mobilisierung und aufmerksamkeitsbasierte Nachhaltigkeitskommunikation. Diese unterscheiden sich darin, wie Verantwortung zugeschrieben, Konflikte dargestellt und politische Handlungsmöglichkeiten verortet werden. Abschließend werden daraus Reflexions- und Gestaltungsimpulse für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) abgeleitet, die moralische Rahmungen, Authentizitätsstrategien und Sichtbarkeitsordnungen als Lernanlässe erschließen.

Schlüsselbegriffe: ● *Nachhaltigkeitskommunikation* ● *Social Media* ● *Moral* ● *Authentizität* ● *Entpolitisierung* ● *BNE* ● *politische Medienbildung*

1. Problemaufriss

Wie kommunizieren politische Akteur*innen Nachhaltigkeit in digitalen Öffentlichkeiten und wie verschränken sich dabei Moral, Nähe und Macht? Auf Plattformen wie Instagram erschöpft sich Nachhaltigkeitskommunikation selten in der Vermittlung von Sachinformationen. Politische Positionen werden über moralische Bezugnahmen gerechtfertigt und durch

medial hergestellte Nähe anschlussfähig gemacht. Machtverhältnisse werden daran sichtbar, welche Akteur*innen mit welchen Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsmöglichkeiten politische Sichtbarkeit erlangen. In diesem Zusammenspiel werden Nachhaltigkeitsfragen zu Gegenständen politischer Deutung und Auseinandersetzung (vgl. Annaki/Ouassou/Igamane 2025; Damaschke et al. 2024; Fischer 2019).

Digitale Plattformen fungieren dabei nicht als neutrale Verbreitungsräume, sondern als digitale Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit algorithmisch organisiert wird. Inhalte werden gefiltert, gewichtet und in bestimmten visuellen Formaten präsentiert (vgl. Galeazzi et al. 2025; Weiser et al. 2025). Besonders Instagram ist stark auf Bilder, kurze Videos und personalisierte Accounts ausgerichtet. Politische Kommunikation erscheint hier oft in Form individueller Geschichten, persönlicher Erfahrungen oder alltagsnaher Praktiken (vgl. Haastrup 2022). In digitalen Öffentlichkeiten wird Nähe dabei häufig über Authentizitätsstrategien erzeugt: Persönliche Einblicke, spontane Reaktionen oder biografische Bezüge fungieren als kommunikative Angebote der Glaubwürdigkeitsherstellung und lassen politische Positionen als ‚echt' erscheinen (vgl. Kirchmeier 2022; Lübke 2021; Stanyer 2022).

Studien zeigen, dass sich Nachhaltigkeitskommunikation in sozialen Medien in den letzten Jahren deutlich personalisiert hat (vgl. Haastrup 2022; Shim 2024). Neben Katastrophennarrativen finden sich zunehmend auch positive und lösungsorientierte Darstellungen (vgl. San Cornelio et al. 2024). Klimaangst wird öffentlich reflektiert, nachhaltiger Konsum ästhetisch inszeniert, politische Maßnahmen als Erfolg oder Versäumnis erzählt (vgl. Damaschke et al. 2024; San Cornelio et al. 2024). Nachhaltigkeitspositionen erscheinen damit zugleich über moralische Bezugnahmen gerechtfertigt, emotional gerahmt und alltagsnah vermittelt – jedoch in unterschiedlichen Formen und mit unterschiedlichen politischen Implikationen.

Eine besonders aufschlussreiche Perspektive auf diese Aspekte bietet die vergleichende Studie von Helle K. Haastrup (2022). Sie untersucht Instagram-Beiträge eines dänischen Umweltministers, einer Aktivistin und einer Influencerin und zeigt, wie unterschiedlich Personalisierungsstrategien eingesetzt werden, um politische Bedeutung herzustellen. Die vorliegende Studie greift diese kontrastive Samplingstrategie auf und überträgt sie auf drei deutsche Akteur*innen. Zugleich erweitert sie den analytischen Fokus: Während Haastrup vor allem Personalisierung untersucht, fragt dieser Beitrag, wie Nachhaltigkeit über moralische Bezugnahmen, inszenierte Nähe und unterschiedliche Bedingungen politischer Sichtbarkeit gerahmt wird.

Diese Perspektive ist auch für die Medienbildung relevant: Die Verbindung von Digitalität und Nachhaltigkeit wird zunehmend als übergreifende Aufgabe schulischer und außerschulischer Bildung diskutiert (vgl. Grünberger 2021; Niesyto/Schluchter 2025). Einen spezifisch medienpädagogischen Zugang zu dieser Bildungsaufgabe eröffnet Medienbildung, indem sie danach fragt, wie Nachhaltigkeitsprobleme unter den Bedingungen digitaler Medien wahrgenommen, politisch gedeutet und zum Gegenstand eigener Artikulation und Teilhabe werden. Auf der Ebene der Kompetenzmodellierung werden in diesem Zusammenhang etwa Beziehungen zwischen Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und Medienkompetenz untersucht (vgl. Haskamp 2024). Bislang fehlt jedoch ein systematischer Zugriff, der medienbezogene und nachhaltigkeitsbezogene Bildungsanforderungen auf konkrete Praktiken digitaler Nachhaltigkeitskommunikation bezieht.

Hier setzt der vorliegende Beitrag an. Er verbindet einschlägige Kompetenzraster zu BNE (vgl. Rieckmann 2018) und sozialen Medien (vgl. Festl 2021) analytisch mit den Kategorien Moral, Nähe und Macht. Digitale Nachhaltigkeitskommunikation wird so als Impuls für eine reflexive politische Medienbildung (vgl. Bröckling 2025) lesbar: als moralische Rahmung von Verantwortung, als Herstellung von Glaubwürdigkeit durch inszenierte Nähe und als Verteilung von Sichtbarkeit im digitalen Raum.

Um diese Dynamiken empirisch zu untersuchen, werden drei kontrastiv ausgewählte Akteur*innenpositionen analysiert: institutionell eingebundene Politik, Klimaaktivismus und nachhaltigkeitsbezogenes Influencing. Betrachtet werden die Instagram-Accounts von Carsten Schneider (Bundesminister im BMUKN), Luisa Neubauer (Klimaaktivistin) und Marisa Becker (@mysustainableme; Content-Creatorin). Im Vordergrund stehen nicht die Persönlichkeitsprofile der ausgewählten Akteur*innen, sondern kontrastive Rollenpositionen, von denen aus Nachhaltigkeit kommunikativ gerahmt wird. Als politische Akteur*innen werden sie dabei nicht aufgrund gleichartiger institutioneller Rollen verstanden, sondern insofern ihre Kommunikation öffentliche Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsmöglichkeiten strukturiert.

Obwohl Nachhaltigkeitskommunikation auf Social Media intensiv untersucht wird, fehlt bislang eine systematische Gegenüberstellung solcher Rollen aus einer machtanalytischen Perspektive. Insbesondere ist auch wenig darüber bekannt, wie moralische Rahmungen, inszenierte Nähe bzw. Authentizität und digitale Sichtbarkeit zusammenwirken und dadurch mit Mustern der Ent- und Repolitisierung verbunden sind.

Vor diesem Hintergrund untersucht der Beitrag Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram, wobei Instagram als exemplarische digitale Öffentlichkeit dient. Ziel ist es, unterschiedliche Modi politischer Sichtbarkeit zu rekonstruieren und daraus Impulse für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von Bildung für nachhaltige Entwicklung abzuleiten.

Daraus ergibt sich die folgende Leitfrage: Wie wird Nachhaltigkeit auf Instagram durch moralische Rahmungen und mediale Glaubwürdigkeitsherstellung als politisches Problem- und Handlungsfeld dargestellt, welche Modi politischer Sichtbarkeit lassen sich dabei rekonstruieren und welche Implikationen ergeben sich daraus für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von BNE?

Zur Beantwortung dieser Leitfrage werden vier Forschungsfragen verfolgt – drei empirisch-analytische Forschungsfragen (FF1–FF3) sowie eine medienpädagogische Anschlussfrage (FF4), die die Befunde auf ihre Bedeutung für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von BNE bezieht. Erstens wird untersucht, wie Nachhaltigkeit durch Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsebenen semantisch gerahmt wird und welche Modi politischer Sichtbarkeit sich daraus rekonstruieren lassen (FF1). Zweitens wird analysiert, wie diese Rahmungen durch performative Authentizitätsstrategien glaubwürdig und moralisch anschlussfähig gemacht werden (FF2). Drittens werden Muster politischer Ent- oder Repolitisierung rekonstruiert (FF3). Abschließend werden die Befunde medienpädagogisch eingeordnet und daraus Reflexions- und Gestaltungsimpulse abgeleitet (FF4).

Zur Klärung dieser Fragen werden im folgenden Kapitel zunächst die theoretischen Grundlagen des Beitrags entwickelt.

2. Theoretische Rahmung: Nachhaltigkeit zwischen Moral, Nähe und Macht

Nachhaltigkeitskommunikation in digitalen Öffentlichkeiten bewegt sich im Spannungsfeld normativer Orientierung, performativer Nähe und kommunikativer Macht. Um dieses Zusammenspiel analytisch zu fassen, werden im Folgenden Nachhaltigkeit als politisch-moralisches Projekt (2.1), medial hergestellte Nähe als performative Vermittlungsform (2.2) und Macht als kommunikative Relation, die sich an Modi politischer Sichtbarkeit untersuchen lässt (2.3), theoretisch entfaltet. Abschnitt 2.4 konturiert darauf aufbauend deren medienpädagogische Bedeutung im Kontext von BNE.

2.1 Nachhaltigkeit als politisch-moralisches Projekt

Nachhaltigkeit ist kein rein deskriptives Konzept, sondern ein normativ fundiertes Leitprinzip gesellschaftlicher Entwicklung (vgl. Meireis 2019). Seit dem Brundtland-Bericht (vgl. WCED 1987) wird nachhaltige Entwicklung als generationenübergreifende Verantwortung verstanden. Die Agenda 2030 konkretisiert dies in 17 miteinander verschränkten Zielen, in denen ökologische Erfordernisse mit Ansprüchen auf soziale Gerechtigkeit, wirtschaftliche Entwicklung und institutionelle Handlungsfähigkeit verbunden werden (vgl. Vereinte Nationen 2015). Analytisch lassen sich mindestens fünf Dimensionen sowie eine querliegende normative Dimension von Nachhaltigkeit unterscheiden: eine ökologische Dimension, die biophysikalische Bedingungen und planetare Belastungsgrenzen bezeichnet; eine ökonomische Dimension, die Ressourcennutzung und Wohlstandsmodelle betrifft; eine soziale Dimension, in der Fragen von Verteilung und Teilhabe verhandelt werden; eine politische beziehungsweise Governance-Dimension, die Institutionen, Steuerungsformen und Verantwortungsverteilungen umfasst; sowie eine kulturelle Dimension, in der Lebensstile und Narrative des guten Lebens verhandelt werden. Die normative Dimension expliziert die Wertprämissen, anhand derer die Zusammenhänge bewertet und gesellschaftliche Zielvorstellungen begründet werden (vgl. de Haan 2008; Grunwald/Kopfmüller 2022; Meireis 2019; Raworth 2017; Rieckmann 2018; Stoltenberg 2010/2020, UNESCO 2021; Wals/Corcoran 2012).

Diese Dimensionen stehen nicht additiv nebeneinander, sondern sind konflikthaft verschränkt. Die ökologische Dimension markiert dabei die materiellen Bedingungen und Grenzen gesellschaftlicher Entwicklung (vgl. IPCC 2023; Richardson et al. 2023); politisch umkämpft ist hingegen, wie diese wissenschaftlich beschriebenen Bedingungen interpretiert, welche Risiken als akzeptabel bewertet, wie Ressourcen und Transformationslasten verteilt und welche politischen Maßnahmen daraus abgeleitet werden (vgl. Alinejad/Honari 2024; Gounaridis/Newell 2024). Unterschiedliche Nachhaltigkeitsmodelle – vom Drei-Säulen-Modell (vgl. Enquete-Kommission 1998) bis zur Donut-Ökonomie (vgl. Raworth 2017) – setzen die Dimensionen unterschiedlich zueinander in Beziehung und entwerfen entsprechend divergierende Gerechtigkeitsmaßstäbe und Transformationspfade. Die sechs Dimensionen bilden den Referenzrahmen, vor dem in dieser Studie untersucht wird, wie Nachhaltigkeit aus unterschiedlichen Akteur*innenpositionen semantisch akzentuiert wird.

Vor diesem Hintergrund ist zwischen der Normativität von Nachhaltigkeit, moralischer Kommunikation und Moralisierung zu unterscheiden. Ob und in welchem Ausmaß biophysikalische Veränderungen auftreten, ist zunächst eine empirische Frage. Welche Probleme als

prioritär gelten, welche Risiken gesellschaftlich akzeptiert werden, wem Verantwortung zugeschrieben wird und auf welcher Ebene – individuell, kollektiv oder institutionell – Handlungsbedarf verortet wird, ist dagegen normativ und politisch gerahmt (vgl. Meireis 2019; Merkel 2021). *Normativität* bezeichnet insofern die Wert- und Zielentscheidungen, die in die gesellschaftliche Bearbeitung von Nachhaltigkeitsproblemen eingehen.

Moral ist hiervon als eine spezifische Form politischer Kommunikation zu unterscheiden. Sie wird im Folgenden weder als personenbezogene Werthaltung noch als Synonym für die Normativität von Nachhaltigkeit verstanden. Im Anschluss an Niklas Luhmann (1990) wird Moral vielmehr als Kommunikationsform gefasst. Für die vorliegende Studie bezeichnet sie politische Äußerungen, in denen Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen oder Handlungsforderungen unter Berufung auf als geteilt vorausgesetzte Werte wie Gerechtigkeit, Solidarität oder Verantwortung legitimiert werden (vgl. Ylä-Anttila 2023). Moral fungiert damit als Mittel politischer Rechtfertigung: Sie macht normative Ansprüche öffentlich anschlussfähig, ohne bereits mit einer Verengung politischer Aushandlung gleichgesetzt werden zu können.

Unter Bedingungen digitaler Öffentlichkeiten (siehe Abschnitt 2.2) verändert sich die Form solcher moralischen Bezugnahmen. Moral wird nicht nur argumentativ vorgebracht, sondern zugleich sichtbar inszeniert. Ein Scoping Review aus der Social-Media-Forschung zeigt, dass Bewertungen, Emotionen und persönliche Positionierungen öffentlich dargestellt werden und dabei als Urteil, Identitätsmarker und Signal der Zugehörigkeit fungieren können (vgl. Neumann/Rhodes 2024). Moralisch aufgeladene Inhalte weisen zudem ein besonderes Verbreitungspotenzial auf, weil sie affektive Reaktionen und Anschlusskommunikation begünstigen (ebd.). In einer zunehmend emotional geprägten öffentlichen Kommunikation (vgl. Reckwitz 2019; vgl. auch Adeeb/Mirhoseini 2023; Lee 2020) werden moralische Empörung, Solidaritätsbekundungen oder demonstrative Verantwortungsübernahmen zu sichtbaren Formen öffentlicher Positionierung (vgl. Abidin 2020; Papacharissi 2014). Moral fungiert damit nicht nur als Ressource politischer Rechtfertigung, sondern auch als Mittel zur Erzeugung von Aufmerksamkeit, Zugehörigkeit und Sichtbarkeit.

Davon ist *Moralisierung*, im engeren Sinne, analytisch zu unterscheiden. Sie liegt nicht bereits dann vor, wenn politische Kommunikation auf Werte zurückgreift, sondern wenn komplexe Konflikte in dichotome Zuschreibungen verkürzt und Gegenpositionen potenziell moralisch delegitimiert werden (vgl. Merkel 2021). Während moralische Kommunikation politische Forderungen normativ begründet, kann Moralisierung den Raum legitimer Gegenpositionen verengen und politische Aushandlung durch die Gegenüberstellung moralisch richtiger und falscher Positionen begrenzen. Für die vorliegende Untersuchung steht dabei nicht die normative Bewertung einzelner Positionen, sondern die Rekonstruktion der semantischen und kommunikativen Struktur solcher Bezugnahmen im Vordergrund.

Wie empirische Problembeschreibungen, normative Setzungen und moralische Rechtfertigungen kommunikativ organisiert werden, lässt sich mit Framing-Ansätzen präzisieren. Framing bezeichnet nach Robert M. Entman (1993) die selektive Hervorhebung bestimmter Aspekte einer Realität, wodurch Problemdefinitionen, Ursachenzuschreibungen, moralische Bewertungen und Handlungsempfehlungen strukturiert werden. Nachhaltigkeitskommunikation vermittelt somit nicht nur, dass ein Problem besteht. Ihre Rahmungen strukturieren auch,

was als vorrangiges Problem erscheint, wem Verantwortung zugeschrieben wird und auf welcher Handlungsebene – Konsum, kollektive Mobilisierung oder institutionelle Regulierung – Lösungen ansetzen sollen.

Vor diesem Hintergrund wird Nachhaltigkeit im Folgenden nicht auf ein normativ ausgerichtetes und politisch umkämpftes Deutungsfeld reduziert. Sie bezeichnet vielmehr einen multidimensionalen Bezugsrahmen, der biophysikalische Bedingungen und Belastungsgrenzen mit normativ begründeten Zielen gesellschaftlicher Entwicklung verknüpft. Politisch umkämpft sind nicht die erdsystemischen Prozesse in ihrer materiellen Existenz, wohl aber ihre öffentliche Anerkennung und Deutung sowie ihre gesellschaftliche Bearbeitung: die Priorisierung von Problemen, die Bestimmung akzeptabler Risiken, die Verteilung von Verantwortung und Transformationslasten sowie die Wahl geeigneter Handlungspfade. Digitale Nachhaltigkeitskommunikation bezieht empirisches Wissen auf normative Problemdefinitionen und politische Handlungsforderungen. Moralische Bezugnahmen bilden eine spezifische Form, solche Deutungen zu legitimieren und öffentlich anschlussfähig zu machen. In digitalen Öffentlichkeiten erfolgt diese Verknüpfung nicht nur argumentativ, sondern auch performativ und affektiv. Wie Nachhaltigkeit moralisch gerahmt, sichtbar gemacht und als politisches Problem- und Handlungsfeld plausibilisiert wird, bildet daher die theoretische Grundlage für die weitere Analyse. Diese Rahmungen entfalten sich in konkreten medialen Inszenierungsformen digitaler Öffentlichkeit.

2.2 Medial hergestellte Nähe und performative Öffentlichkeit

Im politischen Kontext können digitale Öffentlichkeiten sowohl als Räume der Distribution politischer Inhalte fungieren als auch als Plattformen, auf denen politische Realität durch ästhetische, dramaturgische und mediale Prozesse aktiv mitgestaltet wird (vgl. Hettinger 2024; Kirchmeier 2022). Politik ist nach Barbara Hans (2017) dabei stets Darstellung und insofern nie frei von Inszenierung. Politische Inszenierung bezeichnet die gezielte Gestaltung politischer Wirklichkeit durch Szenenarrangements, Symbolik, Rhetorik und mediale Formate (vgl. Dick 2026; Sarcinelli 2002). In sozialen Medien intensiviert sich diese Logik: Bildausschnitt, Kameraführung, Setting oder Körperlichkeit werden zu zentralen Trägern politischer Bedeutung (vgl. Kirchmeier 2022). Authentizität erscheint dabei nicht als Gegenpol zur Inszenierung, sondern als deren spezifische Form – als „Inszeniertheit der Uninszeniertheit“ (Hans 2017, S. 244).

Vor diesem Hintergrund lässt sich medial hergestellte Nähe als ein zentraler Wahrnehmungseffekt politischer Kommunikation in sozialen Medien verstehen. Gemeint ist damit nicht physische Nähe, sondern die kommunikativ hervorgebrachte Wahrnehmung von Zugänglichkeit, Vertrautheit und Nahbarkeit politischer Akteur*innen in digitalen Öffentlichkeiten (vgl. Haastrup 2022; Lübke 2021; Wüschner 2019). Dieser Eindruck entsteht durch spezifische Darstellungsweisen – etwa persönliche Einblicke, informelle Ansprache oder alltägliche Situationen –, durch die politische Akteur*innen als erreichbar und vertraut erscheinen (vgl. Kenny et al. 2021; Lübke/Steffan 2025; Pillow et al. 2018). Gerade in der Nachhaltigkeitskommunikation, die häufig mit moralischen Bezugnahmen und persönlichen Verantwortungszuschreibungen arbeitet, kann die so hergestellte Nähe dazu beitragen, dass Botschaften als glaubwürdig und anschlussfähig erscheinen.

Authentizität fungiert in diesem Zusammenhang als zentrale Ressource bei der Herstellung von Nähe. Sie entsteht nicht automatisch, sondern wird kommunikativ hergestellt. Simon Lübke (2021) beschreibt politische Authentizität daher als performative Zuschreibung, die sich aus wiederkehrenden Inszenierungsstrategien ergibt. Vier Dimensionen sind hierfür besonders relevant: *Consistency* (Kohärenz zwischen Rolle und Auftreten), *Intimacy* (persönliche Einblicke und emotionale Selbstoffenbarung), *Ordinariness* (inszenierte Alltäglichkeit und Imperfektion) sowie *Immediacy* (Unmittelbarkeit und spontane Reaktionen) (ebd.). Diese Strategien bieten mediale Anhaltspunkte für Echtheit und Nahbarkeit, obwohl sie zugleich Teil einer medialen Inszenierung sind. Für die Analyse digitaler Nachhaltigkeitskommunikation in diesem Beitrag dienen diese Dimensionen daher als heuristische Kategorien, um unterschiedliche Formen der Authentizitätsperformanz systematisch zu erfassen.

Nähe entfaltet dabei auch epistemische Relevanz. Damit ist gemeint, dass Nähe nicht nur ein emotionaler Effekt bleibt, sondern mitprägt, was als glaubwürdig oder wahr erscheint. Wenn Informationen schwer überprüfbar sind – etwa in schnell zirkulierenden Online-Debatten –, dienen wahrgenommene Authentizität, Affekt und Resonanz häufig als Orientierung dafür, ob Aussagen plausibel wirken (vgl. Adeeb/Mirhoseini 2023; Li 2023; Sorensen/Krämer 2024). Authentizität kann so zur epistemischen Heuristik werden: Aussagen erscheinen glaubwürdig, weil sie von einer als konsistent und nah wahrgenommenen Person stammen (vgl. Lübke/Steffan 2025; Stanyer 2022).

Epistemische Plausibilisierung bezeichnet in diesem Zusammenhang demnach kommunikative Strategien, durch die Aussagen als sachlich angemessen oder verlässlich dargestellt werden und damit Glaubwürdigkeit gewinnen (vgl. Neuberger et al. 2023; Sorensen/Krämer 2024). *Normative Plausibilisierung* betrifft dagegen Praktiken, durch die Positionen unter Bezug auf Werte, Normen oder Verantwortungsordnungen als angemessen, wünschenswert oder legitim erscheinen. Moralische Bezugnahmen, etwa Appelle an Verantwortung oder Gerechtigkeit, bilden eine spezifische Form solcher normativen Plausibilisierung. In digitalen Öffentlichkeiten können sich epistemische und normative Plausibilisierung eng miteinander verschränken.

Medial hergestellte Nähe kann epistemische Glaubwürdigkeit und normative Anschlussfähigkeit stützen, indem sie politische Positionen verständlich, lebensweltlich anschlussfähig und persönlich nachvollziehbar macht. Darin liegt zugleich ihr ambivalentes Potenzial: Nähe kann den Zugang zu politischen Themen erleichtern und Beteiligung fördern; sie kann aber auch dazu führen, dass die Glaubwürdigkeit einer Position stärker an die wahrgenommene Authentizität einer Person als an die Qualität ihrer Begründung gebunden wird. Strukturelle Konflikte können dann als Fragen individueller Haltung erscheinen, während Akteur*innen, die plattformtypische Authentizitätsstrategien besonders wirksam einsetzen, zusätzliche Sichtbarkeit und Deutungsmacht gewinnen. Authentizität fungiert damit nicht nur als epistemische Heuristik, sondern als machtvolle Ordnungskategorie digitaler Öffentlichkeit.

2.3 Macht, Entpolitisierung und Post-Politics

Wenn im Titel dieses Beitrags von ‚Macht' die Rede ist, ist damit keine institutionelle Herrschaft oder formale Entscheidungsgewalt gemeint. Der hier verwendete Machtbegriff ist relational und kommunikativ: *Macht* bezeichnet die Fähigkeit, Deutungen zu prägen, Bedeutungsrahmen zu stabilisieren und Sichtbarkeit im digitalen Raum herzustellen – und damit

politische Wahrnehmungen und Verantwortungszuschreibungen kommunikativ zu strukturieren (vgl. Annaki/Ouassou/Igamane 2025). In digitalen Öffentlichkeiten wird Sichtbarkeit selbst zu einer zentralen Ressource. Fouad Annaki und Kolleg*innen zeigen in ihrer Mixed-Methods-Studie, dass digitale Sichtbarkeit als „a novel form of symbolic capital" (S. 815) fungiert und damit zu einer wichtigen Form von „power in the platform society" wird (ebd.). *Sichtbarkeit* kann daher als empirisch beobachtbare Oberfläche verstanden werden, an der kommunikative Macht rekonstruiert werden kann.

Vor diesem Hintergrund wird das Konzept der *Post-Politics* für nachhaltigkeitsbezogene Kommunikation relevant. Gemeint ist eine politische Konstellation, in der grundlegende gesellschaftliche Konflikte[1] nicht mehr als gegensätzliche Interessen verhandelt werden, sondern als technische oder administrative Problemlösungen erscheinen. Erik Swyngedouw (2022) beschreibt insbesondere die Klimapolitik als eine solche post-politische Formation, in der tiefere gesellschaftliche Antagonismen zugunsten eines scheinbar konsensualen Krisenmanagements in den Hintergrund treten.

Eng damit verbunden ist das Konzept der *Entpolitisierung*, das im Folgenden als analytische Kategorie verwendet wird. Entpolitisierung bedeutet hier nicht das Verschwinden von Konflikten, sondern ihre Umformung: strukturelle Auseinandersetzungen werden in scheinbar alternativlose Problemlösungen übersetzt (vgl. Swyngedouw 2013; 2022). Konflikte werden dadurch nicht aufgehoben, sondern in Formen überführt, die ihre politischen Voraussetzungen und Machtverhältnisse weniger sichtbar machen.

Solche Dynamiken lassen sich auch in nachhaltigkeitsbezogenen Diskursen beobachten. Nachhaltigkeit kann etwa als moralisch gerahmtes Problembewusstsein erscheinen, das vor allem individuelle Verantwortung, Lebensstilfragen oder ethische Selbstverpflichtung adressiert, während strukturelle Machtfragen, Ressourcenverteilung oder regulatorische Alternativen weniger sichtbar werden (vgl. San Cornelio et al. 2024; Swyngedouw 2013). Verantwortung wird individualisiert, politische Alternativen erscheinen begrenzt oder alternativlos, und bestehende Machtasymmetrien bleiben im Hintergrund – ein Muster, das hier als Entpolitisierungstendenz verstanden wird (vgl. Montgomery et al. 2023; Swyngedouw 2022).

Demgegenüber bezeichnet *Repolitisierung* Prozesse, in denen strukturelle Machtverhältnisse, institutionelle Handlungsspielräume und gegensätzliche Interessen wieder sichtbar werden und als Gegenstand politischer Auseinandersetzung auftreten (vgl. Swyngedouw 2013). Sichtbarkeit ist hier nicht nur kommunikative Ressource, sondern politischer Ankerpunkt: Sie macht Differenzen wahrnehmbar und eröffnet Räume für Konflikt und demokratische Aushandlung.

Für den vorliegenden Beitrag ist daher entscheidend: Macht wird nicht als feste Eigenschaft von Akteur*innen verstanden, sondern als relationaler Effekt kommunikativer Praktiken, der sich in wiederkehrenden *Modi politischer Sichtbarkeit* rekonstruieren lässt. Rolleninszenierungen, Problemdefinitionen, affektive Ansprachen oder Verantwortungszuschreibungen stellen

[1] Demokratietheoretische Ansätze gehen davon aus, dass Konflikte in pluralistischen Demokratien nicht nur auftreten, sondern konstitutiv sind: Sie strukturieren unterschiedliche Interessen, Wertvorstellungen und Machtfragen und sind damit nicht per se Zeichen von Defiziten, sondern integrale Bestandteile politischer Aushandlungsprozesse (vgl. August/Westphal 2024; Merkel 2021). Der aktivierte Konfliktmodus wird daher in den Analysen mitberücksichtigt.

Sichtbarkeit her. Diese Praktiken strukturieren Aufmerksamkeit, eröffnen oder begrenzen Perspektiven auf politische Konflikte und prägen so mit, wie politische Realität dargestellt und verhandelt wird (vgl. Annaki/Ouassou/Igamane 2025; Hettinger 2024).

Die Analyse rekonstruiert daher zunächst wiederkehrende Konfigurationen politischer Sichtbarkeit und interpretiert anschließend ihre möglichen machtbezogenen Implikationen. Sichtbarkeit wird dabei nicht mit Macht gleichgesetzt; sie bildet vielmehr die empirisch beobachtbare Oberfläche, an der kommunikative Macht analysiert wird. Der empirische Teil untersucht vor diesem Hintergrund Muster von Ent- und Repolitisierung im Zusammenspiel von Konfliktdarstellung, Verantwortungszuschreibung und Transformationslogik. Die Kategorien erschließen zugleich die medienpädagogische Frage, wie solche Deutungs-, Plausibilisierungs- und Sichtbarkeitspraktiken erkannt, beurteilt und mit eigenen Gestaltungsmöglichkeiten in Beziehung gesetzt werden können. Diese Perspektive wird im folgenden Abschnitt im Kontext von BNE konturiert.

2.4 Reflexive politische Medienbildung und BNE

Reflexive politische Medienbildung wird hier als medienpädagogischer Zugang verstanden, der Bildung als offenen Prozess der Auseinandersetzung mit medial vermittelten Selbst-, Welt- und Gesellschaftsverhältnissen fasst. Bildung erschöpft sich demnach nicht im Erwerb einzelner Analyse- und Medienkompetenzen. Sie vollzieht sich vielmehr dort, wo Lernende mediale Deutungen der politischen Welt, die Bedingungen ihrer Hervorbringung sowie die eigene Wahrnehmung und Positionierung aufeinander beziehen (vgl. Bettinger/Jörissen 2022). Ziel ist die Erweiterung ihrer Denk-, Urteils- und Handlungsmöglichkeiten, nicht die (unkritische) Übernahme vorab als richtig gesetzten Nachhaltigkeitsposition (vgl. Müller 2021; Vare/Scott 2007).

Es ist also kein Gegenmodell zu allgemeinen oder kritisch-reflexiven Konzepten der Medienbildung oder Medienkompetenz, sondern deren politische Konkretisierung. Während Medienbildung in einem breiten Verständnis „ein sachgerechtes, ein selbstbestimmtes, ein kreatives und ein sozial verantwortliches [Medien]handeln“ (Tulodziecki/Herzig/Grafe 2021, S. 12) in unterschiedlichen Lebensbereichen fokussiert, richtet politische Medienbildung den Blick gezielt darauf, wie gesellschaftliche Probleme medial definiert, Positionen legitimiert, Konflikte und Alternativen dargestellt sowie Sichtbarkeit, Artikulationsmöglichkeiten und politische Teilhabe verteilt werden (vgl. Dander 2023, 2024; Gapski 2024). Reflexivität bezeichnet dabei eine doppelte Perspektive: Sie richtet sich erstens auf mediale Deutungsangebote, Interessen und Machtverhältnisse und zweitens auf die eigenen normativen Voraussetzungen, affektiven Reaktionen und medialen Praktiken (vgl. Bröckling 2025; Dander 2024; Müller 2021). Auf diese Weise sollen Lernende ihre Urteils-, Artikulations- und Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit medial vermittelten politischen Kontroversen erweitern.

Moral, Nähe und Macht konkretisieren diesen Zugang für digitale Nachhaltigkeitskommunikation. Moral erschließt wertbezogene politische Rechtfertigungen und deren mögliche Zuspitzung zur Moralisierung. Nähe richtet die Aufmerksamkeit auf die mediale Herstellung von Authentizität und die eigene affektive Anschlussfähigkeit an politische Akteur*innen. Macht fokussiert die Bedingungen politischer Sichtbarkeit und Handlungsfähigkeit sowie Prozesse der Ent- und Repolitisierung. Damit wird analysierbar, unter welchen Bedingungen politische

Deutungen glaubwürdig, legitim und handlungsrelevant erscheinen und wie die eigene Reaktion darauf geprägt wird.

Digitale politische Nachhaltigkeitskommunikation eignet sich zugleich als Gegenstand, um Medienbildung mit BNE zu verbinden. BNE zielt darauf, Menschen zur Auseinandersetzung mit komplexen Nachhaltigkeitsproblemen, zur Abwägung unterschiedlicher Wertperspektiven und zur Mitwirkung an gesellschaftlichen Transformationsprozessen zu befähigen (vgl. UNESCO 2021; Vare/Scott 2007). Sie verbindet Wissen mit vernetztem Denken, normativer Reflexion und verantwortlichem Handeln in globalen und langfristigen Zusammenhängen (vgl. de Haan 2008; Rieckmann 2018). Reflexive politische Medienbildung bildet für die Verbindung von Medienbildung und BNE einen geeigneten Rahmen, weil sie Nachhaltigkeitspositionen weder als bloße Sachinformationen noch als pädagogisch vorgegebene Normen behandelt, sondern als medial vermittelte und politisch umstrittene Deutungs- und Gestaltungsangebote.

Thomas Haskamp (2024) zeigt im Rahmen einer explorativen Repertory-Grid-Analyse inhaltliche Nähen zwischen BNE-Kompetenzen nach Marco Rieckmann (2018), Medienkompetenz nach Dieter Baacke (1998) und Kompetenzen im Umgang mit sozialen Medien nach Ruth Festl (2021) auf. Aus diesen Modellen werden im Folgenden gezielt diejenigen Kompetenzdimensionen herangezogen, die das zuvor bestimmte Bildungsverständnis für die Analyseperspektive Moral, Nähe und Macht didaktisch konkretisieren. Moral wird dabei mit normativer und Kompetenz zum kritischen Denken (vgl. Rieckmann 2018) und Nähe mit Medienkritik (vgl. Baacke 1998) sowie der Kompetenz zum kritischen Denken und Selbstkompetenz (Rieckmann 2018) verbunden. Macht rekurriert auf partizipativ-soziale Medienkompetenz (vgl. Festl 2021) sowie strategische und kooperative Kompetenz (vgl. Rieckmann 2018). Reflexive politische Medienbildung bleibt jedoch nicht auf die Analyse bestehender Darstellungen beschränkt, sondern zielt darauf, Lernende zur Entwicklung eigener Deutungs- und Handlungsperspektiven zu befähigen. Damit verbindet sie Reflexion, mediale Gestaltungsfähigkeit und demokratische Teilhabe (vgl. Autenrieth/Nickel 2023; Bröckling 2025).

Theoretische Synthese

Die theoretische Rahmung hat Nachhaltigkeit als multidimensionalen Bezugsrahmen zwischen biophysikalischen Bedingungen, normativen Zielsetzungen und politischer Aushandlung (2.1), digitale Nähe als performative Plausibilisierungsressource (2.2) und Macht als kommunikativ hergestellte und an Sichtbarkeit rekonstruierbare Relation (2.3) konzeptualisiert. Vor diesem Hintergrund zielen die drei empirischen Forschungsfragen darauf, zu rekonstruieren,

(1) wie Nachhaltigkeit durch Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsebenen semantisch gerahmt wird und welche Modi politischer Sichtbarkeit sich daraus rekonstruieren lassen,
(2) wie Glaubwürdigkeit und moralische Anschlussfähigkeit durch Authentizitäts- und Plausibilisierungspraktiken hergestellt werden und
(3) welche Muster politischer Ent- oder Repolitisierung dabei erkennbar werden.

Die empirische Untersuchung adressiert diese drei Forschungsfragen (FF1–FF3), während die vierte Forschungsfrage (FF4) die Befunde als medienpädagogische Anschlussfrage in der Diskussion aufgreift.

3. Methodisches Vorgehen

Die Studie folgt einem qualitativ-interpretativen, kategoriengestützten Design, das die strukturierende Analyse der Einzelposts mit einer abduktiven, fallvergleichenden Musterrekonstruktion verbindet (vgl. Kelle/Kluge 2010; Kuckartz/Rädiker 2022; Timmermans/Tavory 2012). Im Zentrum steht nicht die Häufigkeit bestimmter Motive, sondern die Frage, wie Nachhaltigkeit politisch gerahmt und plausibilisiert wird und welche Modi politischer Sichtbarkeit sich daraus rekonstruieren lassen. Methodologisch ist die Untersuchung abduktiv angelegt. Abduktion wird hier im Anschluss an Stefan Timmermans und Iddo Tavory (2012) sowie Hofmann, Paavola und Rainio (2024) als theorieentwickelnder Erkenntnismodus verstanden, der in einem iterativen Wechselspiel zwischen theoretischer Sensibilisierung und datenbasierter Irritation operiert. Ausgangspunkt sind theorieinformierte „sensitising concepts" (Hofmann et al. 2024, S. 77), darunter Nachhaltigkeit, Moral, Authentizität und Politisierung. Sie werden im Analyseprozess nicht lediglich bestätigt, sondern im Licht überraschender oder widersprüchlicher Muster geschärft und modifiziert. Die Verbindung theoriegeleiteter Hauptkategorien mit der datenbasierten Entwicklung und Revision von Unterkategorien entspricht dabei der Logik abduktiven Codierens (vgl. Vila-Henninger et al. 2024).

Sampling und Korpus

Die Fallauswahl erfolgte zweistufig. Auf der ersten Stufe wurden die Accounts theoriegeleitet und kontrastiv entlang dreier theoretisch begründeter Grundlagen politischer Sichtbarkeit und Einflussnahme ausgewählt (vgl. Kelle/Kluge 2010): institutionelle Gestaltungsmacht, aktivistische Mobilisierungsmacht und plattformbasierte Aufmerksamkeitsmacht. Diese Machtformen werden als idealtypische dominante Logiken verstanden, nicht als exklusive Eigenschaften der untersuchten Akteur*innen. Auch institutionelle und aktivistische Akteur*innen verfügen über Aufmerksamkeit, während Influencer*innen politische oder mobilisierende Elemente aufgreifen können. Ausschlaggebend für die Fallzuordnung war daher nicht eine einzelne Eigenschaft wie die Zahl der Follower, sondern die jeweils vorrangige Grundlage öffentlicher Autorität und kommunikativer Handlungsfähigkeit. Die konkreten Modi politischer Sichtbarkeit wurden erst im Analyseprozess aus dem Material rekonstruiert.

Carsten Schneider wurde als Fall institutioneller Gestaltungsmacht ausgewählt. Als seit Mai 2025 amtierender Bundesminister für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit verfügt er über formale politische Entscheidungs- und Repräsentationsmacht. Seine Auswahl ermöglicht es, Nachhaltigkeitskommunikation aus einer Regierungsposition zu untersuchen, in der Nachhaltigkeit ressortbezogen prominent vertreten wird.

Luisa Neubauer wurde als Fall aktivistischer Mobilisierungsmacht ausgewählt. Sie verbindet eine dauerhafte thematische Spezialisierung auf Klima- und Nachhaltigkeitspolitik mit hoher öffentlicher Sichtbarkeit, kollektivierenden Mobilisierungsangeboten sowie einer diskursiv ausgearbeiteten und affektiv anschlussfähigen politischen Kommunikation.

Die Auswahl Marisa Beckers folgte der Anforderung, einen typologisch prägnanten Fall plattformbasierter Aufmerksamkeitsmacht zu bestimmen, dessen öffentliche Autorität weder primär aus einem politischen Amt noch aus einer hervorgehobenen Position innerhalb einer

sozialen Bewegung hervorgeht. Nachhaltigkeits-Influencer*innen bilden dabei keinen einheitlichen Kommunikationstyp, sondern bewegen sich zwischen hochkuratierten Lifestyle-Formaten, moralisch gerahmten Konsumnarrativen und reflexiv-politisch kontextualisierenden Beiträgen. Ein ausschließlich auf Konsum, Fair Fashion oder vegane Ernährung ausgerichteter Lifestyle-Account hätte den für die Studie erforderlichen Bezug zu politischer Nachhaltigkeitskommunikation nur eingeschränkt erfüllt. Ein stark bewegungspolitisch oder institutionell eingebundener Account hätte dagegen die analytische Abgrenzung zur Mobilisierungs- beziehungsweise Gestaltungsmacht verwischt. Becker verbindet alltagspraktische, werbliche und strukturbezogene Beiträge innerhalb einer professionellen, plattformtypischen Creator-Logik. Diese Verbindung bezieht sich auf unterschiedliche Inszenierungsstile innerhalb aufmerksamkeitsbasierter Nachhaltigkeitskommunikation, nicht auf eine Vermischung der drei untersuchten Machtformen. Sie wird folglich nicht als repräsentativ für ‚die Influencer-Szene', sondern als theoretisch aufschlussreicher Fall eines spezifischen Modus von Aufmerksamkeitsmacht untersucht.

Die Accounts unterschieden sich im Erhebungszeitraum deutlich hinsichtlich ihrer Plattformreichweite: Carsten Schneider verfügte über rund 11.000, Marisa Becker über rund 50.200 und Luisa Neubauer über rund 761.000 Follower. Diese Differenz wird aber als unproblematisch erachtet, denn vergleichbare Followerzahlen waren kein Auswahlkriterium, weil keine reichweitenbezogenen Wirkungen untersucht werden. Die Unterschiede werden vielmehr als Kontextmerkmale der jeweiligen Sichtbarkeitspositionen ausgewiesen. Followerzahlen bilden weder die tatsächliche Reichweite einzelner Posts noch Rezeption, Zustimmung oder politischen Einfluss unmittelbar ab und werden daher nicht als eigenständiger Machtindikator interpretiert. Für die Zuordnung der Fälle ist entscheidend, worauf ihre öffentliche Autorität primär beruht: auf institutioneller Zuständigkeit, bewegungsbezogener Mobilisierung oder professionell erzeugter Plattformaufmerksamkeit.

Auf der zweiten Samplingstufe wurden die zu analysierenden Posts bestimmt. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich von November 2025 bis Januar 2026 und umfasst mit der Weltklimakonferenz COP30 in Belém ein Ereignis erhöhter klimapolitischer Kommunikationsdichte. Das Ausgangskorpus umfasste sämtliche im Untersuchungszeitraum veröffentlichten Beiträge: 38 Posts von Carsten Schneider, 91 Posts von Luisa Neubauer und 97 Posts von Marisa Becker. Aus diesen accountbezogenen Ausgangskorpora wurden zunächst jeweils 20 Beiträge zufällig und ohne Zurücklegen gezogen. Diese Größe wurde vor der Auswahl festgelegt, um die drei Fälle mit gleichem analytischem Gewicht zu berücksichtigen und zugleich eine vertiefte multimodale Analyse jedes Einzelposts zu ermöglichen. Anschließend wurde anhand der festgelegten Einschlusskriterien geprüft, ob die gezogenen Beiträge einen identifizierbaren Nachhaltigkeitsbezug aufwiesen. Beiträge ohne Nachhaltigkeitsbezug wurden ausgeschlossen und durch eine erneute Zufallsziehung aus den noch nicht berücksichtigten Beiträgen desselben Accounts ersetzt. Dieser Vorgang wurde fortgeführt, bis für jeden Account 20 einschlägige Beiträge vorlagen. Insgesamt umfasst das Analysekorpus somit 60 Posts.

Die Analyseeinheit ist der Einzelpost, bestehend aus dem visuellen Material (Einzelbild, Carousel oder Reel), dem transkribierten Sprechanteil sowie der Caption einschließlich Hashtags und Emojis. Die Auswertung erfolgte mit MAXQDA.

Analytisches Vorgehen

Alle 60 Beiträge wurden anhand eines mehrstufigen Kategoriensystems codiert. Zunächst wurde anhand der in Abschnitt 2.1 theoretisch abgeleiteten sechs Nachhaltigkeitsdimensionen deduktiv codiert, in welchen Dimensionen Nachhaltigkeit adressiert wird: ökologisch, sozial, ökonomisch, politisch-governancebezogen, kulturell oder normativ. Mehrfachcodierungen waren möglich.

Im zweiten Schritt wurde die politische Bedeutungsdimension rekonstruiert. Die Grundkategorien Problemdefinition, Verantwortungszuschreibung und Handlungsebene wurden in Anlehnung an Entman (1993)[2] theoriegeleitet bestimmt; ihre Unterkategorien wurden im abduktiven Analyseprozess entwickelt und präzisiert.

Drittens erfolgte die Analyse der Authentizitätsperformanz. Diese wurde deduktiv anhand der von Lübke (2021) beschriebenen Dimensionen *Immediacy*, *Ordinariness*, *Intimacy* und *Consistency* codiert. Authentizität wurde dabei nicht als Eigenschaft, sondern als performative Ressource zur Herstellung von Nähe verstanden.

Im vierten Schritt wurden epistemische und normative Plausibilisierungslogiken abduktiv rekonstruiert. Untersucht wurde nicht, ob das Publikum die Beiträge tatsächlich akzeptierte, sondern welche kommunikativen Praktiken Aussagen als glaubwürdig oder normativ anschlussfähig ausweisen. *Epistemische Plausibilisierung* erfasste Praktiken, durch die Aussagen als sachlich begründet oder die Akteur*innen als kompetent dargestellt wurden, etwa Rollenautorität, strategische Sprache oder Kohärenz mit dem Mandat. *Normative Plausibilisierung* bezeichnete Praktiken, durch die eine Position unter Bezug auf als geteilt vorausgesetzte Werte, Normen oder Verantwortungsordnungen als angemessen, wünschenswert oder legitim erscheint, etwa durch Gemeinwohlbezüge, positive Wertbezüge oder Verantwortungsnarrative. Eine unmittelbare moralische Bewertung oder Adressierung des Publikums war hierfür nicht erforderlich. Codiert wurden damit weder ‚Glaubwürdigkeit' noch ‚Moral' als Eigenschaften eines Posts, sondern die jeweiligen Plausibilisierungspraktiken.

Im fünften Schritt wurden konkrete *Modi politischer Sichtbarkeit* aus wiederkehrenden Konfigurationen von Rolleninszenierungen, Problemrahmungen und Verantwortungszuschreibungen abduktiv rekonstruiert. Die für die Fallauswahl herangezogenen Machtformen fungierten dabei als sensibilisierende Kontrastdimensionen, nicht als vorab feststehende Ergebniskategorien. Sichtbarkeit wurde als empirisch beobachtbare Oberfläche von Macht verstanden, auf der bestimmte Themen hervorgehoben und politische Konflikte aus einer jeweils spezifischen Perspektive dargestellt werden.

Im sechsten Schritt wurden *Ent-/Repolitisierungstendenzen* zunächst für jeden Einzelpost in einem analytischen Memo festgehalten. Anschließend wurden sie anhand von Konfliktmodus, Verantwortungszuschreibung und Transformationslogik auf der Ebene der drei Modi in einer fallvergleichenden Synthese verdichtet.

[2] In Anlehnung an Entmans (1993) Framing-Konzeption wurden *Problemdefinitionen*, *Zuschreibungen von Verantwortung* sowie *Handlungsebenen* rekonstruiert. Die klassische Kategorie der *moralischen Bewertung* wurde dabei nicht isoliert codiert, sondern im Sinne einer *normativen Plausibilisierung* erfasst, die analysiert, wie kommunikative Deutungen an geteilte Wertordnungen rückgebunden und als legitim dargestellt werden. *Ursachenzuschreibungen* wurden in der Kategorie der *Verantwortungszuschreibung* integriert, da kausale Attributionen in nachhaltigkeitsbezogener Kommunikation regelmäßig mit normativen Verantwortungszuschreibungen verschränkt sind.

Die Analyse folgte damit einer sequentiellen Logik pro Einzelpost, wurde jedoch iterativ weiterentwickelt. Nach vertieften Erstanalysen von fünf bis sechs Beiträgen pro Akteur*in wurde das zunächst theoriegeleitete Kategoriensystem überprüft, um materialbasierte Unterkategorien ergänzt und in seinen bestehenden Kategorien präzisiert. Die revidierte Fassung wurde anschließend auf das gesamte Korpus angewandt. Innerhalb der Modi wurden Gemeinsamkeiten und Abweichungen im Sinne eines „difference-within-similarity"-Zugangs kontrastiert (Hofmann et al. 2024, S. 78). Einzelne Beiträge fungierten als „telling case[s]" (ebd.), anhand derer theoretische Annahmen geschärft oder revidiert wurden. Abweichende Fälle wurden dabei nicht als Ausnahmen ausgesondert, sondern zur Präzisierung und Begrenzung der modusspezifischen Aussagen herangezogen.

Kategorienrevisionen, fallbezogene Beobachtungen sowie Ent- und Repolitisierungstendenzen wurden in analytischen Memos dokumentiert. Das wiederholte Prüfen des Materials, die Revision des Kategoriensystems und die Einbeziehung abweichender Fälle entsprechen dem von Timmermans und Tavory (2012) beschriebenen *Revisiting* und der *Defamiliarization* sowie deren Übertragung auf iterative abduktive Codierverfahren bei Vila-Henninger et al. (2024).

Reflexivität und Ethik

Die Studie geht von der Vorläufigkeit und Revidierbarkeit ihrer Interpretationen aus. Theoretische Vorannahmen wurden als heuristische Ausgangspunkte, nicht als bestätigungsbedürftige Hypothesen behandelt. Die analysierten Accounts sind öffentlich zugänglich; es wurden ausschließlich frei einsehbare Inhalte verwendet. Da es sich um öffentliche Personen handelt, erfolgte keine Anonymisierung. Kommentare und User-Namen in verwendeten Abbildungen wurden ausgegraut.

4. Ergebnisse

Entlang der drei mit FF1–FF3 verbundenen Analysefelder – semantische Rahmung und Modi politischer Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeitsherstellung sowie Ent- und Repolitisierung – ergeben sich folgende Befunde:

4.1 Wie wird Nachhaltigkeit semantisch gerahmt und welche Modi politischer Sichtbarkeit lassen sich daraus rekonstruieren?

Institutionelle Sichtbarkeit am Beispiel Carsten Schneider

In der großen Mehrheit der Posts wird Nachhaltigkeit in Beiträgen zu Meeresschutz, Regenwaldfonds, E-Auto-Förderung oder Handy-Recycling als politisch-strukturelle Steuerungsaufgabe, globales Governance-Problem oder diplomatische Herausforderung gerahmt. Nur wenige Inhalte weichen davon ab, etwa wenn Schneider im Rahmen der COP30 den Markt von Belém besucht und von Düften und persönlichen Erinnerungen spricht (CS_2025_11_20). Hier bleibt der Nachhaltigkeitskontext implizit, ohne dass ein konkretes Problem aktiviert wird. Nachhaltigkeit erscheint bei Schneider nur selten als individuelle Lebensstilfrage, moralisches Fehlverhalten oder reine Krise beziehungsweise Bedrohung. Stattdessen wird die Verantwortung beim Staat, bei multilateralen Institutionen und internationalen Verhandlungspartnern verortet. Aktivierende Zuschreibungen an die Gesellschaft bleiben weitgehend aus (vgl. Abbildung 1).



Abbildung 1: Nachhaltigkeit als sicherheitspolitische Strukturfrage und staatlich-politische Steuerungsaufgabe (CS_2026_01_28; © Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit; mit freundl. Genehmigung)

Moralisch-konflikthafter Mobilisierungsmodus am Beispiel Luisa Neubauer

Neubauers Nachhaltigkeitskommunikation zeigt drei dominante Problemtypen:

a) Nachhaltigkeit als existenzielle Krise. Typische Marker: Zeitknappheit, Abgrund/historische Klippe, ‚Alles steht auf dem Spiel'-Rhetorik (z. B. LN_2025_12_06; Abbildung 2)
b) Nachhaltigkeit als politisch-strukturelle Auseinandersetzung. Typische Marker: Machtallianzen, institutionelle Blockaden, Green Deal (z. B. LN_2025_11_03)
c) Nachhaltigkeit als Transformations- und Hoffnungserzählung. Typische Marker: Hoffnung/Mut, Zukunft gestalten, Perspektivwechsel (z. B. LN_2026_01_01)

Die Verantwortung wird klar der Politik und den Institutionen zugewiesen, Handlungsfähigkeit aber vor allem kollektiv mobilisiert (Aufrufe zu Protest sowie zum Taggen oder Schreiben) und vielfach auch symbolisch-kommunikativ getragen (Diskurs öffnen, Narrative setzen, Studien einordnen, Hoffnung artikulieren). Eine privat-individuelle Ebene wird kaum bedient.
Neubauer rahmt Nachhaltigkeit insgesamt vor allem als existenzielle, politisch umkämpfte Systemfrage (vgl. Abbildung 2), die strukturelle Verantwortung erfordert und kollektive Mobilisierung notwendig macht. Sie verbindet Krisen-, Struktur- und Gerechtigkeitsframes mit Hoffnungserzählungen in einem Modus moralisch begründeter, konflikthaft zugespitzter Mobilisierung.

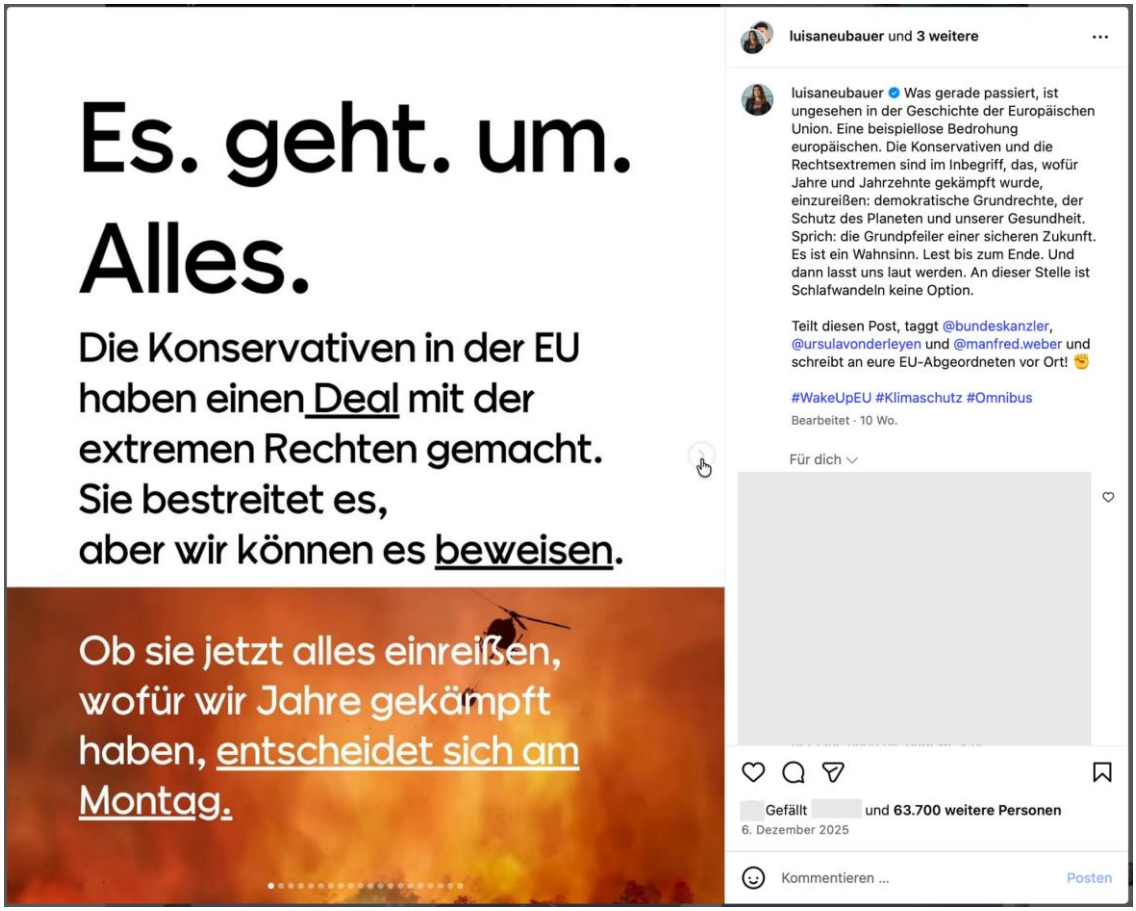


Abbildung 2: Startfolie eines Carousels, gegliedert in dramaturgische Struktur (vier Akte) mit rhetorischer Zuspitzung; Kombination aus Daten und Enthüllungsnarrativ (LN_2025_12_06).

Aufmerksamkeitsmodus zwischen diskursiv-kritisch, ökonomisch-lifestyle-bezogen und emotional-intim am Beispiel Marisa Becker (@mysustainableme)

Beckers Beiträge weisen unterschiedliche Register auf, die zwischen Krise, positiven Nachrichten und erklärender Einordnung variieren. Viele Posts rahmen Nachhaltigkeit als Frage des Verstehens, Einordnens und Prüfens von Mythen oder Zahlen, etwa zu Aufrüstung und Klima oder zum Rebound-Effekt, aber auch als politisch-strukturelle Aufgabe, beispielsweise bei CO_2-Zertifikaten oder Werbeverboten. In diesen Wissens- und Politik-Kurzformaten wird Verantwortung vor allem bei Politik und Institutionen verortet. Sie adressieren institutionelles Handeln oder zielen auf Bedeutungsproduktion, Bewusstseinsbildung, öffentliche Positionierung und diskursive Auseinandersetzung.

Daneben stehen individuelle Lebensstilfragen (Second-Hand-Geschenke, vegane Braten) und punktuelles Aufzeigen von moralischem Fehlverhalten („Du hast kein Recht darauf, dir 60 neue Kleidungsstücke im Jahr leisten zu können"; MB_2025_12_31). Diese Beiträge sehen die Verantwortung weitgehend beim Individuum und die Handlungsebene privat-individuell. Becker verbindet beide Cluster oft über die Brücke ‚Strukturwissen', das alltagspraktischen Anschluss ermöglicht, ohne dass daraus in der Regel kollektive Mobilisierung folgt.

Exemplarisch zeigt das ein transkribierter Ausschnitt aus einem Reel:

> Mein Lieblings-Fair-Fashion-Label hat Sale?! Wenn das so günstig ist, dann kann ich gleich mehrere Outfits shoppen!
>
> Warnung: Rebound-Effekt! (Sirene, rote Lichteffekte)
>
> Ich glaube, dazu habe ich neulich irgendwas gelesen.
>
> Der Rebound-Effekt meint genau diesen Logikfehler, der mich unbewusst begleitet hat. Angebote, auch bei Fair-Fashion-Kleidung, geben uns das Gefühl, nachhaltig zu handeln. Wenn wir uns dadurch aber dazu verleiten lassen, mehr zu kaufen, als wir eigentlich brauchen, kann der positive Effekt auf die Ressourcen und Umwelt schrumpfen oder sogar verpuffen 💥, z. B., weil unsere Emissionen steigen. Konsum bleibt da einfach doch Konsum. Es kommt auf das Bewusstsein und die Menge an. Bio-Materialien oder auch Second Hand sind natürlich super Schritte, aber für zirkuläres Handeln kann ich auch schon bei der Kaufmotivation und Entscheidung, aber auch beim Umgang mit meiner Kleidung ansetzen, um sie länger im Kreislauf zu halten und so tatsächlich Ressourcen zu sparen. [...] (MB_2025_11_02, Pos. 1–4)

4.2 Wie wird Nachhaltigkeit durch Authentizitätsstrategien glaubwürdig und moralisch anschlussfähig gemacht?

Beim Politiker wird Nachhaltigkeit primär über performative Konsistenz und institutionelle Verlässlichkeit authentifiziert. Authentizität entsteht nicht durch affektive Unmittelbarkeit oder personale Verletzlichkeit, sondern durch Rollenkohärenz – Amt, Setting, Sprache und Thema stimmen überein –, administrative Transparenz und kontrollierte Normalisierung, etwa wenn Schneider pfeifend im E-Auto fährt oder Tiere streichelt. Moralische Anschlussfähigkeit wird demgegenüber durch Gemeinwohl- und Verantwortungsbezüge hergestellt, ohne dass Gegenpositionen dichotomisierend abgewertet oder delegitimiert werden, z. B.:

> Wir wollen, dass der Regenwald stehen bleibt, dass er nicht abgeholzt wird. Weil: Er ist die Lunge für uns in Deutschland und auch auf der ganzen Welt – und die Indigenen, die Bauern, die dort leben. Die sollen vom Regenwald leben und nicht durch das Abholzen des Regenwalds. Und das werden wir unterstützen. (CS_2025_11_23, Pos. 2)

Authentizität fungiert als Stabilitätsversprechen: Nachhaltigkeit erscheint glaubwürdig, weil sie in der Rolle des politisch Verantwortlichen konsistent vertreten wird. Die institutionelle Steuerungslogik verbindet damit zwei unterschiedliche Praktiken: Rollenkohärenz und institutionelle Verlässlichkeit dienen der Authentifizierung, während Gemeinwohl- und Verantwortungsbezüge die vertretenen Positionen moralisch plausibilisieren.

Bei der Aktivistin wird Glaubwürdigkeit weniger über Amtsautorität als über personale Kohärenz zwischen Haltung, Emotion und Handlung plausibilisiert. Das dominante Authentizitätsmuster bildet die Kombination aus *Consistency* und *Immediacy*. Zwischen privater und politischer Inszenierung zeigt sich kein markanter Bruch; auch widersprüchliche Werbung oder Rollenwechsel treten im untersuchten Material nicht hervor. Neubauer scheint sich selbst und der Sache ‚treu' zu bleiben, über verschiedene Kontexte hinweg: als Aktivistin in der Antarktis, Publizistin im *Economist* oder Demonstrantin. Häufig wird diese Kontinuität durch affektive Direktheit, Dringlichkeit, Empörung oder Ironie ergänzt (*Immediacy*), etwa in der Formulierung „Es. geht. um. Alles." (LN_2025_12_06, Abbildung 2). *Intimacy* tritt selektiv auf und bleibt politisch gerahmt, wenn Neubauer beispielsweise ihren politischen Frust in

Klimmzugtraining übersetzt und den Klimmzug „Christian-Lindner-Klimmzug“ nennt (LN_2025_12_13). *Ordinariness* zeigt sich situativ in improvisierten Kamerawinkeln, Outdoor-Szenen oder humorvoller Selbstironie. Die visuelle Ungekünsteltheit kontrastiert dabei häufig mit sprachlicher Professionalität und intellektueller Schärfe.

Zusammengenommen entsteht Neubauers Authentizität aus der personalen Verkörperung einer moralisch begründeten politischen Bewegung: Inszeniert werden Integrität, affektive Aufrichtigkeit und Kohärenz zwischen politischer Positionierung und eigenem Handeln. Ihre Glaubwürdigkeit wird dadurch plausibilisiert, dass sie sichtbar emotional auftritt, strukturell argumentiert, persönlich investiert wirkt und kontinuierlich aktiv bleibt – etwa in Protesten, sportlichen Aktivitäten und öffentlichen Auftritten. Nachhaltigkeit erscheint dadurch als strukturell fundierte und kollektiv anschlussfähige politische Praxis, deren Dringlichkeit moralisch begründet wird.

Nachhaltigkeit wird bei der Influencerin nicht primär über institutionelle Autorität oder konfliktive Mobilisierung plausibilisiert, sondern im Modus einer moderierten Moralität. Gemeint ist eine moralische Bestimmtheit bei gleichzeitiger Abwägung: Nachhaltigkeit wird unter Bezug auf Gerechtigkeit, Maßhalten und Verantwortung begründet, ohne diese Bezüge appellativ-moralisierend zuzuspitzen. Dabei ist auch bei ihr eine starke personale Kohärenz (*Consistency*) vorherrschend: Die dauerhafte thematische Ausrichtung fungiert als Vertrauensressource. Durch alltagsnahe Inszenierungen wird Nachhaltigkeit ent-elitisiert (*Ordinariness*). Sie erscheint als ‚normale‘ Praxis und damit als sozial anschlussfähig. Moralische Bezugnahmen werden dabei nicht aus einer hierarchisch-autoritativen Position gesetzt, sondern in einer auf Gleichrangigkeit angelegten Ansprache des Publikums entfaltet. Wenn Becker zu einem Bild mit ihrem Sohn über Sorgen und Zweifel zur Mutterschaft in der Klimakrise nachdenkt, aktiviert sie *Intimacy* als Care-Rahmung: Persönliche Einblicke ermöglichen moralische Anschlussfähigkeit über Fürsorge- und Verantwortungsbezüge, nicht über Konfrontation:

> Fühlt ihr manchmal auch so? 💔 Ich glaube, wenn man begriffen hat, was Klimakrise bedeutet, dann ist es ganz natürlich, dass man so fühlt und dass diese Fragen aufkommen. Ich habe auch lange über dieser Frage gesessen, bin aber letztlich zu dem Schluss gekommen, dass Kinder zu kriegen auch in der Klimakrise okay, wichtig, sinnvoll und etwas wunderschönes [sic] ist. (Caption zu MB_2026_01_08)

Epistemische Glaubwürdigkeit wird vorrangig plausibilisiert durch die Einbindung von Expert*innen, Studien und Institutionen; hier verbindet Becker personale Nahbarkeit mit wissenschaftlicher Referenz. Authentizität fungiert dabei als Brücke zwischen Wissen und Lebenswelt. Insgesamt zeigt sie eine geringe *Immediacy* und hohe Stabilität: Anders als die mobilisierende Akteurin setzt Becker weniger auf affektive Dringlichkeit als auf eine ruhige, strukturierte Argumentation. Nachhaltigkeit wird so als moralisch informierte Alltagsvernunft plausibilisiert. Authentizität dient dabei als Ressource der Glaubwürdigkeit: Die Botschaft erscheint plausibel, weil sie konsistent, lebensweltlich integriert und selbstpraktisch verkörpert ist.

4.3 Welche Muster von Ent- oder Repolitisierung zeigen sich?

Die Begriffe Ent- und Repolitisierung sind im Folgenden nicht wertend gemeint, sondern markieren analytisch unterschiedliche Weisen, in denen politische Konflikte sichtbar, verhandelt oder abgeschwächt werden.

Im Modus institutioneller Sichtbarkeit (Schneider) wird Nachhaltigkeit als regulierbare, institutionell bearbeitbare Transformationsaufgabe im Rahmen staatlicher und multilateraler Steuerung dargestellt: Politik erscheint handlungsfähig, Konflikte werden anerkannt, aber moderiert, was klare Politisierungsmarker sind.

Dennoch kann die Übersetzung normativer und machtpolitischer Konflikte in administrativ bearbeitbare Probleme als Entpolitisierungstendenz gelesen werden. Gemeint ist keine Entleerung des Politischen, sondern eine reduzierte Konflikthaftigkeit politischer Nachhaltigkeitsfragen durch ihre Einbettung in institutionelle Steuerungslogiken. Nachhaltigkeit wird überwiegend als regulierbares Transformationsprojekt inszeniert, nicht als umkämpfte Machtfrage. So wird etwa ein E-Auto-Zuschuss mit sozialer Staffelung als Nachhaltigkeitsbeschleuniger präsentiert; mögliche Zielkonflikte und Folgekosten der Elektromobilität werden in dem Beitrag nicht thematisiert. Die Politisierung erfolgt innerhalb institutioneller Verfahren, nicht als öffentlicher Streit, da die Öffentlichkeit nicht als aktivierende Kraft adressiert wird. Entpolitisierungstendenzen finden sich auch in einzelnen Event- oder Imageformaten, in denen Nachhaltigkeit ästhetisch normalisiert, jedoch nicht problematisiert wird.

Schneider negiert Konflikte nicht; gleichwohl lassen sich institutionell bedingte, konfliktmindernde Entpolitisierungstendenzen rekonstruieren. Insgesamt überwiegen aber politisierende Beiträge.

Im moralisch-konflikthaften Mobilisierungsmodus (Neubauer) wird Nachhaltigkeit systematisch als Macht-, Interessen- und Konfliktfrage politisiert, etwa wenn fossile Lobbys als strukturelle Gegenspieler oder die Bedrohung der Lebenswelt der Pinguine als nationale Verantwortung dargestellt werden. Nachhaltigkeit erscheint nicht universalistisch als ‚gemeinsames Projekt aller', sondern als politisch umkämpftes Terrain. Drei Repolitisierungsmuster lassen sich erkennen: Erstens nutzt Neubauer moralische Bezugnahmen, um politische Entscheidungen als normativ verantwortbar oder unverantwortlich sichtbar zu machen („Pakt mit dem Teufel", „Schulterschluss gegen Klima, Menschen und Demokratie"; LN_2025_12_06), und dramatisiert dadurch Machtkonflikte. Zweitens verortet sie die Handlungsebene in vielen Beiträgen kollektiv-zivilgesellschaftlich, etwa durch Aufrufe zur Mobilisierung von Mehrheiten oder zu öffentlichen Interventionen. Drittens wird Nachhaltigkeit als Demokratiefrage gerahmt und Klimapolitik als Frage von Macht, Mehrheiten und Einfluss auf Institutionen verstanden. Demokratie erscheint dabei nicht als Konsensraum, sondern als umkämpfter und verteidigungsbedürftiger Raum, für den Engagement erforderlich ist.

Potenziell kann die teilweise affektive Überdramatisierung als Entpolitisierungstendenz gelesen werden, denn solche Totalisierungen können zwar mobilisieren, aber auch politische Komplexität reduzieren. Dies kann in Moralisierung übergehen, wenn Gegenpositionen delegitimiert statt argumentativ einbezogen werden. Dabei handelt es sich nicht um Entpolitisierung im klassischen Sinn, wohl aber um ein mögliches Muster polarisierender Schließung. Daneben finden sich Beiträge, die Nachhaltigkeit implizit adressieren, ohne einen Konfliktrahmen aufzuspannen, etwa wenn Neubauer auf ihrer Antarktis-Expedition eine Walbeobachtung filmt und ihre Emotionen dazu teilt (LN_2026_01_26). Nachhaltigkeit wird in solchen Posts ästhetisch erfahrbar gemacht. Dies ist keine Entpolitisierung, sondern eine temporäre Verschiebung vom Machtkonflikt zur Naturerfahrung: Die Beiträge schaffen affektive Anschlussfähigkeit, ohne institutionelle Konflikte zu repolitisieren.

Das zentrale Muster im aufmerksamkeitsökonomischen Sichtbarkeitsmodus (Becker) lässt sich als Doppelstruktur beschreiben: Während die Problemdefinition überwiegend strukturell erfolgt (z. B. das ‚Sicherheit-vor-Klimaschutz'-Dogma als politisches Paradox), wird die Handlungsebene meist individualisiert adressiert. Auch bei systemischen Problemlagen verschiebt sich die unmittelbare Anschlusslogik auf persönliche Praxis – etwa in Form von Konsumentscheidungen, individueller Petition, Sichtbarmachung oder diskursiver Beteiligung.

Die strukturelle Problemrahmung bei gleichzeitiger individualisierter Aktivierung ist nicht als vollständige Entpolitisierung zu verstehen, wohl aber als Verschiebung politischer Wirksamkeit auf individuelle Alltagspraktiken. Politische Handlungsfähigkeit wird primär als persönliche Verantwortungsübernahme konkretisiert.

Die wiederkehrenden moralischen Bezugnahmen auf Gerechtigkeit und Maßhalten rahmen Verhaltensänderungen als angemessen und verantwortungsvoll. In Verbindung mit der individualisierten Aktivierung verlagern sie Verantwortung auf die persönliche Handlungsebene. Darin liegt eine Ambivalenz: Die moralischen Bezugnahmen können politisierend wirken, sofern sie strukturelle Ungleichheiten sichtbar machen. Ein entpolitisierendes Potenzial entsteht hingegen, wenn Nachhaltigkeit vorwiegend als individualethische Tugend- oder Gewissensfrage erscheint und institutionelle Verantwortlichkeiten und Reformbedarfe in den Hintergrund treten.

Auch in klar repolitisierenden Beiträgen – etwa der datengestützten Analyse militärischer Emissionen – bleibt die Anschlusslogik diskursiv-individuell („Teile den Post"). Die kollektive Ebene wird selten als eigenständig handlungsfähiges politisches Subjekt aktiviert.

5. Diskussion

Die Diskussion synthetisiert zunächst die Befunde zu FF1–FF3 und ordnet sie anschließend im Hinblick auf die medienpädagogische Anschlussfrage FF4 ein.

5.1 Zu FF1: Semantische Rahmung von Nachhaltigkeit und Modi politischer Sichtbarkeit

Aus der vergleichenden Analyse von Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsebenen lassen sich drei Modi politischer Sichtbarkeit rekonstruieren. Die drei untersuchten Akteurstypen – Politiker, Aktivistin und Influencerin – unterscheiden sich deutlich darin, wie sie Nachhaltigkeit semantisch rahmen. Im untersuchten Material stehen diese Unterschiede in engem Zusammenhang mit der jeweiligen Sichtbarkeitslogik und der damit verbundenen Machtform:

Institutionelle Macht: Broadcasting statt Mobilisierung (Schneider)

Im Fall des Umweltministers dominiert eine strukturelle Rahmung: Nachhaltigkeit erscheint primär als Governance- und Steuerungsaufgabe. Verantwortung liegt bei Staat, multilateralen Institutionen und internationalen Verhandlungspartnern; eine mobilisierende Adressierung von Individuen oder Kollektiven bleibt weitgehend aus.

Diese Kommunikationsweise bestätigt Befunde aus der politischen Kommunikationsforschung, wonach viele Politiker soziale Medien primär im Sinne von ‚broadcasting' nutzen – als

Instrument zur Imagepflege, Informationsvermittlung und Sichtbarkeitssteigerung, nicht zur deliberativen oder mobilisierenden Interaktion (vgl. Severin-Nielsen 2024). Hier fungiert digitale Öffentlichkeit weniger als Mobilisierungsplattform denn als Verlängerung formaler Politikkommunikation.

Mobilisierungsmacht: Visuelle Dramaturgie und kollektive Handlung (Neubauer)
Die Kommunikation der Aktivistin folgt einer deutlich anderen Logik. Nachhaltigkeit wird als existenzielle Krise, als strukturelle Auseinandersetzung und zugleich als Transformationschance gerahmt. Verantwortung wird politisch-institutionell verortet, Handlungsfähigkeit jedoch kollektiv mobilisiert (Protest, Diskursöffnung, strategische Allianzen).

Diese Kombination entspricht der visuellen Mobilisierungslogik zeitgenössischer Klimabewegungen wie Fridays for Future, in denen affektive Zuspitzung, moralische Klarheit und dramaturgische Bildinszenierung zentrale Rollen spielen (vgl. Damaschke et al. 2024; Shim 2024). Neubauers häufige Verbindung von Datenvisualisierung und rhetorischer Zuspitzung lässt sich als komponierte Mobilisierungsästhetik lesen.

Im Vergleich zu den von Haastrup (2022) untersuchten Formen aktivistischer Kommunikation zeigt sich jedoch eine Verschiebung: Während Haastrup eine starke Personalisierung über Klimaangst und Coping-Strategien beschreibt, ist Neubauers Kommunikation stärker strukturpolitisch gerahmt. Krisenbezüge, Hoffnung und persönliche Reflexion erscheinen weniger als Formen der Selbstoffenbarung denn als Bestandteile einer politischen Kontextualisierung. Moralische Bezugnahmen werden dabei mit der Zuschreibung institutioneller Verantwortung verbunden. Es entsteht eine moralisch begründete und strukturpolitisch ausgerichtete Mobilisierung, in der affektive Elemente in politische Problemdeutungen und Verantwortungszuschreibungen eingebettet sind.

Aufmerksamkeitsmacht: Zwischen Mainstreaming und Strukturwissen (Becker)
Influencerin Marisa Becker bewegt sich im Modus aufmerksamkeitsbasierter Sichtbarkeit. Ihre Kommunikation variiert zwischen Wissensformaten, politischen Kurzanalysen und individuellen Lebensstilbezügen. Nachhaltigkeit erscheint teils als politisch-strukturelles Problem (CO_2-Zertifikate, Werbeverbote), teils als individuelle Konsumentscheidung (Stoffwindel, Fair Fashion).

Damit bestätigt sie zunächst Befunde von San Cornelio et al. (2024), die für Eco-Influencer eine Tendenz zum ‚Mainstreaming' von Nachhaltigkeit diagnostizieren: positive Visualität, alltagsnahe Lösungen, Individualisierung von Handlung. Auch Haastrup (2022) beschreibt beim Influencer-Typus ‚feel-good sustainable consumption' als dominantes Muster.

Die vorliegenden Daten erweitern dieses Bild jedoch: Lifestyle-orientierte Narrative werden systematisch um didaktische und strukturbezogene Formate ergänzt. Verantwortung bleibt häufig individuell verortet, wird aber über Strukturwissen vermittelt. Innerhalb des aufmerksamkeitsbasierten Modus entsteht so eine hybride Verbindung alltagsnaher Anschlussfähigkeit und politischer Einbettung.

5.2 Authentizität als epistemische Heuristik digitaler Nachhaltigkeitskommunikation (FF2)

In Abschnitt 2.2 wurde Authentizität als performative Zuschreibung gefasst, die in digitalen Öffentlichkeiten durch Inszenierungsstrategien kommunikativ hergestellt wird (vgl. Hans 2017; Kirchmeier 2022; Lübke 2021). Die Befunde zeigen nun drei unterschiedliche Weisen, wie Nachhaltigkeit über Authentizitätsstrategien glaubwürdig und moralisch anschlussfähig gemacht wird.

Zentral ist dabei ein kontraintuitiver Befund: Entgegen der verbreiteten Annahme, digitale Authentizität sei primär affektiv und spontan, zeigt sich in allen drei Modi die strukturbildende Rolle von *Consistency* (vgl. Lübke 2021). Authentizität entsteht weniger durch Unmittelbarkeit als durch performative Kohärenz – allerdings in je unterschiedlicher Ausprägung.

Institutionelle Kohärenz: Glaubwürdigkeit durch Rollenkonsistenz

Im institutionellen Modus entsteht Glaubwürdigkeit primär über Rollenkohärenz. Nachhaltigkeit wird als stimmig angeboten, weil sie konsistent im Rahmen politischer Zuständigkeit vertreten wird. Nähe wird nicht über Intimität oder Emotionalität hergestellt, sondern über Erwartungskonformität und Verlässlichkeit (vgl. Lübke 2021).

Authentizität fungiert hier als Stabilisierungsressource: Was kontinuierlich und rollengerecht kommuniziert wird, wird als verantwortungsvoll und legitim plausibilisiert. Digitale Inszenierung dient weniger der Emotionalisierung als der Bestätigung institutioneller Zuständigkeit.

Im Vergleich zu Haastrups (2022) Analyse des dänischen Klimaministers, in der auch Regierungsakteure personalisierte und affektiv gerahmte Elemente einsetzen, bleibt Schneider weitgehend im Modus institutioneller Autorität. Personalisierung tritt nur randständig auf und wird nicht systematisch zur Herstellung digitaler Nähe genutzt. Glaubwürdigkeit entsteht nicht über affektive Verdichtung, sondern über formalisierte Konsistenz.

Interessant ist, dass diese Form von Authentizität z. T. potenziell entpolitisierend wirkt, was im Abschnitt 5.3 diskutiert wird.

Bewegungsauthentizität: Verkörperte Integrität als Mobilisierungsressource

Im aktivistischen Modus verschiebt sich die Logik: Digitale Nähe entsteht hier über die sichtbare Übereinstimmung von Haltung, Affekt und Handlung. Auch hier ist *Consistency* zentral (vgl. Lübke 2021), jedoch nicht als Rollenkonformität, sondern als Kohärenz eines durchgängig persönlich involvierten und politisch engagierten Auftretens.

Im Anschluss an Haastrup (2022) wäre eine starke Personalisierung über individuelle Betroffenheit oder Klimaangst zu erwarten. In den vorliegenden Daten zeigt sich jedoch eine andere Akzentuierung: Affektive Zuspitzung dient nicht primär der Selbstthematisierung, sondern der politischen Verdichtung struktureller Konflikte. Intimität erscheint nicht als private Offenlegung, sondern als situativ eingesetzte, politisch gerahmte Verletzlichkeit.

Bemerkenswert an dem Befund ist daher: Authentizität wirkt hier weniger über persönliche Betroffenheit als über verkörperte Integrität. Nachhaltigkeit erscheint glaubwürdig, weil sie kontinuierlich vertreten, argumentativ eingebettet und sichtbar gelebt wird. Digitale Nähe in-

tensiviert Konflikt und bündelt ihn moralisch, ohne ihn in individuelle Angst- oder Bewältigungsnarrative zu überführen.

Alltagskohärenz: Glaubwürdigkeit durch Integration in Lebenspraxis
Im aufmerksamkeitsökonomischen Modus zeigt sich eine Variante von Authentizität, die weniger über Lifestyle-Mainstreaming oder affektive Dramatisierung als über thematische Kontinuität und Alltagsnähe wirkt (*Consistency + Ordinariness;* vgl. Lübke 2021). Nähe entsteht durch Ent-Elitisierung: Nachhaltigkeit erscheint als integrierbare Praxis, nicht als heroische Ausnahme.

Hier liegt die entscheidende Differenz zu Haastrup (2022): Während sie beim Influencer-Typus eine starke Personalisierung über positive Selbstoptimierung und konsumbezogene Lebensführung beschreibt, verbinden Beckers Beiträge personale Kohärenz mit expliziten Wissensbezügen. Authentizität entsteht nicht primär über ‚Feel-Good'-Identifikation, sondern über die Verbindung von Alltagspraxis und erklärender Einordnung.
Glaubwürdigkeit speist sich damit weniger aus affektiver Verdichtung als aus vermittelter Verständlichkeit. Moralische Orientierung wird nicht zugespitzt, sondern begründet. Authentizität wirkt hier normalisierend: Strukturelle Nachhaltigkeitsfragen werden so gerahmt, dass sie im Alltag anschlussfähig erscheinen, ohne vollständig in Lifestyle aufzugehen.

Medial hergestellte Nähe unterstützt in diesem Modus daher weder starke Polarisierung noch reine Privatisierung, sondern eine Form reflexiver Alltagsintegration.

Zusammenfassend lassen sich drei unterschiedliche machtbezogene Effekte rekonstruieren:

- Legitimierende Nähe (institutionelle Macht) – Stabilisierung durch Rollenkohärenz
- Mobilisierende Nähe (Bewegungsmacht) – Dringlichkeit durch verkörperte Integrität
- Normalisierende Nähe (Aufmerksamkeitsmacht) – Anschlussfähigkeit durch Alltagskohärenz

Authentizität fungiert in allen drei Fällen als epistemische Heuristik (vgl. Dick 2026): Sie ersetzt keine Argumente, strukturiert aber die kommunikativen Angebote, durch die Argumente als glaubwürdig erscheinen.

Zugleich wird ihre Ambivalenz sichtbar: Digitale Nähe kann Konflikt intensivieren oder moderieren, Macht stabilisieren oder verschieben, Politisierung befördern oder strukturelle Fragen in individuelle Haltungsfragen überführen. Authentizität ist damit keine bloße Stilfrage digitaler Kommunikation, sondern eine Ordnungskategorie politischer Sichtbarkeit, die mitprägt, wie Nachhaltigkeit als wahr, legitim oder dringlich erscheint.

5.3 Konfliktorganisation als Muster von Ent- oder Repolitisierungstendenzen

Drittens wurden mögliche Muster von Ent- oder Repolitisierung rekonstruiert (FF3). Die Ergebnisse lassen sich in folgender Tabelle (Tab. 1) zusammenfassen. Sichtbar wird, dass Entpolitisierung kein binäres Phänomen darstellt, sondern entlang unterschiedlicher Konflikt- und Verantwortungslogiken verläuft.

Tabelle 1: Muster politischer Ent-/Repolitisierung anhand der drei Rollenbeispiele

Akteur*in	Konfliktmodus	Verantwortungs-zuschreibung	Transformations-logik	Ent-/Repolitisierung
Politik	moderiert/ent-dramatisiert	institutionell	strukturell	moderierte Repolitisierung; z. T. Tendenz zur Entpolitisierung durch Technokratisierung von Konflikten
Aktivismus	antagonistisch/mobilisierend	institutionell	systemisch	starke Repolitisierung; z. T. Tendenz zur Entpolitisierung durch Totalisierungen und Szientifizierung
Influencing	normativ, aber nicht antagonistisch	individualisiert	strukturell gerahmt, individuell operationalisiert	ambivalent; strukturelle Repolitisierung + individualisierende Entpolitisierung

Im untersuchten Politikmodus zeigt sich im Sinne von Vincent August und Manon Westphal (2024) ein eher versöhnlicher Umgang mit Konflikten. Die Verlagerung von Verantwortung und Problemlösung auf institutionelle und strukturelle Ebenen kann dazu beitragen, dass Konflikte als „routinized and cooled off" (ebd., S. 1142) erscheinen. Eine solche Technokratisierung und vereinfachende Darstellung komplexer Konflikte weist zugleich ein entpolitisierendes Potenzial auf. Swyngedouw (2022) spricht in diesem Zusammenhang von einer Tendenz zum Klimapopulismus, wenn „translating the envisaged catastrophe into a crisis to be managed, one that focusses on techno-managerial mechanisms, without questioning the fundamental socio-ecological relations that constitute the problem in the first place" (S. 6).

Nicht ausdiskutiert werden kann an dieser Stelle, ob Instagram die passende Plattform ist, fundamentale Problemanalysen durchzuführen (siehe hierzu z. B. Ferreira et al. 2021), aber festgehalten werden muss, dass Schneider sich als ‚Mainstream'-Klimapolitiker inszeniert, der zu scharfe Konfliktlinien weitgehend vermeidet. Damit bleibt er rollenkohärent und – trotz geringer Publikumsaktivierung und reduzierter Konflikthaftigkeit – insgesamt repolitisierend, weil er Machtfragen teilweise anspricht und politische Probleme programmatisch verhandelt.

Im aktivistischen Modus wird überwiegend durch Antagonisierung politisiert: Gegnerschaften werden benannt, politische Verantwortung wird nicht nur institutionell verortet, sondern öffentlich eingefordert. Nach August und Westphal (2024) entspricht dieser Umgang mit Konflikten einer niedrigschwelligen Form der Eskalation (hohe Eskalation wäre Sabotage, Gewalt etc.).

Bei Neubauer werden Entpolitisierungstendenzen vor allem in zwei Mustern sichtbar: Szientifizierung und Totalisierung (vgl. Merkel 2021). Mit der sinngemäß wiederkehrenden Formel ‚Science has told us' wird suggeriert, dass die politisch richtigen Lösungen in der Klimafrage wissenschaftlich bereits eindeutig vorgegeben seien und lediglich von einer zögerlichen oder kompromissorientierten Politik umgesetzt werden müssten. Wolfgang Merkel (2021) weist

darauf hin, dass Wissenschaft damit als einheitliche, eindeutige Instanz dargestellt wird, obwohl sie durch methodischen Pluralismus, Dissens und fortlaufende Revision geprägt ist. Zugleich werde demokratische Politik „als eine Umsetzungsmaschinerie ‚wahrhaftiger', ‚unbezweifelbarer' Erkenntnisse verkannt" (S. 8). Klimapolitische Entscheidungen betreffen jedoch nicht nur Emissionsziele, sondern auch Fragen von Freiheit, sozialer Verteilung, wirtschaftlicher Entwicklung und Generationengerechtigkeit. Wird politische Gestaltung primär als Umsetzung wissenschaftlicher Wahrheit gerahmt, kann die notwendige demokratische Abwägung konkurrierender Interessen in den Hintergrund treten (ebd.). Diese Verkürzung politischer Aushandlungsprozesse auf scheinbar eindeutige wissenschaftliche Imperative lässt sich in mehreren Beiträgen Neubauers rekonstruieren.

Entpolitisierend bis polarisierend sind zudem Aussagen, die politische Gegner als „Teufel" und multilaterale Abkommen als ‚Weltuntergang' präsentieren (LN_2025_12_06). Merkel (2021) weist darauf hin, dass die Unterstellung einer unmoralischen Haltung eine „intolerante Wirkung" entfalten könne, wenn sie von der Sachebene abweicht und „eine vermeintlich unmoralische Person aus dem Diskurs moralischer Teilnehmer" ausschließt (S. 9). In dieser Logik werden „[p]luralistische, abweichende [...] Positionen [...] zu einer Zumutung, die es zu bekämpfen gilt" (ebd., S. 10). Solche Frontstellungen und Wir-gegen-die-Elite-Narrative gelten als Merkmale des Klimapopulismus (ebd.; vgl. Swyngedouw 2022); entsprechende Totalisierungen können die politische Aushandlung verengen.

Im dritten, aufmerksamkeitsbasierten Modus verschiebt sich die Form politischer Sichtbarkeit grundlegend. Anders als im institutionellen oder aktivistischen Kontext wird Konflikt hier nicht primär als Machtkonstellation zwischen klar benennbaren Akteur*innen organisiert, sondern als Problem, das strukturell erklärbar, aber individuell bearbeitbar erscheint.

Theoretisch lässt sich dies im Anschluss an Swyngedouw (2013; 2022) als ambivalente Konstellation lesen. Zwar bleibt das strukturelle Moment der Nachhaltigkeitsproblematik sichtbar – etwa in der Benennung ökonomischer Anreizstrukturen oder politischer Paradoxien –, doch die Anschlusslogik verschiebt sich auf personalisierte Handlungsspielräume. Politische Wirksamkeit wird damit nicht negiert, sondern in individuelle Verantwortungspraktiken übersetzt. Genau diese Verschiebung beschreibt Swyngedouw als charakteristische post-politische Bewegung: Kollektive Machtfragen werden nicht geleugnet, aber ihre Bearbeitung wird auf individuelle Handlungsoptionen zurückgeführt.

San Cornelio et al. (2024) zeigen für visuelle Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram, dass ökologische Krisen häufig in ästhetisch zugängliche, emotional anschlussfähige Narrative überführt werden. Diese Mainstreaming-Logik normalisiert Nachhaltigkeit als Lebensstilfrage und entdramatisiert strukturelle Konflikte. Im vorliegenden Material wird dieses Muster nicht vollständig bestätigt, da Strukturwissen explizit vermittelt wird. Dennoch bleibt die politische Operationalisierung überwiegend individualisiert. Repolitisierung findet auf der Ebene der Problemdefinition statt, Entpolitisierung auf der Ebene der Handlung.

Merkel (2021) weist darauf hin, dass Moralisierung und Szientifizierung politische Aushandlung verkürzen können, wenn komplexe Konflikte auf normative Imperative oder scheinbar eindeutige Wissensbestände reduziert werden. Im Influencing-Modus zeigt sich eine mildere

Variante dieser Dynamik: Moral wird reflexiv gerahmt und häufig begründet, doch die Übersetzung in persönliche Praxis kann politische Konfliktlinien in Fragen individueller Angemessenheit transformieren. Die strukturelle Dimension bleibt sichtbar, wird jedoch nicht als kollektiver Streitraum inszeniert.

Repolitisierung und Entpolitisierung verlaufen hier somit nicht entlang der Frage, ob Nachhaltigkeit als Strukturproblem verstanden wird, sondern entlang der Frage, wo politische Wirksamkeit verortet wird. Diese Form politischer Sichtbarkeit ist weder apolitisch noch rein privatisierend. Sie reorganisiert Konflikt in einen Modus reflexiver Alltagsintegration. Sichtbarkeit kann Aufmerksamkeit und Deutungsmacht begründen (vgl. Annaki et al. 2025), ohne jedoch notwendigerweise institutionelle oder kollektive Handlungsmacht zu aktivieren.

Die Diskussion der Ergebnisse legt nahe, dass Ent- und Repolitisierung weniger von der thematischen Schärfe als von der Organisation politischer Handlungsfähigkeit abhängen. Nachhaltigkeitskommunikation politisiert dort, wo Konflikte als verhandelbare Machtfragen sichtbar werden und kollektive Handlungsspielräume eröffnet werden; sie entpolitisiert dort, wo Konflikte technokratisch befriedet, durch moralisierende Totalisierung der politischen Aushandlung entzogen oder in individuelle Verantwortungslogiken verschoben werden. Entscheidend ist somit nicht allein, ob Nachhaltigkeit als Strukturproblem gerahmt wird, sondern auch, auf welcher Ebene politische Wirksamkeit angesiedelt wird. Ent- und Repolitisierung erscheinen damit als Muster unterschiedlicher Modi politischer Sichtbarkeit, die Konflikt als Verfahren, Mobilisierung oder persönliche Praxis organisieren.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse werden im Folgenden zunächst mögliche Limitationen und dann zentrale Konsequenzen für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von BNE diskutiert (FF4).

Limitationen

Die kontrastive Fallauswahl ermöglicht es, unterschiedliche Sichtbarkeits- und Machtmodi vergleichend zu rekonstruieren. Unterschiede in Reichweite, institutioneller Position und kommunikativer Rolle sind dabei Teil der analytisch beabsichtigten Kontrastierung. Da jeder Modus durch einen Account repräsentiert wird, sind modusspezifische und fallspezifische Einflüsse jedoch nicht vollständig voneinander zu trennen. Inwiefern Geschlecht, Alter, Biografie oder politische Positionierung die rekonstruierten Muster mitprägen, sollte durch weitere Fälle innerhalb der jeweiligen Modi untersucht werden. Die Befunde sind daher als Ausgangspunkt für eine weiterführende Typenbildung zu verstehen.

Der Untersuchungszeitraum eröffnet einen konzentrierten Einblick in die Phase erhöhter klimapolitischer Kommunikationsdichte rund um die COP30. Zugleich ist das Korpus auf drei in Deutschland agierende Akteur*innen und damit auf den politisch-institutionellen und medienkulturellen Kontext der deutschen digitalen Öffentlichkeit konzentriert. Eine Übertragung auf andere nationale Kontexte ist daher nur vorsichtig möglich und sollte durch international vergleichende Studien geprüft werden. Auch die Frage, ob die rekonstruierten Muster zu anderen Zeitpunkten oder in weiteren Politikfeldern auftreten, bleibt eine Perspektive für die weitere Forschung. Dies gilt insbesondere für die aufmerksamkeitsbasierte Nachhaltigkeitskommunikation, innerhalb derer weitere Inszenierungsstile systematisch zu vergleichen wären.

Das mehrdimensionale Nachhaltigkeitsverständnis ermöglicht eine differenzierte Erfassung ökologischer, sozialer, ökonomischer, politischer, kultureller und normativer Bezüge. Rekonstruiert werden die kommunikativen Akzentuierungen von Nachhaltigkeit in den ausgewählten Posts. Rückschlüsse auf umfassende oder zeitlich stabile Nachhaltigkeitsverständnisse der Akteur*innen sind auf dieser Grundlage nur vorsichtig möglich und könnten durch längsschnittliche Analysen vertieft werden.

Die Studie richtet den Blick auf beobachtbare Kommunikationspraktiken und die darin angelegten Plausibilisierungs- und Sichtbarkeitsangebote. Produktionsseitige Zielsetzungen – etwa Information, Mobilisierung, Legitimation, Selbstpositionierung oder Vermarktung – könnten in Anschlussstudien durch Interviews oder weitere Kontextdaten erschlossen werden. Auch die tatsächliche Rezeption, algorithmische Plattformdynamiken und längerfristige politische Wirkungen bilden weiterführende Forschungsperspektiven.

5.4 Implikationen für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von BNE (FF4)

Auf Grundlage des in Abschnitt 2.4 konturierten Bildungsverständnisses werden die Befunde medienpädagogisch eingeordnet und in Reflexions- und Gestaltungsimpulse übersetzt. Leitend bleiben drei theoretisch abgeleiteten Reflexionsebenen jeder Kategorie. Je ein Gestaltungsimpuls ergänzt die Analyse, um alternative mediale Rahmungen und ihre politischen Implikationen erfahrbar und diskutierbar zu machen. Die Impulse verbinden BNE-Kompetenzen nach Rieckmann (2018), Kompetenzen im Umgang mit sozialen Medien nach Festl (2021) und mediale Gestaltungskompetenz (vgl. Autenrieth/Nickel 2023) mit Bröcklings (2025) Ausrichtung auf Artikulation, Dialog und demokratische Teilhabe.

Moral

Die Befunde zeigen, dass moralische Bezugnahmen Problemdeutungen und Verantwortungszuschreibungen rechtfertigen. Moral kann dabei Orientierung und Mobilisierung unterstützen, als Moralisierung jedoch Aushandlungsräume verengen. Die folgenden Ebenen adressieren vor allem normative Kompetenz, kritisches Denken und Selbstreflexion (vgl. Rieckmann 2018) sowie moralisch-soziale Medienkompetenz (vgl. Festl 2021):

1. Werte und moralische Rechtfertigungen analysieren (vgl. Meireis 2019; Merkel 2021):
    a. Welche Werte werden in Social-Media-Beiträgen zu Nachhaltigkeit indirekt vorausgesetzt?
    b. Werden unterschiedliche Positionen moralisch hierarchisiert und welche Folgen hat dies für die politische Aushandlung?
    c. Werden komplexe Konflikte auf dichotome Gut-/Böse-Zuschreibungen reduziert?

2. Problemdefinition, Verantwortungszuschreibung und Handlungsebene rekonstruieren (vgl. Entman 1993):
    a. Problemdefinition: Was wird als zentrales Nachhaltigkeitsproblem markiert?
    b. Wem werden Verantwortung, Pflicht, Schuld oder Handlungskompetenz zugeschrieben?
    c. Auf welcher Ebene wird Handeln nahegelegt: individuell, kollektiv oder institutionell?

3. Moral und Moralisierung unterscheiden (vgl. Merkel 2021): Wird eine Position über geteilte Werte begründet oder werden Gegenpositionen dichotomisierend delegitimiert? Welche Folgen hat dies für demokratische Aushandlung?

4. Gestaltungsimpuls: Verantwortungsrahmungen variieren und begründen: Die Lernenden formulieren zu einem Beitrag alternative Captions, die Verantwortung jeweils individuell, kollektiv oder institutionell verorten. Anschließend vergleichen und begründen sie, welche Handlungsmöglichkeiten die Fassungen eröffnen und ob sie Akteur*innen oder Positionen delegitimieren. Die Aufgabe verbindet normative und kritische Kompetenz mit der Reflexion eigener Werthaltungen und medialer Artikulationsfähigkeit (vgl. Bröckling 2025; Payrhuber 2024; Rieckmann 2018).

BNE benötigt eine solche Arbeit an Ambivalenzen: Sie hinterfragt eigene und fremde Haltungen und untersucht, wie Verantwortung normativ plausibilisiert und zwischen individuellen, kollektiven und institutionellen Ebenen verschoben wird (vgl. Vare/Scott 2007).

Nähe

Digitale Nähe ist nicht bloß Ausdruck von Authentizität, sondern wird performativ hergestellt und kann Glaubwürdigkeit sowie normative Anschlussfähigkeit stützen. Die folgenden Ebenen adressieren kritisches und systemisches Denken sowie Selbstwahrnehmung (vgl. Rieckmann 2018) und integrativ- sowie moralisch-soziale Medienkompetenz (vgl. Festl 2021):

1. Inszenierte Nähe als Glaubwürdigkeitsangebot analysieren (vgl. Hans 2017; Lübke 2021):
   a. Welche ästhetischen Mittel (Bildgestaltung, Setting, Körpersprache, Erzählweise) erzeugen Vertrautheit?
   b. Welche Elemente von Intimität oder Alltäglichkeit werden gezeigt (z. B. ‚Backstage'-Momente)?
   c. Erscheint eine Position glaubwürdig, weil sie nachvollziehbar begründet ist oder weil sie sich authentisch anfühlt?

   Authentizität wird so als gestaltetes Glaubwürdigkeitsangebot und nicht als Qualitätsbeweis bearbeitbar.

2. Individualisierung struktureller Fragen rekonstruieren:
   a. Wird die Bewertung eines Nachhaltigkeitsproblems an die wahrgenommene Glaubwürdigkeit einzelner Akteur*innen gebunden?
   b. Welche strukturellen, institutionellen oder kollektiven Ebenen geraten in den Hintergrund, wenn das Problem v. a. über persönliche Nähe und Authentizität vermittelt wird?
   c. Verschiebt sich der Fokus von Systemfragen hin zu Charakterfragen?

3. Affektive Resonanz von argumentativer Zustimmung unterscheiden und eigene Reaktionen reflektieren:
   a. Reagiere ich auf ein Argument oder auf Sympathie und Identifikation?
   b. Beruht meine Zustimmung auf inhaltlicher Überzeugung oder auf der wahrgenommenen Authentizität der Person?

   c. Wie verändert sich mein Urteil, wenn dieselbe Position von einer weniger sympathischen Person vertreten wird?

   Die Selbstbeobachtung stärkt Selbstwahrnehmung sowie moralisch-soziale Medienkompetenz (vgl. Rieckmann 2018; Festl 2021).

4. Gestaltungsimpuls: Ein Making-of der Nähe erstellen: Die Lernenden rekonstruieren die vermutete Herstellung eines Beitrags mit ausgeprägter Näheinszenierung als kommentiertes Storyboard oder kurzes Making-of. Sie markieren Entscheidungen zu Kameraperspektive, Setting, Körpersprache, Ansprache, Schnitt, Musik und Caption und machen so die Gestaltung hinter einem scheinbar unmittelbaren Medienauftritt sichtbar.

   Im Vergleich mit dem Ausgangsbeitrag reflektieren die Lernenden, welche Elemente zunächst spontan oder authentisch wirkten und wie Produktionsentscheidungen dieses Urteil prägen. Zudem prüfen sie, ob die Konzentration auf die Person strukturelle, institutionelle oder kollektive Dimensionen des Nachhaltigkeitsproblems verdeckt.

   Die produktive Rekonstruktion verbindet Lernen mit, durch und über Medien mit der Reflexion eigener Wahrnehmung und macht Produktionsbedingungen medialer Wirklichkeitskonstruktion sichtbar (vgl. Autenrieth/Nickel 2023; Bröckling 2025; Payrhuber 2024).

Reflexive politische Medienbildung im Kontext von BNE soll Lernende dazu befähigen, inszenierte Nähe nicht abzuwerten, sondern zu analysieren und affektive Plausibilität sowie politische Begründung aufeinander zu beziehen und voneinander zu unterscheiden.

Macht

Ent- und Repolitisierung dienen hier nicht als normative Bewertung, sondern als Analysefolie für Konflikt, Verantwortung und politische Handlungsmöglichkeiten. Die folgenden Ebenen adressieren systemisches, strategisches und normatives Denken (vgl. Rieckmann 2018) sowie integrativ-, moralisch- und partizipativ-soziale Medienkompetenz (vgl. Festl 2021):

1. Modi politischer Sichtbarkeit analysieren – Macht rekonstruieren:

   Digitale Macht zeigt sich auch in der Herstellung und Verteilung von Sichtbarkeit (vgl. Annaki et al. 2025):

   a. Wie wird Konflikt organisiert – z. B. moderiert, antagonistisch zugespitzt oder individualisiert?
   b. Wer wird als handlungsfähig dargestellt – Institutionen, Kollektive oder Einzelne?
   c. Wer kommt in dem Beitrag nicht zu Wort? Welche Sichtweisen oder Erfahrungen fehlen?

   Damit wird Sichtbarkeit als Bedingung von Deutungsmacht reflektiert.

2. Ent- und Repolitisierung unterscheiden:

   Analysiert werden Technokratisierung, Totalisierung und Szientifizierung sowie Individualisierung (vgl. August/Westphal 2024; Merkel 2021; Swyngedouw 2022):

   a. Wird ein strukturelles Problem als technische oder administrative Aufgabe dargestellt, statt als politischer Konflikt?

b. Wird eine Entscheidung so dargestellt, als gäbe es keine sinnvolle Alternative? Welche anderen Interessen, Ziele und Lösungsmöglichkeiten werden dadurch ausgeschlossen?
c. Wird die Lösung des Problems vor allem im individuellen Konsum oder in persönlichen Lebensstiländerungen gesehen?

Dies verbindet normative Problemlösekompetenz (vgl. Rieckmann 2018) mit moralisch-sozialer Medienkompetenz (vgl. Festl 2021) und hält demokratische Konflikthaftigkeit sichtbar (vgl. Vare/Scott 2007).

3. Politische Wirksamkeitsebenen reflektieren:
Lernende prüfen:
a. Wird politische Wirksamkeit individuell, kollektiv oder institutionell verortet?
b. Welche Möglichkeiten werden gezeigt, selbst, gemeinsam mit anderen oder über politische Institutionen etwas zu verändern?
c. Werden persönliches Handeln, gemeinsames Engagement und politische Entscheidungen miteinander verbunden – oder wird nur eine Möglichkeit betont?

Dies adressiert strategische Kompetenz und systemisches Denken (vgl. Rieckmann 2018).

4. Gestaltungsimpuls: Ent- und Repolitisierung medial gestalten und vergleichen
Die Lernenden wählen einen Beitrag, der ein Nachhaltigkeitsproblem technokratisiert, moralisierend oder wissenschaftlich alternativlos rahmt oder auf individuelles Verhalten verengt. Sie rekonstruieren sichtbare und ausgeblendete Konflikte, Akteur*innen, Alternativen und Wirksamkeitsebenen und gestalten anschließend eine Fassung, die Interessen, Entscheidungsalternativen und kollektive oder institutionelle Handlungsmöglichkeiten sichtbar macht. Im Vergleich prüfen sie, wie beide Fassungen Verantwortlichkeit, Handlungsmacht und demokratische Aushandlung organisieren – und ob die Neufassung Offenheit schafft oder durch Polarisierung, Moralisierung oder neue Alternativlosigkeit erneut Schließungen erzeugt.

Die Aufgabe verbindet systemische und normative Analyse (vgl. Rieckmann 2018) mit medialer Gestaltung und der Reflexion ihrer Folgen (vgl. Autenrieth/Nickel 2023). Zugleich stärkt sie Artikulationsfähigkeit und partizipativ-soziale Medienkompetenz, indem Sichtbarkeit und politische Handlungsmöglichkeiten gezielt verändert und begründet werden (vgl. Bröckling 2025; Festl 2021).

Die Impulse zielen darauf, Bedingungen medialer Plausibilisierung zu rekonstruieren, die eigene Positionierung zu reflektieren und alternative Deutungs- und Sichtbarkeitsangebote begründet zu gestalten. Nachhaltigkeit erscheint so nicht nur als normativ gebotene Zielsetzung, sondern in ihrer gesellschaftlichen Ausgestaltung als demokratischer Konflikt- und Gestaltungsraum.

6. Fazit

Ziel des Beitrags war nicht die Bewertung einzelner Nachhaltigkeitspositionen, sondern die analytische Sichtbarmachung medialer Bedeutungspraktiken und ihrer Ambivalenzen. Für eine reflexive politische Medienbildung im Kontext von Bildung für nachhaltige Entwicklung

bedeutet dies, Ambivalenzen nicht zu glätten, sondern produktiv zu machen: Wie können Lernende politisch inszenierte Nachhaltigkeitskommunikation als gestaltete Wirklichkeit erkennen, begründet einordnen und sich handlungs- und urteilsfähig in gesellschaftliche Aushandlungen nachhaltiger Zukunftsfragen einbringen? Die vorgeschlagenen Reflexions- und Gestaltungsimpulse konturieren eine spezifische Kompetenzfacette: Nachhaltigkeitskommunikation in digitalen Öffentlichkeiten zu analysieren, zu beurteilen und begründet mitzugestalten. Sie konkretisieren das Zusammendenken der BNE-Kompetenzen nach Rieckmann (2018) und der sozialen Medienkompetenz nach Festl (2021) am empirischen Gegenstand. Zugleich erweitern sie diesen Zugriff um die systematische Analyse von Sichtbarkeitsstrategien, Authentizitätsinszenierungen und Verantwortungsnarrativen. Damit schließt der Beitrag an die in diesem Heft diskutierten Fragen nach Widersprüchen, Dilemmata und Machtverhältnissen in einer Kultur der Digitalität an und zeigt, wie reflexive politische Medienbildung diese Ambivalenzen zum Gegenstand von Analyse, Urteil und Gestaltung machen kann.

Literatur

Abidin, Crystal (2020): Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. In: Cultural Science Journal, 12 (1), pp. 77–103.

Adeeb, Rana Ali/Mirhoseini, Mahdi (2023): The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media: A Systematic Review. In: Social Sciences, 12 (674). doi.org/10.3390/socsci12120674.

Alinejad, Donya/Honari, Ali (2024): Online politicizations of science: Contestation versus denialism at the convergence between COVID-19 and climate science on Twitter. Public Understanding of Science, 33 (4), pp. 396–413. doi.org/10.1177/09636625231216054.

Annaki, Fouad/Ouassou, Sara/Igamane, Saad (2025): Visibility and Influence in Digital Social Relations: Towards a New Symbolic Capital? In: African Scientific Journal, 03 (29), pp. 796–820. doi.org/10.5281/zenodo.15364096.

August, Vincent/Westphal, Manon (2024): Theorizing democratic conflicts beyond agonism. Theory and Society, 53 (5), S. 1119–1149. Springer Netherlands. doi.org/10.1007/s11186-024-09565-4.

Autenrieth, Daniel/Nickel, Stefanie (2023): Transformationsprozesse und der Aufbau von (medialer) Gestaltungskompetenz zur nachhaltigen Entwicklung in Bildungsprozessen. In: MedienPädagogik, 52, S. 108–128. doi.org/10.21240/mpaed/52/2023.02.06.X.

Baacke, Dieter (1998): Medienkompetenz: Herkunft, Reichweite und strategische Bedeutung eines Begriffs. In: Kubicek, Herbert (Hrsg.): Lernort Multimedia. Heidelberg: v. Decker, S. 22–27.

Bettinger, Patrick/Jörissen, Benjamin (2022): Medienbildung. In: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer VS, S. 81–93. doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9_10.

Bröckling, Guido (2025): Kritisch-reflexive Medienkompetenzförderung für alle. Kulturelle Bildung online. doi.org/10.25529/33qx-y710.

Damaschke, Saskia/Freudl, Vanessa/Görsch, Patricia/Marko, Louisa/Sandke, Noa (2024): Emotionality and fact orientation in environmental activism: A comparative content analysis of the communication of Fridays for Future and the Last Generation on Instagram. In: Godulla, Alexander/Buller, Christopher/Freudl, Vanessa/Merz, Isabel/Twittenhoff, Johanna/Winkler, Jessica/Zapke, Laura (Eds.): The Dynamics of Digital Influence: Communication Trends in Business, Politics and Activism. Leipzig, pp. 124–144. nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-94741-6.

Dander, Valentin (2023): Politische Medienbildung und Netzpolitik. Eine Re-Aktualisierung des „Diskurses der Informationsgesellschaft". In: Medienimpulse, 61 (4), S. 1–26. doi.org/10.21243/mi-04-23-16.

Dander, Valentin (2024): Politische Medienbildung als zeitgemäße Demokratiebildung. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 53 (4), S. 44–47. bwp-zeitschrift.de/dienst/publikationen/de/19985.

De Haan, Gerhard (2008): Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann, Inka/Haan, Gerhard de (Hrsg.): Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung: Operationalisierung, Messung, Rahmenbedingungen, Befunde. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 23–43.

Dick, Mirjam (2026): Die Inszenierung des Wahren, Echten, Unverstellten: Politische Medienbildung im Spannungsfeld zwischen Authentizität, Inszenierung und Wahrheit. In: Zeitschrift der Gesellschaftswissenschaften, 1, S. 52–69.

Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages (1998): Konzept Nachhaltigkeit: Vom Leitbild zur Umsetzung (BT-Drs. 13/11200). drucksachen.bundestag.de/drucksachen/index.php.

Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43 (4), pp. 51–58. doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.

Ferreira, Carlos H.G./Murai, Fabricio/Silva, Ana, P.C/Jussara, M. Almeida/ Trevisan, Martin/Vassio, Luca/Mellia, Marco/Drago, Idilio (2021): On the dynamics of political discussions on Instagram: A network perspective. In: Elsevier Online Social Networks and Media, 25, 100155. doi.org/10.1016/j.osnem.2021.100155.

Festl, Ruth (2021): Soziale Medienkompetenz von Jugendlichen: Zur Rolle von Wissen, Motivation und Fähigkeiten für ein sozial kompetentes Handeln online. In: Psychologie in Erziehung und Unterricht, 68 (1), S. 58–73. doi.org/10.2378/peu2021.art04d.

Fischer, Daniel (2019): Nachhaltigkeitskommunikation. In: Kluwick, Ursula/Zemenek, Evi (Hrsg.): Nachhaltigkeit interdisziplinär. Konzepte, Diskurse, Praktiken. Stuttgart: utb, S. 51–69.

Galeazzi, Alessandro/Paudel, Pujan/Conti, Mauro/De Cristofaro, Emiliano/Stringhini, Gianluca (2025): Revealing the secret power: How algorithms can influence content visibility on Twitter/X. In: arXiv. doi.org/10.48550/arXiv.2410.17390.

Gapski, Harald (2024): Politische Medienbildung. In: Bundeszentrale für politische Bildung. bpb.de/lernen/bewegtbild-und-politische-bildung/556870/politische-medienbildung.

Gounaridis, Dimitrios/Newell, Joshua P. (2024): The social anatomy of climate change denial in the United States. Sci Rep, 14 (2097), pp. 1–12. doi.org/10.1038/s41598-023-50591-6.

Grünberger, Nina (2021): Postkolonial post-digital: Forschungsfelder und Anschlussstellen für die Medienpädagogik durch eine postkoloniale Perspektive auf eine Post-Digitalität. In: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, 16, S. 211–229. doi.org/10.21240/mpaed/jb16/2021.02.25.

Grunwald, Armin/Kopfmüller, Jürgen (2022): Nachhaltigkeit. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Haastrup, Helle K. (2022): Personalising climate change on Instagram: Self-presentation, authenticity, and emotion. MedieKultur: Journal of Media and Communication Research, 38 (72), pp. 65–85. doi.org/10.7146/mk.v38i72.129149.

Hans, Barbara (2017): Inszenierung von Politik: Zur Funktion von Privatheit, Authentizität, Personalisierung und Vertrauen. Wiesbaden: Springer VS.

Haskamp, Thomas (2024): Beziehungen zwischen BNE- und Medien-Kompetenzen: Eine Repertory-Grid-Analyse. In: Maurer, Björn/Rieckmann, Marco/Schluchter, Jan-René (Hrsg.): Medien – Bildung – Nachhaltige Entwicklung: Inter- und transdisziplinäre Diskurse. Weinheim, Basel: Beltz Juventa, S. 110–125. doi.org/ 10.25656/01:30211; 10.3262/978-3-7799-7627-1.

Hettinger, Jochen (2024): Sichtbarkeit, Öffentlichkeit und digitale Souveränität. In: Eder, Sabine/Güneşli,

Habib/Hillen, Renate/Wegener, Claudia/Wienhold, Rebecca (Hrsg.): Un|Sichtbarkeiten? Medienpädagogik, Intersektionalität und Teilhabe. München: kopaed, S. 1–15. gmk-net.de/wp-content/uploads/2024/10/gmk60_hettinger.pdf.

Hofmann, Riikka/Paavola, Sami/Rainio, Anna Pauliina (2024): Abductive methodology: Opening the mystery of generating theory through qualitative inquiry in practice settings. In: Spišák, Sanna (Ed.): Participation, collaboration and co-creation: Qualitative inquiry across and beyond divides, pp. 74–83. Helsinki: University of Helsinki.

IPCC (2023): Climate Change 2023: Synthesis Report. Intergovernmental Panel on Climate Change. doi.org/10.59327/IPCC/AR6-9789291691647.

Kelle, Udo/Kluge, Susann (2010): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. doi.org/10.1007/978-3-531-92366-6.

Kenny, John/Larner, Jac/Lewis-Beck, Michael (2021): Candidate authenticity and the Iowa caucus. In: Electoral Studies, 73, 102390. doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102390.

Kirchmeier, Christoph (2022): Das neue Schauspiel der Politik: Kommunikation und Inszenierung von Politikern. In: Forschung & Lehre, 29 (7), S. 534–536. forschung-und-lehre.de/zeitfragen/das-neue-schauspiel-der-politik-4864.

Kuckartz, Udo/Rädiker, Stefan (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim/Basel: Beltz Juventa.

Lee, Eun-Ju/Lee, Hye-Yon/Choi, Sukyoung (2020): Is the message the medium? How politicians' Twitter blunders affect perceived authenticity of Twitter communication. In: Computers in Human Behavior, 104, pp. 1–11.

Li, Qiuan (2023): Post-truth and social media: Distinctive narrative ecologies for social platforms with targeted users. ICEIPI, pp. 106–120. doi.org/10.54254/2753-7048/3/2022475.

Lübke, Simon M. (2021): Political authenticity: Conceptualization of a popular term. In: The International Journal of Press/Politics, 26 (3), S. 635–653. doi.org/10.1177/1940161220948013.

Lübke, Simon M./Steffan, Dennis (2025): Pathway to Authenticity? The Influence of Politicians' Gender and Multimodal Self-Presentation in Social Media on Perceived Authenticity. In: New Media & Society, 27 (4), S. 2373–2392. doi.org/10.1177/14614448231208920.

Luhmann, Niklas (1990): Paradigm lost: Über die ethische Reflexion der Moral. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Meireis, Thorsten (2019): Ethik. In: Kluwick, Ursula/Zemenek, Evi (Hrsg.): Nachhaltigkeit interdisziplinär: Konzepte, Diskurse, Praktiken. Köln: Böhlau Verlag, S. 279–294.

Merkel, Wolfgang (2021): Neue Krisen: Wissenschaft, Moralisierung und die Demokratie im 21. Jahrhundert. Aus Politik und Zeitgeschichte: Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 71, (26–27), S. 4–11. nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-104513-3.

Montgomery, A. Wren/Lyon, Thomas P./Barg, Julian (2023): No end in sight? A greenwash review and research agenda. Organization & Environment, 37(2), pp. 221–256. doi.org/10.1177/10860266231168905.

Müller, Stefan (2021): Reflexivität in der politischen Bildung. Untersuchungen zur sozialwissenschaftlichen Fachdidaktik. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag.

Neuberger, Christoph/Bartsch, Anne/Fröhlich, Romy/Hanitzsch, Thomas/Reinemann, Carsten/Schindler, Johanna (2023): The digital transformation of knowledge order: a model for the analysis of the epistemic crisis. In: Annals of the International Communication Association, 47 (2), pp. 180–201. doi.org/10.1080/23808985.2023.2169950.

Neumann, Dominik/Rhodes, Nancy (2024): Morality in social media: A scoping review. In: New Media & Society, 26 (2), pp. 1096–1126. doi.org/10.1177/14614448231166056.

Niesyto, Horst/Schluchter, Jan-René (2025): Digitaler Kapitalismus und sozial-ökologische (Nicht)Nachhaltigkeit – Perspektiven auf eine kritisch-reflexive Medienbildung. In: Medienimpulse, 63 (4), S. 1–57. doi.org/10.21243/mi-04-25-22.

Papacharissi, Zizi (2014): Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford: Oxford University Press. doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001.

Payrhuber, Andrea (2024): Bildung im Bereich der BNE unter Berücksichtigung von Medienkompetenz und Werthaltungen der Akteur:innen. In: Maurer, Björn/Rieckmann, Marco/Schluchter, Jan-René (Hrsg.): Medien – Bildung – Nachhaltige Entwicklung. Inter- und transdisziplinäre Diskurse. Weinheim, Basel: Beltz Juventa, S. 243–258. doi.org/10.3262/978-3-7799-7627-1.

Pillow, David R./Crabtree, Meghan A./Galvan, Manuel J./Hale, Willie J. (2018): Not simply in the eye of the beholder: Authenticity as a product of candidate preference and unfettered speech. In: Political Psychology, 39 (4), pp. 849–868. doi.org/10.1111/pops.12440.

Raworth, Kate (2017): A doughnut for the Anthropocene: Humanity's compass in the 21st century. In: The Lancet Planetary Health, 1 (2), pp. e48–e49.

Reckwitz, Andreas (2019): Das Ende der Illusionen. Berlin: Suhrkamp.

Richardson, Katherine et al. (2023): Earth beyond six of nine planetary boundaries. Sci. Adv., 9 (eadh2458). doi.org/10.1126/sciadv.adh2458.

Rieckmann, Marco (2018): Learning to transform the world: Key competencies in Education for Sustainable Development. In: Leicht, Alexander/Heiss, Julia/Byun, Won Jung (Eds.): Issues and Trends in Education for Sustainable Development. Paris: UNESCO, pp. 39–59. doi.org/10.54675/YELO2332.

San Cornelio, Gemma/Martorell, Sandra/Ardèvol, Elisendra (2024). "My goal is to make sustainability mainstream": Emerging visual narratives on the environmental crisis on Instagram. In: Frontiers in Communication, 8, 1265466. doi.org/10.3389/fcomm.2023.1265466.

Sarcinelli, Ulrich (2002): Politische Inszenierung/Symbolische Politik. In: Greiffenhagen, Martin/Greiffenhagen, Sylvia/Neller, Katja (Hrsg.): Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 370–379. doi.org/10.1007/978-3-322-80358-0_68.

Severin-Nielsen, Majbritt K. (2024): Parliamentarians' media practices in a hybrid media environment: A mixed-methods study of media strategies and behaviors in Danish politics. Aalborg University Open Publishing. doi.org/10.54337/aau763297379.

Shim, David (2024): Personalising climate change – How activists from Fridays for Future visualise climate action on Instagram. In: Humanities and Social Sciences Communications, 11 (1). doi.org/10.1057/s41599-024-03556-7.

Sorensen, Lone/Krämer, Benjamin (2024): The shift to authenticity: a framework for analysis of political truth claims. In: Communication Theory, 34 (3), pp. 118–129. doi.org/10.1093/ct/qtae013.

Stanyer, James (2022): Authenticity in politics and political communication research: Analytic concept and political issue. In: Heřmanová, Marie/Skey, Michael/Thurnell-Read, Thomas (Eds.): Cultures of authenticity. Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 265–272. doi.org/10.1108/978-1-80117-936-220221020.

Stoltenberg, Ute (2010/2020): Kultur als Dimension eines Bildungskonzepts für eine nachhaltige Entwicklung. In: Kulturelle Bildung Online. kubi-online.de/artikel/kultur-dimension-eines-bildungskonzepts-nachhaltige-entwicklung.

Swyngedouw, Erik (2013): The non-political politics of climate change. In: ACME, 12(1), pp. 1–8.

Swyngedouw, Erik (2022): The unbearable lightness of climate populism. In: Environmental Politics. doi.org/10.1080/09644016.2022.2090636.

Timmermans, Stefan/Tavory, Iddo (2012): Theory construction in qualitative research: From

grounded theory to abductive analysis. In: Sociological Theory, 30 (3), pp. 167–186. doi.org/10.1177/0735275112457914.

Tulodziecki, Gerhard/Herzig, Bardo/Grafe, Silke (2021): Medienbildung in Schule und Unterricht. Grundlagen und Beispiele. Bad Heilbrunn: Klinkhardt/UTB.

UNESCO (2021): Education for sustainable development: A roadmap. UNESCO Publishing. doi.org/10.54675/YFRE1448.

Vare, Paul/Scott, William (2007): Learning for a change: Exploring the relationship between education and sustainable development. Journal of Education for Sustainable Development, 1(2), pp. 191–198. doi.org/10.1177/097340820700100209.

Vereinte Nationen (2015): Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung. www.rgre.de/fileadmin/user_upload/pdf/kez/beschluesse/2030-Agenda_Nachhaltige-Entwicklung.pdf.

Vila-Henninger, Luis et al. (2024): Abductive Coding: Theory Building and Qualitative (Re)Analysis. In: Sociological Methods & Research, 53 (2), pp. 968–1001. doi.org/10.1177/00491241211067508.

Wals, Arjen/Corcoran, Peter (Eds.) (2012): Learning for sustainability in times of accelerating change. Academic Publishers. Wageningen. doi.org/10.3920/978-90-8686-757-8.

Weiser, Melanie/Fröhlich, Paulina/Jost, Pablo/Fecher, Hannah (2025): How to sell democracy online (fast). Bertelsmann Stiftung et al. (Hrsg). Berlin: Das Progressive Zentrum e.V. doi.org/10.5281/zenodo.17098386.

World Commission on Environment and Development (WCED) (1987): Our Common Future. Oxford: Oxford University Press.

Wüschner, Philipp (2019): The internet is dead – Long live the internet: Soziale Medien und idiosynkratisches Aufbegehren. In: Mühlhoff, Rainer/Breljak, Anja/Slaby, Jan (Hrsg.): Affekt Macht Netz. Auf dem Weg zu einer Sozialtheorie der digitalen Gesellschaft. Bielefeld: transcript, S. 247–268. doi.org/10.14361/9783839444399-011.

Ylä-Anttila, Tuukka (2023): Comparative moral principles: Justification, values, and foundations. In: Humanities & Social Sciences Communications, 10, 199, pp. 1–10. doi.org/10.1057/s41599-023-01684-0.

Tabelle 2: Übersicht verwendeter Hilfsmittel

Hilfsmittel	Einsatzform	Betroffene Teile des Beitrags	Bemerkungen
ChatGPT	Strukturierungsvorschläge	Kap. 2 und 5	Nicht in Gänze übernommen; deutl. Anpassungen und Ergänzungen vorgenommen.
ChatGPT	Formulierungsvorschläge und Überarbeitung für einzelne Textpassagen	Kap. 2 und 3	Vorschläge von ChatGPT stark überarbeitet und an Quellen überprüft sowie Quellen hinzugefügt.
ChatGPT	Lektorat	Ganzer Text	
Elicit	Literaturrecherche	Theorieteil	
MAXQDA	Qualitative Datenanalyse	Empirischer Teil	

Tabelle 3: Zitierte Social-Media-Beiträge

Autor*innenkürzel_ Datum der Veröffentlichung (JahrMonatTag)	Link	Letzter Zugriff
CS_2025_11_20	www.instagram.com/p/DRRfdE9jfvY/?img_index=2	17.02.2026
CS_2025_11_23	www.instagram.com/p/DRZNc8TkXFH/	17.02.2026
CS_2026_01_28	www.instagram.com/p/DUD3aYnjR2J/	17.02.2026
LN_2025_11_03	www.instagram.com/p/DQm2Ro7jImP/?img_index=5	17.02.2026
LN_2025_12_06	www.instagram.com/p/DR632wTDCzy/?img_index=20	17.02.2026
LN_2025_12_13	www.instagram.com/p/DSNIkZTjNQR/	17.02.2026
LN_2026_01_01	www.instagram.com/p/DS-lj3_Dypj/	18.02.2026
LN_2026_01_26	www.instagram.com/p/DT-fWvuDgXL/	18.02.2026
MB_2025_11_02	www.instagram.com/p/DQlVRMtiqjA/	18.02.2026
MB_2025_12_31	www.instagram.com/p/DS6uWs9is-P/?img_index=10	18.02.2026
MB_2026_01_08	www.instagram.com/p/DTPSunaCvXp/?img_index=8	18.02.2026

Legende: CS = Carsten Schneider, LN = Luisa Neubauer, MB = Marisa Becker

Informationen zur Autorin



Dr. Mirjam Dick ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Fachdidaktik Deutsch an der Universität Regensburg und Doktorandin am Lehrstuhl für das Politische System der Bundesrepublik und Politische Bildung der Universität Passau. Sie forscht und arbeitet u. a. an Querschnittsthemen wie Interdisziplinarität und Vernetzung, Digitalisierung, Bildung für nachhaltige Entwicklung und politische Bildung und koordiniert aktuell ein PISA-Offensive-Bayern-Projekt in Kooperation mit dem Staatsministerium für Unterricht und Kultus, dem Institut für Schulqualität und Bildungsforschung und der Akademie für Lehrerfortbildung und Personalführung.

Mirjam.Dick@ur.de

Zitationshinweis:
Dick, Mirjam (2026): Zwischen Moral, Nähe und Macht. Wie politische Akteur*innen Nachhaltigkeit inszenieren – eine explorative Analyse digitaler Öffentlichkeiten. In: *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik – LBzM*, 26, S. 1–36. doi.org/10.21240/lbzm/26/04.