Der Auftritt von Friedrich Merz bei *Instagram* erinnert an die Kommunikation der „Aktuellen Kamera“ in der DDR. Die Realität findet bei den Social-Media-Kanälen des Bundeskanzlers in den Kommentarspalten statt. Von **Dirk Engelhardt**.

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

https://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/260630_Der_Bundeskanzler_steht_auf_Instagram_fuer_ein_starkes_Deutschland_und_2_8_Millionen_folgen_ihm_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Wer bis 1990 in Ostdeutschland lebte, kennt sie: die Aktuelle Kamera, die Nachrichtensendung, die jeden Abend im Fernsehen der DDR lief. Sie war sogar die älteste Nachrichtensendung Deutschlands, denn sie war fünf Tage vor der Tagesschau gestartet. Sie war nicht unbedingt ausgewogen; der Chefredakteur wurde von der Agitationskommission des ZK der SED angeleitet. Die Realität des Lebens, darin ist man sich heute weitgehend einig, wurde von der Aktuellen Kamera nur sehr bedingt wiedergegeben.

Vor allem die Sprache war es, die viele Zuschauer von jener Nachrichtensendung abschreckte:

> *„Die Hauptaufgabe des Fünfjahresplans besteht in der weiteren Erhöhung der Fähigkeiten und Talente der Arbeiterklasse und aller Werktätigen….” Oder: „Mit hohen Leistungen und schöpferischer Initiative wurde die planmäßige Steigerung der Arbeitsproduktivität gesichert und ein wichtiger Beitrag zur erfolgreichen Verwirklichung der Beschlüsse des XI. Parteitages der SED geleistet.“*

Das war politische Kommunikation, die weniger informieren als überzeugen wollte.

Doch die Aktuelle Kamera hat einen Nachfolger gefunden. #bundeskanzler heißt die Sendung, sie läuft nonstop auf *Instagram* und hat tatsächlich rund 2,8 Millionen Folgende, auch Follower genannt. Jeden Tag sind dort Fotos und kurze Videos zu sehen, in denen immer der Bundeskanzler die Hauptrolle spielt.

Die Bildsprache folgt einem klaren Muster. Auf jedem dieser Fotos ist der Bundeskanzler gut ins Licht gesetzt und fast immer umgeben von ehrfürchtig lächelnden Menschen, die

ihm sichtlich erfreut die Hand schütteln. Manchmal sind dabei auch ernst schauende Soldaten im Hintergrund, Friedrich Merz ist schließlich ein Staatsmann.

In was für einem Land wollen wir eigentlich leben, fragt der Bundeskanzler, um die Antwort darauf im nächsten Satz zu geben:

> *„Für mich ist die Antwort klar: in einem Land, in dem sich Mut wieder lohnt. In dem Leistung anerkannt wird und in dem wir gut miteinander klarkommen.“*

Die Phrasen gehen dann im gleichen Stil weiter über die Themen Frieden, Sicherheit, Arbeitsplätze und das Rentensystem. Das Social-Media-Team des Bundeskanzleramtes, sicherlich ein ganzes Büro voller hochqualifizierter Leute, leistet dazu ganze Arbeit und zeigt den Bundeskanzler in Hochglanzfotos im grauen Anzug mit weißem Hemd und rot gemusterter Krawatte, wie er ein Bad in der Menge nimmt, wobei die Menschen ihm aufmerksam zulächeln. Ein sympathischer junger Mann in Großaufnahme streckt sogar den Daumen nach oben, ein Zeichen, das international verstanden wird.

Auffällig ist die Diskrepanz zwischen Reichweite und Resonanz: Das Foto hat rund 1.900 Likes, bei 2,8 Millionen Followern eine verschwindend kleine Menge.

Noch prekärer wird es dann allerdings in den Kommentarspalten. „Treten Sie endlich zurück!“ oder „Lassen Sie unsere Kinder in Ruhe“, sind noch die höflicheren Kommentare. „Schämen Sie sich, all dieser Dreck, den Sie als gute Ideen abstempeln. Tun sie der Bevölkerung einen Gefallen und verschwinden Sie endlich“, schreibt eine Nutzerin.

Tatsächlich sind bei den mehr als 600 Kommentaren so gut wie keine positiven Wertungen auffindbar.

Das Foto, das Friedrich Merz zeigt, als er Donald Trump ein Fußballhemd zum Geburtstag schenkt, haben immerhin 41.000 Nutzer gelikt, dazu gab es fast 5.000 Kommentare. Hier lässt sich das Social-Media-Team des Kanzleramtes immerhin herab, auf neutral gestellte Fragen zu antworten. „Warum 47?“, fragt ein Nutzer, worauf ihm erklärt wird, dass die Rückennummer 47 sich darauf bezieht, dass Donald Trump der 47. Präsident der USA sei. Auf Kommentare wie „Ein Buch, in dem das Völkerrecht erklärt wird, wäre auch ne gute Idee gewesen …“ erhalten die Nutzer indes keinerlei Antwort. Ebensowenig wie auf den am häufigsten gelikten Kommentar:

> *„Dass sich unser Bundeskanzler im selben Team wie Trump sieht, sollte uns spätestens jetzt Angst machen.“*

Ein Kommentator ist besonders eifrig und schreibt fast täglich den gleichen Kommentar und droht an, „bis zu seinem Rücktritt“ weiterzumachen. „Warum gehen Sie nicht auf die Umfragewerte von Herrn Merz ein? Er selbst hat gegenüber Scholz eine Aussage getroffen, die er nun auch in die Tat umsetzen müsste …“ Er bezieht sich auf ein Zitat von Friedrich Merz aus dem Jahr 2024, als Merz dem Kanzler „mit derart niedrigen Umfragewerten“ riet, dass er den Anstand haben sollte, zurückzutreten.

Auf jene Kommentare antwortet das Social-Media-Team nicht. Überhaupt, und damit ist eine weitere Parallele zur Aktuellen Kamera hergestellt, klammert der Instagram-Auftritt von Merz eine breite Palette von Themen aus, die den Kanzler aller Voraussicht nach in ein ungünstiges Licht rücken würden. Dazu zählen Streitigkeiten in der Koalition, die jeden Tag neue Facetten zeigen, steigende Armut in Deutschland, steigende Zahl der Multimillionäre, Wohnungsnot, prekäre Beschäftigung, hohe Energiepreise, stark steigende Insolvenzen, stark fallende Geburtenzahlen, Kürzungen im Kulturbereich, schwache Zahlen zur Bildung und Schule, um nur einige Punkte zu nennen. Auch Kritik an Regierungsentscheidungen, die in diesen Tagen von einer breiten Masse thematisiert wird, kommt beim Kanzler auf *Instagram* praktisch nicht vor.

Gerne zeigt sich Merz dagegen mit Soldaten der Bundeswehr. Dazu textet die Social-Media-Redaktion kernige Bildunterschriften wie:

> *„Digital, schlagkräftig und bereit. Das ist die Bundeswehr der Zukunft – eine starke Truppe.“*

Hier muss der Kanzler auf den Fotos auch nicht lächeln, sondern staatsmännisch auf das „Schlachtfeld“ blicken. Doch auch dies gefällt den Kommentatoren nicht: „Weg mit Ihnen!“ oder ironisch: „Wissen Sie, was auch stark wäre: Die Vertrauensfrage!“, ist unter dem Beitrag zu lesen. Weil das Thema Bundeswehr auffallend häufig auf *Instagram* thematisiert wird, ließ sich ein Kommentator zu der Bemerkung „Krieg, Krieg, Krieg … Ich höre und lese nichts anderes mehr. Die Regierung scheint ja richtig scharf auf einen bewaffneten Konflikt zu sein“ hinreißen. Auch hier keine Antwort.

„Aus Sachsen-Anhalt kommen großartige Impulse für die Zukunft unseres Landes“, schreibt das Social-Media-Team, doch die Kommentare wissen es besser: „38% für die AfD in

Sachsen-Anhalt, und der Kanzler postet hier diesen völligen Nonsense …“

Auch auf *TikTok* ist der Bundeskanzler vertreten, wenn auch „nur“ mit 747.000 Followern. Einer der reichweitenstärksten Posts war hier ein Videotelefonat des Kanzlers mit der deutschen Fußball-Nationalmannschaft. Meistgelikter Kommentar:

> *„Bitte lass die Spieler in Ruhe!“*

In den digitalen Medien entsteht ein Kommunikationsraum, in dem vor allem die gewünschte Selbstdarstellung der Regierung sichtbar wird. Die kritischen Reaktionen der Nutzer sind zwar öffentlich lesbar, fließen aber praktisch nicht in die Kommunikation ein.

Welchen Betrag das Bundeskanzleramt für *Instagram* ausgibt, ist nicht näher bekannt. Insgesamt hatte das Bundeskanzleramt für 2025 einen Etat von 240 Millionen Euro. Die Zahl der Wähler in Deutschland, die dem Bundeskanzler nicht unbedingt zugetan ist, ist dagegen bekannt. Die Frage ist: Werden sie mit dem digitalen Auftritt des Bundeskanzlers umgestimmt? Oder wirkt er gar kontraproduktiv?

Titelbild: Screenshot/Instagram