

Vorwort	V
Warum sich eine Auseinandersetzung mit Instagram für Museen lohnt	1
Visuelle Kommunikation in der Welt der Bilder	5
Forschungsstand	9
Hinführung zur Forschungsfrage	19
Zeitraum und Quellenkritik	25
Neues Interesse am bewegten Bild	27
Ephemerer Content: das Story-Format	30
Zur (visuellen) Inhaltsanalyse	33
Zur Methode: die kombinierte visuell-pragmatische Inhaltsanalyse	41
Forschungsfrage und Hypothese(n)	41
Datenkorpus/Anwendungsbereich	41
Visuelle Analysekategorien	43
Pragmatische Analysekategorien	46

Ergebnisse der Studie	51
Bildungsarbeit	56
Exkurs: Ausstellbarkeit von Geschichte	58
Das Museumsobjekt im virtuellen und physischen Raum	61
Marketing	70
Partizipation	75
Exkurs: Das Museum im Kontext seines Gebäudes	81
Netzwerken	88
Socialising	94
Schlussbetrachtung	99
Quellen- und Literaturverzeichnis	105
Quellen	105
Literatur	106