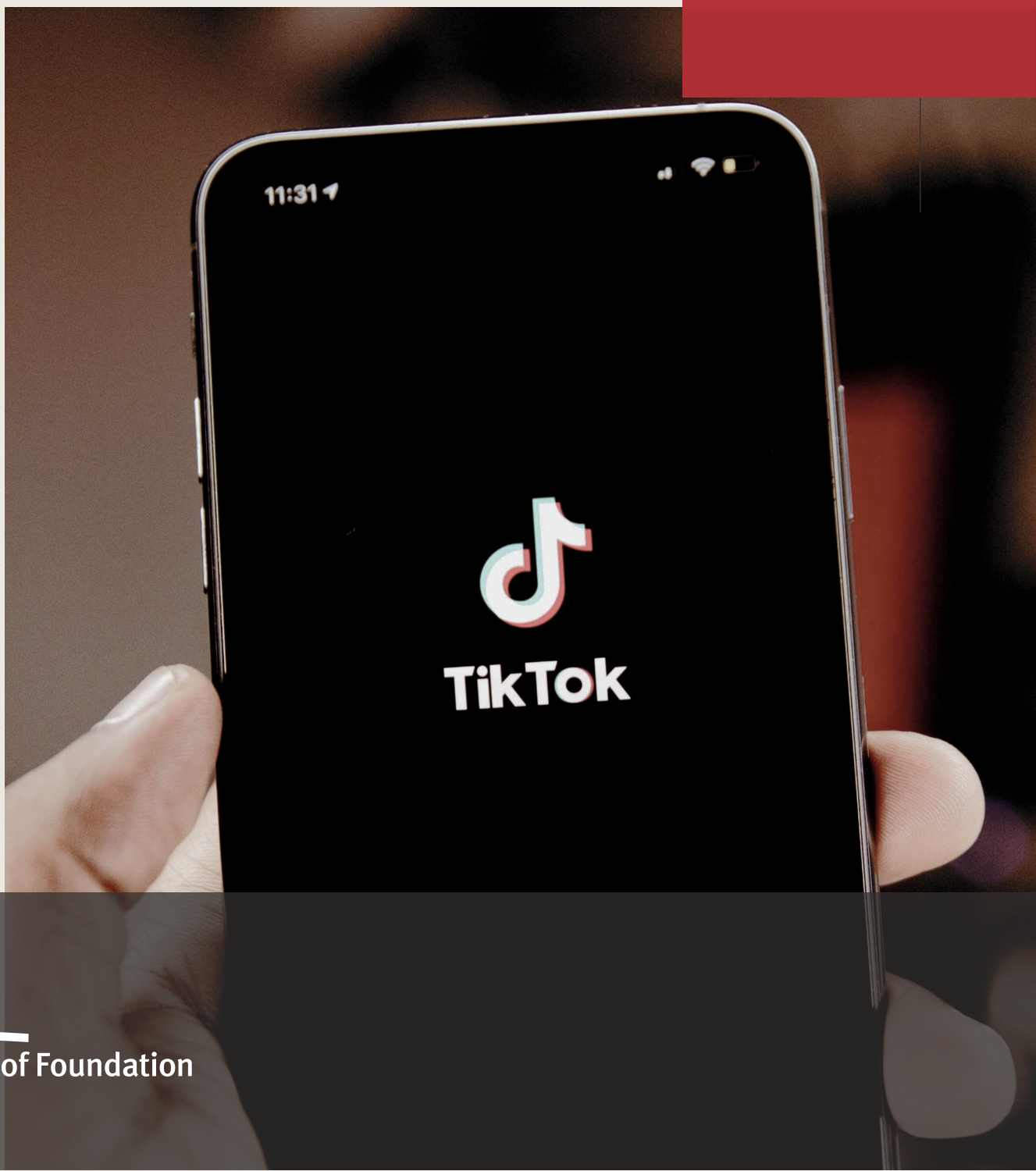


Swipen, liken, täuschen?

Tilman Papesch
Michaela Glaser

RESEARCH REPORT

Demokratie- und menschenfeindliche
Ansprachen auf TikTok und demokratische
Gegenstrategien



ÜBER DIE AUTOR*INNEN

TILMAN PAPESCH arbeitete von 2020 bis 2025 bei der Berghof Foundation als Teil des Conflict Transformation Research Departments. Seine Schwerpunktthemen waren die Arbeit mit bewaffneten politischen Gruppen, Women, Peace and Security (WPS) und soziale (Protest-) Bewegungen. Er ist zertifizierter Konfliktmediator und hält Abschlüsse in Public Policy (M.P.P.) sowie Human Rights and Democratisation (M.A.).

MICHAELA GLASER ist Soziologin (M.A.) und als Senior Researcher und Projektmanagerin bei der Berghof Foundation im Conflict Transformation Research Team tätig. Ihre Forschungsinteressen beinhalten Ursachen und Verläufe im rechten und islamistischen Extremismus, Ansätze der Präventions- und Distanzierungsarbeit, Biografieforschung und Praxisbegleitforschung.

Die Feldphase der Studie wurde mit maßgeblicher Unterstützung von Tessa Schindler realisiert

EMPFOHLENE ZITIERWEISE

Glaser, M., Papesch, T. 2026: Swipen, liken, täuschen?: Demokratie- und menschenfeindliche Ansprachen auf TikTok und demokratische Gegenstrategien. Berlin: Berghof Foundation.

DANKSAGUNGEN

Für ihre Mitwirkung und die Bereitschaft, ihre Expertise mit uns zu teilen, bedanken wir uns herzlich bei den jugendlichen Teilnehmenden der Fokusgruppen sowie bei Flemming Ipsen (Jugendschutz.net), Amber Jensen (Bertelsmann Stiftung), Annkathrin Kaiser (Lie Detectors), Götz Nordbruch (ufuq.de), Prof. Dr. Roland Verwiebe (Universität Potsdam) und ein*er Expert*in aus der professionellen Online-Kampagnenarbeit.

VORLAGENDESIGN VERBALVISUAL

LAYOUT Jen Simpson

FIANZIERT MIT UNTERSTÜTZUNG VON

Mercedes-Benz Fonds

COVER: PHOTO © SOLEN FEYISSA ON UNSPLASH

VERÖFFENTLICHT VON

Berghof Foundation

Berghof Foundation Operations gGmbH
Lindenstrasse 34 10969 Berlin Germany
www.berghof-foundation.org

ISBN: 978-3-941514-70-6 © 2026. Alle Rechte vorbehalten.



ABSTRACT

Dieser Bericht dokumentiert die Ergebnisse einer Studie, die ursprünglich der Vorbereitung einer digitalen Narrativkampagne gegen demokratiefeindliche Desinformation auf TikTok diente. Im ersten Teil des Reports wird der fachliche Diskussionsstand zum Agieren demokratiefeindlicher Akteur*innen auf TikTok dargestellt. Der zweite Teil präsentiert die Ergebnisse der empirischen Studienkomponente: In vier Fokusgruppen wurde beleuchtet, wie junge Menschen demokratie- und menschenfeindliche Desinformation auf TikTok rezipieren und es wurde die Gestaltung geeigneter, für junge Menschen attraktiver Gegenbotschaften diskutiert. Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse werden im dritten Studienteil existierende Gegenstrategien reflektiert sowie Empfehlungen für die Gestaltung von Gegenmaßnahmen formuliert.



INHALT

1	Einführung	5
2	Studienkonzeption und -methodik	7
3	Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf TikTok	11
4	Rezeption durch junge Menschen – Ergebnisse der Fokusgruppen	16
5	Gestaltung von Gegenstrategien	32
6	Zusammenfassung und Fazit	40
	Endnoten	44
	Literaturverzeichnis	47
	Anhang 1: Fokusgruppenleitfaden	54
	Anhang 2: Stimuli-Kurzbeschreibung	57

1 Einführung

Das Videoportal und soziale Netzwerk TikTok hat sich auch in Deutschland inzwischen als einer der einflussreichsten digitalen Räume etabliert. Insbesondere für junge Menschen gewinnt das ursprüngliche Unterhaltungsmedium immer mehr Bedeutung auch als Informationsquelle und verdrängt dabei zunehmend traditionellere Nachrichtenformate. Laut einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest hat TikTok bei Jugendlichen YouTube seit einigen Jahren als wichtigstes Online-Angebot abgelöst und dient zudem vermehrt als Nachrichten- und Informationsquelle (mpfs 2022). Wie die #UseTheNews-Studie zeigt, werden dabei insbesondere von jungen Menschen mit geringem Informationsinteresse Nachrichten weniger gezielt rezipiert. Diese werden vielmehr eher beiläufig und passiv konsumiert und in Abhängigkeit davon, welche Informationen durch entsprechende Algorithmen angeboten werden (Wunderlich & Höllig 2023). Damit verbunden ist, dass auch politische Informationen von jungen Menschen vermehrt über TikTok rezipiert werden. Das wurde insbesondere von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen bereits früh erkannt, die die Dynamiken des Mediums gekonnt nutzen, um extreme Meinungen zu verbreiten und zu normalisieren (Hohner 2025).

Zum Agieren demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen auf sozialen Medien liegen inzwischen nicht nur im anglo-amerikanischen Kontext (vgl. Kubin & von Sikorski 2021), sondern auch für den deutschsprachigen Raum eine Reihe von Untersuchungen vor. Viele dieser Studien (u.a. Kreißel u.a. 2018; Bösch 2023; Hohner u.a. 2024) wie auch die Monitorings etwa des Centers für Monitoring, Analyse und Strategie (CeMAS) oder von jugenschutz.net setzen den Fokus der Betrachtung auf das Handeln und die Strategien dieser Akteur*innen selbst. Andere untersuchen verschiedene Aspekte der Rezeption, wobei häufig quantitative Verfahren zur Anwendung kommen, die auf die statistische Verteilung bestimmter Ausprägungen sowie die Testung vorab formulierter Hypothesen ausgerichtet sind (u.a. Theissler 2017; Infratest Dimap 2020; Hohlfeld 2023; Unzicker 2023). Vergleichsweise wenige Studien (etwa Frischlich 2017; Reinemann u.a. 2019) beziehen Rezipient*innenperspektiven mittels qualitativer Designs in die Erhebung ein. Noch begrenzter ist die entsprechende Studienlage, wenn es um die Frage der Gestaltung von Gegenstrategien geht (als Ausnahmen Rieger u.a. 2013 sowie Seyferth-Zapf/Grafe 2020). In nochmals stärkerem Maße gilt dies für das relativ junge – und entsprechend erst wenig erforschte – Social-Media-Format TikTok.

Akteursorientierte Konzepte der Medienrezeptionsforschung wie Stuart Halls Encoding/Decoding-Modell (1973) betonen jedoch, dass Medienbotschaften nicht isoliert existieren, sondern ihre Bedeutung erst durch die aktive Interpretation der Rezipient*innen erhalten. Demnach sind Rezipient*innen nicht nur passive

Empfänger*innen, sondern auch Co-Produzent*innen medialer Inhalte. Das beinhaltet auch, dass sie ihre individuellen Erfahrungen und sozialen Hintergründe in den Interpretationsprozess einbringen. Im Kontext der Ansprachen durch demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf sozialen Medien bedeutet das, dass es auch qualitativer Designs bedarf, die den Perspektiven ihrer Konsument*innen größeren Raum geben. Denn diese ermöglichen es, unterschiedliche Rezeptionsweisen in ihrer individuellen wie sozialen Bedingtheit zu erfassen – und davon ausgehend Ansätze für Gegenstrategien zu identifizieren, die diesen Zusammenhängen Rechnung tragen.

Dieser Weg wurde im Rahmen der Vorstudie für das Projekt DesINFORMIERT beschritten, die zwischen September 2024 und Dezember 2024 realisiert wurde¹ und deren wichtigste Ergebnisse im vorliegenden Bericht vorgestellt werden.

Im Folgenden werden zunächst zugrundeliegende konzeptionelle Überlegungen, die Forschungsfragen und das gewählte Vorgehen skizziert sowie zentrale Begrifflichkeiten erläutert (Abschnitt 2). Anschließend werden, basierend auf einer Aufarbeitung aktueller Fachliteratur, die Strategien demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf TikTok dargelegt (Abschnitt 3). Eine empirische Komponente ging in Fokusgruppendifkussionen der Frage nach, wie junge Menschen desinformierende und manipulative Posts von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen auf TikTok rezipieren. Die Ergebnisse dieser explorativen Teilstudie werden in Abschnitt 4 dargestellt. Vor diesem Hintergrund werden abschließend mögliche Ansätze für die Gestaltung von Gegenstrategien diskutiert (Abschnitt 5).

2 Studienkonzeption und -methodik

Konzeptionelle Vorüberlegungen

Für die Konzeption des Studienzuschnitts und die Wahl der Methodik waren folgende Rahmenbedingungen und inhaltlichen Überlegungen maßgeblich (vgl. Reichertz 2016, 172ff.):

Konkreter Anwendungsbezug: Der Zweck der Vorstudie war die Gewinnung von Erkenntnissen, aus denen sich konkrete Empfehlungen für ein präventives Praxisprojekt ableiten ließen. In diesem Praxisprojekt sollten junge Menschen für Desinformation und manipulative Ansprachen durch demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf TikTok sensibilisiert werden. Die Grundidee, zu deren Konkretisierung die Vorstudie beitragen sollte, war die Realisierung einer Narrativkampagne auf TikTok.

Zeitliche Rahmenvorgaben: Um die Erhebungsinstrumente zu entwickeln sowie den Feldzugang, die Erhebung und zentrale Auswertungsschritte zu realisieren, stand ein Zeitraum von vier Monaten (September bis Dezember 2024) zur Verfügung. Insofern galt es, einen Zuschnitt zu finden, der in diesem Zeitraum realisierbar war.

(Sozial)konstruktivistische Perspektive: Theoretisch grundlegend für die empirische Forschungskomponente war eine sozialkonstruktivistisch geprägte Forschungsperspektive. Der Sozialkonstruktivismus geht davon aus, dass jede von Menschen wahrnehmbare und wahrgenommene Wirklichkeit eine im Akt der Wahrnehmung konstruierte Wirklichkeit ist. Diese ist wiederum geprägt durch die Wahrnehmung beeinflussende soziale, kulturelle und politische Gegebenheiten (Mannheim 1995; Berger/Luckmann 1966). Mit Blick auf mediale Botschaften folgt daraus, dass deren konkrete Bedeutung stets erst im Prozess ihrer jeweiligen Rezeption entsteht (Hall 1973; Wild 2015). Etablierte Ansätze der Medienwirkungsforschung (vgl. Friedrich 2011)² sind sich ebenfalls einig, dass neben Inhalten und Gestaltung der Botschaft für diesen Prozess auch der Kontext der Rezeption sowie den Rezeptionsprozess prägende Prädispositionen auf Seiten der Rezipient*innen relevant sind. Aus einer konstruktivistischen Perspektive ist es folglich für das Verständnis medialer Botschaften und ihrer möglichen Wirkungsweisen zentral, die Wahrnehmungen und Sichtweisen der Rezipient*innen selbst in die Analyse einzubeziehen.

Forschungsfragen

Ausgehend von diesen Überlegungen wurden für die Studie folgende Forschungsfragen formuliert:

- 1** Wie agieren demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf TikTok, um junge Menschen zu erreichen?
- 2** Wie rezipieren junge Menschen diesen Content?

Was löst Aufmerksamkeit aus, regt zur Interaktion an?

Was führt zu Irritation oder Zweifeln und wie ist der Umgang mit diesen?
- 3** Welche Ansprachen sind geeignet, um junge Menschen zu erreichen und für problematischen Content zu sensibilisieren?

Studienkomponenten

Für die Bearbeitung dieser Fragen wurde, um den oben skizzierten Bedingungen Rechnung zu tragen, ein zweigeteiltes Vorgehen gewählt:

*Expert*innengespräche & Aufbereitung des Wissensstandes:* Zur Beantwortung der Forschungsfrage eins (Agieren demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen) wurde der aktuelle Wissensstand zum Thema mittels Gesprächen mit feldkundigen Expert*innen sowie einer Aufbereitung aktueller Veröffentlichungen aus Wissenschaft und Praxis zusammengetragen.

Bei den feldkundigen Expert*innen handelte es sich um Wissenschaftler*innen aus themenrelevanten Disziplinen sowie Expert*innen aus der präventiven und intervenierenden Arbeit zu Desinformation und demokratiefeindlichen Inhalten im Die Gespräche von ca. 1 – bis 1,5 Stunden Dauer dienten einer ersten Kartierung des aktuellen Diskussionsstandes und der Identifikation einschlägiger Studien. Sie lieferten zudem Einschätzungen zum Thema ‚Gegenstrategien‘, die in die Diskussion in Kapitel 5 einfließen. Zusätzlich wurde der aktuelle Wissensstand über fachliche Veröffentlichungen erfasst, die mittels einer suchmaschinengestützten Suche sowie durch Empfehlungen der befragten Expert*innen identifiziert wurden.

Medien-Content-Beobachtung: In Vorbereitung der Fokusgruppenbefragungen (s.u.) wurde der Medien-Content im Vorfeld der Landtagswahlen 2024 beobachtet. Dadurch wurde zum einen Hintergrundwissen für die Gestaltung und Durchführung der Fokusgruppen gewonnen. Zum anderen wurden aus diesem Medien-Content beispielhafte Clips ausgewählt, die als sogenannte „Stimuli“, als Erzählimpulse, für die Fokusgruppen dienten (zur Beschreibung der Stimuli s. Anhang).

Fokusgruppen: Im Zentrum der empirischen Studienkomponente stand die Beantwortung von Forschungsfrage zwei (Rezeptionsweisen junger Menschen). Hierzu wurden qualitative Rezipient*innenbefragungen in Gestalt von Fokusgruppendifkussionen (Bär u.a. 2020; Kühn/Koschel 2011) mit jungen Menschen durchgeführt.

Realisiert wurden insgesamt vier Fokusgruppen mit je drei bis vier jungen Menschen. Dabei folgte die Auswahl der Gruppen dem qualitativen Auswahlprinzip der inhaltlichen Repräsentativität (Lamnek 2005; Misoch 2015). Bei diesem Vorgehen geht es nicht um statistische Repräsentation, sondern darum, dass im Hinblick auf die Forschungsfrage möglichst viele relevante Merkmale vertreten sind. Bei der Zusammensetzung gelang es, eine in verschiedener Hinsicht recht große Merkmalsbreite zu erreichen: Die Fokusgruppen umfassten je zwei männliche und zwei weibliche Teilnehmendengruppen. Die Altersspanne reichte von mittlerer bis später Adoleszenz, wobei der Schwerpunkt auf jungen Menschen ab 18 Jahre aufwärts (also im wahlfähigen Alter) lag. An biografischen Hintergründen vertreten waren ost- und westdeutsche sowie groß- und kleinstädtische Lebenswelten, außerdem unterschiedliche Bildungsgrade (Gymnasium und Realschule) und neben herkunftsdeutschen Hintergründen auch Biografien mit Migrationsgeschichte.

Zwei der Fokusgruppen fanden online, die anderen beiden analog statt. Die Diskussionen hatten eine Dauer von je ca. zwei bis zweieinhalb Stunden und umfassten zwei Themenblöcke, die jeweils mit beispielhaften TikTok-Clips eingeleitet wurden. Im ersten Teil ging es darum, wie manipulativer Online-Content demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen durch junge Menschen rezipiert werden. Thema des zweiten Teils war die Gestaltung von geeignetem Gegencontent.

Die Interviewführung orientierte sich an einem Leitfaden (s. Anhang), der bewusst offen formulierte, Erzählungen generierende Fragen enthielt und flexibel eingesetzt wurde, um Raum für die Schwerpunktsetzungen der Teilnehmenden zu lassen (Witzel 1985, Helfferich 2004).

Die jungen Menschen wurden hierbei als Expert*innen ihrer Lebenswelt verstanden. Das heißt, es interessierten sowohl ihre eigenen Wahrnehmungen und Umgangsweisen als auch ihre Einschätzungen, andere Angehörige ihrer Altersgruppe betreffend.

Die Auswertung erfolgte in Anlehnung an inhaltsanalytische, kategorisierende Verfahren. Dabei fand die Kategorienbildung einerseits ausgehend von den Forschungsfragen und dem Leitfaden statt, andererseits wurde sie im Auswertungsprozess selbst, „am Material“ (Schmidt 1997) ausdifferenziert und erweitert. Das verschriftlichte Interviewmaterial wurde entlang dieses Kategoriensystems gesichtet und systematisierend verdichtet.

Zur Einordnung der so gewonnenen Befunde ist anzumerken, dass sich dieser empirische Teil ausdrücklich als explorative Erhebung versteht, durch die Hinweise auf mögliche Rezeptionsweisen generiert werden konnten. Diese ersten Einblicke gilt es durch Studien mit anderer Ressourcenausstattung, die detailliertere Erhebungs- und Auswertungsverfahren ermöglichen, zu prüfen und weiter zu vertiefen.

Für die Beantwortung der Forschungsfrage drei wurde zum einen ebenfalls der aktuelle Diskussionsstand zum Thema aufbereitet (3.1). Zum anderen wurden, basierend auf den Ergebnissen aus Literaturlaufarbeit und Fokusgruppen, darüber hinaus gehende Überlegungen für die zukünftige Gestaltung von Angeboten formuliert (3.2).

Begriffsverständnis und thematischer Fokus

Bei den im Folgenden verwendeten Termini ‚antidemokratische‘ und ‚menschenfeindliche‘ Positionen bzw. Akteur*innen orientiert sich dieser Bericht an folgenden Definitionen:

Als antidemokratisch werden Positionen verstanden, die sich gegen die Prinzipien demokratischer, pluralistischer und rechtsstaatlich verfasster Gesellschaften richten. Das umfasst die Delegitimierung demokratischer und rechtsstaatlicher Institutionen sowie von Positionen politisch Andersdenkender ebenso wie die Negierung von Minderheitenrechten und –interessen (vgl. Lugosi- Schimpf & Thorlakson 2021).

Der Begriff ‚menschenfeindlich‘ ist angelehnt an das Konzept der Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit (GMF) von Wilhelm Heitmeyer (2002). Diesem folgend bezieht er sich auf abwertende und ausgrenzende Positionierungen gegenüber Menschen aufgrund ihrer - tatsächlichen oder zugewiesenen - Zugehörigkeit zu einer sozialen, religiösen oder ethnischen Gruppe. Dazu gehören etwa rassistische, antisemitische, frauen- und LGBTQI+-feindliche Äußerungen oder Abwertungen von behinderten Menschen.

Mit Blick auf die Termini ‚Manipulation‘ und ‚Desinformation‘ ist zunächst festzuhalten, dass Manipulationen nicht unbedingt falsche Informationen beinhalten müssen. Vielmehr können sie auch durch die emotionale Aufbereitung und den Kontext, in dem sie präsentiert werden, manipulativ wirken. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, nicht nur die faktische Richtigkeit, sondern auch die emotionale Wirkung von Informationen zu berücksichtigen (Frischlich 2019). Im Folgenden wird der Begriff ‚Manipulation‘ verwendet, wenn das gesamte Spektrum manipulativer Ansprachen durch demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen gemeint ist. Dagegen bezieht sich der Begriff Desinformation auf manipulative Phänomene, denen klar falsche Informationen zu Grunde liegen.

Der Fokus der Studie lag dabei, ihrer Zielstellung gemäß, auf extrem rechten sowie rechtsaffinen Akteur*innen, die sich auf TikTok für oder gegen bestimmte politische Positionen und Parteien im Vorfeld der Bundestagswahlen 2025 engagierten. Islamistische Akteur*innen nutzen TikTok zwar ebenfalls intensiv zur Verbreitung ihrer demokratie- und menschenfeindlichen Botschaften (vgl. jugendschutz.net 2024). Da sie Wahlen jedoch in der Regel als haram (sündig, verboten) betrachten, beteiligen sie sich auch weniger an der direkten Auseinandersetzung um das zur Wahl stehende politische Spektrum. Sie wurden deshalb in dieser Erhebung nicht berücksichtigt.

3 Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen auf TikTok

Basierend auf Gesprächen mit Expert*innen und einer Literaturanalyse diskutiert dieses Kapitel die Strategien, die von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen auf TikTok angewandt werden. Es beleuchtet die Rolle der algorithmischen Verstärkung, die gezielte Ansprache junger Menschen, den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) und von Multiplikator*innennetzwerken sowie die Inszenierung als ‚Stimme des Volkes‘.

Algorithmische Verstärkung

Auf TikTok spielt die algorithmische Verstärkung eine zentrale Rolle bei der Verbreitung demokratie- und menschenfeindlicher Inhalte. Algorithmische Verstärkung bezeichnet den Prozess, bei dem Plattformalgorithmen³ Inhalte hervorheben, die starke emotionale Reaktionen auslösen. Die Zielstellung ist dabei, Nutzer*inneninteraktionen und Verweildauer zu maximieren. Dies geschieht durch personalisierte Empfehlungen, die auf den individuellen Vorlieben und Interaktionen der Nutzer*innen basieren.

Eine Studie zum emotionalen Produktdesign von TikTok zeigt, dass durch das User Experience Design (die Gestaltung der Benutzer*innenoberfläche) positive Emotionen bei den Nutzer*innen ausgelöst werden, wodurch eine starke emotionale Bindung entsteht. Der Personalisierungsalgorithmus verstärkt diese Bindung mit zunehmender Nutzung, was zu einer erhöhten Verweildauer führt (Hahn, Klug & Kohlschan 2022). Zudem zeigt eine Untersuchung zur Interaktion zwischen Menschen und Algorithmus im Internet, dass das Empfehlungssystem Inhalte bevorzugt, die Angst und Wut (oder andere starke, zumeist negative, Emotionen) auslösen (Shin 2024). Solche Inhalte regen Nutzer*innen besonders zur Interaktion an, fördern jedoch gleichzeitig die Verbreitung extrem polarisierender oder irreführender Erzählungen. Diese Mechanismen verstärken nicht nur die emotionale Beteiligung der Nutzer*innen, sondern auch die bereits bestehende gesellschaftliche Polarisierung zu bestimmten Themen wie z.B. Migration (Shin 2024).

Ein prominentes Beispiel für die strategische Nutzung dieser Mechanismen ist der Aufbau von Politiker*innen wie Maximilian Krah (AfD) zu politischen

Influencer*innen. Durch emotionalisierende Inhalte und eine persönliche Ansprache gelingt es ihnen, eine starke Bindung zu ihrer Zielgruppe herzustellen. Die algorithmische Verstärkung trägt dazu bei, dass ihre Inhalte eine hohe Sichtbarkeit und Reichweite erlangen, wodurch ihre polarisierende Wirkung weiter verstärkt wird (Fielitz et al. 2024).

Die algorithmisch gesteuerten Mechanismen von TikTok begünstigen somit die Verbreitung emotionalisierender und polarisierender Inhalte auf der Plattform. Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen nutzen diese Dynamiken, um eine breite Reichweite zu erzielen und ihre Botschaften subtil oder explizit zu verbreiten.

Zielgerichtete Ansprache junger Menschen

Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen richten ihre Strategien gezielt auf junge Menschen aus, um deren politische Orientierung zu beeinflussen. Laut einer Analyse der Bildungsstätte Anne Frank verwenden rechtspopulistische und rechtsextreme Akteur*innen humorvolle und trendige Formate, um ihre Botschaften subtil zu tarnen und eine emotionale Bindung zu jungen Nutzer*innen aufzubauen. Diese Ansätze nutzen den Umstand, dass junge Menschen oft nach leicht zugänglichem Material suchen sowie die daraus resultierende Popularität von Social-Media-Formaten wie TikTok auch für die Rezeption politischer Inhalte (Schnabel/ Berendsen 2024). So wendet etwa die AfD – vom Verfassungsschutz inzwischen in mehreren Bundesländern als rechtsextrem und auf Bundesebene seit 2021 als rechtsextremer Verdachtsfall eingestuft - seit mehreren Jahren kreative Taktiken an, um ihre Botschaften in virale Formate zu verpacken.

Dagegen haben etablierte, demokratische Parteien erst vergleichsweise spät das Medium für die Ansprache junger Menschen entdeckt. So hat etwa die SPD erst Anfang 2024 begonnen, TikTok in ihre Social-Media-Strategien einzubinden, während zuvor ihr Schwerpunkt auf Plattformen wie Instagram und Facebook lag (Vorwärts 2024). Auch bei der CDU dominierte lange Zeit die Skepsis gegenüber dem Format. Der Außenpolitiker Roderich Kiesewetter etwa formulierte noch im Jahr 2024 grundsätzliche Bedenken, die Plattform zur Verbreitung der eigenen Inhalte zu nutzen (BR 2024).

Trotz der im fachlichen Diskurs vielfach formulierten Notwendigkeit, junge Menschen auch in den sozialen Medien anzusprechen (z.B. Morten et al. 2017, Frischlich 2019b), um demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen etwas entgegenzusetzen, herrscht zudem nach wie vor Unklarheit darüber, welche Formen und Inhalte dafür am besten geeignet sind.

Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen selbst nutzen unterschiedliche Strategien: Einerseits setzen einige Rechtsextreme spezifische Emojis, Hashtags und Jugendsprache ein, um ihre Botschaften zu tarnen und ihre Reichweite zu erhöhen. Diese Ansätze erschweren die Identifikation extremistischer Inhalte und machen diese für junge Nutzer*innen attraktiver (Franke & Hajok 2023). Andererseits verzichten Akteur*innen aus diesem Spektrum teilweise auch bewusst auf Unterhaltungselemente und konzentrieren sich auf direkte politische Botschaften. Diese Strategie vermittelt Authentizität und dient insbesondere der Ansprache von (jungen) Menschen, die traditionelle Politik als unauthentisch wahrnehmen (Bösch 2023). Der bewusste Verzicht auf Trends und Unterhaltung

dient somit dazu, politisierte Erstwähler*innen anzusprechen, die ernsthafte Inhalte bevorzugen. Diese Zielgruppe reagiert auf Botschaften zu Themen wie Migration und nationale Sicherheit mit mehr Interaktion, während unterhaltsame Inhalte als unangemessen wahrgenommen werden könnten. Eine Studie der Universität Potsdam verdeutlicht die Effizienz dieser Strategie (Universität Potsdam 2024). Unterschiedliche Ansätze werden somit genutzt, um die Diversität der jungen Zielgruppe auf TikTok angemessen zu adressieren, da sich bestimmte Gruppen von subtilen Methoden ansprechen lassen, während andere direkte Botschaften bevorzugen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass im politischen Spektrum demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen TikTok vergleichsweise früh für die Ansprache junger Menschen entdeckt haben. Dabei haben sie ein Spektrum ausdifferenzierter Strategien entwickelt, um diese Zielgruppe mit ihren Botschaften zu erreichen.

Multiplikator*innennetzwerke und Künstliche Intelligenz

Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen nutzen die Möglichkeiten sozialer Medien und Netzwerke, um eine exponentielle Verbreitung ihrer Inhalte zu erreichen. Ein prominentes Beispiel bietet die AfD, die über Plattformen wie Telegram und TikTok Netzwerke aktiviert, um ihre Inhalte zu vervielfältigen und viral werden zu lassen. Diese Strategie spielt eine zentrale Rolle bei der Mobilisierung junger Wähler*innen und ermöglicht es der Partei, ihre Botschaften tief in die Gesellschaft zu tragen (Fielitz et al. 2024).

Ein entscheidender Faktor in diesem Kontext sind der Aufbau und die Pflege von Multiplikator*innen-Netzwerken, die Inhalte manipulieren und weiterverbreiten. Nutzer*innen bearbeiten politische Inhalte kreativ und vermischen sie mit unterhaltsamen Formaten, wodurch die Originalbotschaften verfälscht und Fehlinformationen verbreitet werden können (Ackermann & Dewitz 2020). Durch die Leichtigkeit, Inhalte auf TikTok zu teilen und darauf zuzugreifen, können sich (Fehl)Informationen schnell vermehren, sodass es schwierig ist, ihnen entgegenzuwirken (Rahmawati 2022). Auffällig ist auch hier die Strategie der AfD, die ein strukturiertes Multiplikator*innen-System aufgebaut hat. Telegram-Gruppen wie zum Beispiel die "TikTok-Guerilla" motivieren Anhänger*innen durch Gewinnspiele, Videos zu erstellen und zu verbreiten, wodurch eine enorme Reichweite mit Millionen von Aufrufen generiert wird (CORRECTIV 2024a). Diese Netzwerke operieren in einer Grauzone, da ihre Finanzierung und Organisation oft intransparent sind.

Darüber hinaus wird Künstliche Intelligenz (KI) genutzt, um die Verbreitung von Desinformation und die Ansprache von Zielgruppen weiter zu optimieren. Die AfD etwa nutzt generative KI, um Inhalte wie Videos und Musik zu erstellen, die emotional ansprechend sind und auf virale Verbreitung abzielen. Schlager- und Pop-Songs, die über TikTok verbreitet werden, schaffen eine Art ‚Fankultur‘, die von dem Politik- und Medienwissenschaftler Markus Bösch als potenziell radikalisiert eingestuft wird (Frankfurter Rundschau 2024). Hinzu kommen KI-generierte Inhalte wie Wahlkampfsongs oder digitale Spiele, die politische Botschaften subtil verbreiten und neue Zielgruppen ansprechen (Fielitz et al. 2024).

Ein weiteres Problem sind Fake-Profilen und Bots, die auf TikTok eingesetzt werden, um die Reichweite zu erhöhen und Glaubwürdigkeit vorzutäuschen. Recherchen von CORRECTIV zeigen, dass solche Profile sich oft als offizielle Partei- oder Politiker*innen-Accounts ausgeben und systematisch Desinformation verbreiten (CORRECTIV 2024b).

Die hohe Präsenz dieser Inhalte auf TikTok sowie das interaktive Format der Plattform fördern die Teilnahme durch Likes, Shares und Kommentare, wodurch ein Gefühl der Zugehörigkeit erzeugt wird (Frühwirth 2024). Dieses Gefühl der Gemeinschaft trägt dazu bei, dass sich Nutzer*innen stärker mit den vertretenen politischen Positionen identifizieren. Durch die systematische Nutzung von Multiplikator*innen-Netzwerken, KI und Bots wird somit eine Umgebung geschaffen, die junge Menschen in demokratie- und menschenfeindliche Strukturen integriert und sie als Unterstützer*innen gewinnt.

Authentizität als Strategie: Der Verzicht auf Partei-Label

Insbesondere die AfD nutzt auf TikTok eine Strategie, die auf die Vermeidung klarer Parteibezüge setzt, um sich als authentische Stimme des Volkes zu inszenieren und mögliche Abwehrhaltungen aufgrund von Image und Profil der Partei zu umgehen. Statt ihre Inhalte direkt mit der Partei zu verknüpfen, setzt sie auf inoffizielle Accounts und Einzelpersonen, die ihre politischen Ansichten verbreiten. Prominente Beispiele sind AfD-Politiker*innen wie Ulrich Siegmund, der unter dem TikTok-Namen "mutzurwahrheit90" auftritt, ohne seine Parteizugehörigkeit offenzulegen (Bösch 2023). Diese Vorgehensweise verschleiert die Verbindung zur Partei und suggeriert stattdessen, dass es sich um unabhängige Meinungsäußerungen handelt.

Die Vermeidung von Partei-Labels ist auch eine Strategie, die das Bedürfnis der Adressat*innen nach Authentizität und Glaubwürdigkeit in sozialen Netzwerken bedient. Auf Plattformen wie TikTok reagieren Nutzer*innen besonders sensibel auf Inhalte, die als gestellt oder inszeniert wahrgenommen werden. Indem die AfD scheinbar unabhängige Accounts nutzt, wird eine Form von Authentizität erzeugt, die es politischen Gegnern erschwert, die Inhalte als parteipolitische Propaganda zu entlarven. Fan-Accounts oder auch die Profile von AfD-Politiker*innen erscheinen dadurch als ungeschönte, echte Meinungen von Bürger*innen, die sich gegen die etablierten politischen Eliten auflehnen (Bösch und Divon 2024).

Ein weiteres Element dieser Strategie ist das Anti-Establishment-Narrativ, das ebenfalls eng mit einem Authentizitätsanspruch verbunden ist. Indem die AfD etablierte politische und mediale Institutionen als korrupt und unehrlich darstellt, inszeniert sie sich selbst als Vertreterin des ‚wahren Volkes‘. Die Inhalte dieser ‚Alternativen‘ reichen oft nah an Verschwörungstheorien heran oder umfassen gar verschwörungstheoretische Elemente und verstärken das Misstrauen gegenüber etablierten Institutionen (Hans-Böckler-Stiftung 2024). Behauptungen, dass Mainstream-Medien und die politische Elite wichtige Informationen verbergen oder verdrehen, schaffen bei den Konsument*innen zudem das Gefühl, Zugang zu einer exklusiven Wahrheit zu haben. Solche Narrative sind besonders gefährlich, da sie nicht nur das Vertrauen in demokratische Institutionen untergraben, sondern auch die Radikalisierung der Nutzer*innen begünstigen: indem sie ein Gefühl des Auserwähltseins vermitteln, können sie eine besondere Bindung zu den Akteur*innen und den von ihnen verbreiteten Positionen erzeugen (CeMAS 2024).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen - gemäß einer gängigen Strategie von Rechtsaußen-Akteur*innen (vgl. Rieger et al. 2013) – ihren politischen Hintergrund auf TikTok bewusst verschleiern, um ihre Inhalte als unabhängige und ‚authentische‘ Meinungen von Bürger*innen zu inszenieren⁴. Diese Strategie wird verbunden mit der Forcierung eines mit verschwörungstheoretischen Elementen versetzten Anti-Establishment-Narrativs. Dieses hinterfragt die Legitimität des etablierten Parteiensystems und birgt zugleich die Gefahr, eine besondere, radikalisierungsfördernde Bindung an die Protagonst*innen zu erzeugen.

4 Rezeption durch junge Menschen – Ergebnisse der Fokusgruppen

Im Fokus der Vorstudie standen die Fokusgruppendifkussionen mit jungen Menschen, deren zentrale, auf die Forschungsfragen bezogene, Ergebnisse in diesem Kapitel vorgestellt werden.

Zum Einstieg in die Diskussion wurde in allen Fokusgruppen gefragt, ob die Teilnehmenden in den sozialen Medien und insbesondere auf TikTok mit politischen Botschaften konfrontiert werden. Dies wurde von allen Teilnehmenden, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, bestätigt. Auch wurde eine Zunahme solchen Contents im Vorfeld von Wahlen konstatiert. An diese Einstiegsfrage schlossen sich Diskussionsblöcke zur Wahrnehmung von desinformierendem und demokratiefeindlichem Content sowie zur Gestaltung von geeigneten Gegenbotschaften an. Im Folgenden werden zunächst divergierende Rezeptionsweisen vorgestellt, wie sie sich in den Fokusgruppendifkussionen zeigten bzw. von den Teilnehmenden berichtet wurden (4.1). Daran anschließend werden Faktoren diskutiert, die sich in den Fokusgruppen als relevant dafür erwiesen, dass desinformierender und manipulativer Content auf TikTok zu Irritationen führt und hinterfragt wird (4.2). Der dritte Teil versammelt von den Teilnehmenden benannte Kriterien dafür, dass politischer Content auf der Social-Media-Plattform TikTok von jungen Menschen als attraktiv wahrgenommen und rezipiert wird (4.3).

4.1 Divergierende Rezeptionsweisen von demokratie- und menschenfeindlichem Content

Zum Themenblock ‚Wahrnehmung von manipulativem, demokratie- und menschenfeindlichem Content‘ wurden den Teilnehmenden zunächst die beiden Stimuli zum Thema (Stimulus 1 und 2, s. Anhang) gezeigt, ohne dass seitens der Moderator*innen eine inhaltliche Einordnung vorgenommen wurde. Die Videos wurden lediglich als ‚Beispiele für politische Botschaften‘ gerahmt. Nach dem Zeigen der Videos folgte jeweils eine Diskussionsrunde zu deren Wahrnehmung

durch die Teilnehmenden. Erst zum Abschluss dieser Runden wurden von den Moderierenden die parteipolitische Herkunft (Stimulus 1) bzw. der Fake-Charakter (Stimulus 2) der jeweils gezeigten Videos benannt.

In den Diskussionen zeigte sich zunächst, dass die Teilnehmenden politische Botschaften auf TikTok sehr unterschiedlich rezipierten. Dabei wurde auch erkennbar, dass die befragten jungen Menschen unterschiedlich sensibel gegenüber manipulativem, demokratie- und menschenfeindlichem Content waren und es wurden auch unterschiedliche Umgangsweisen mit Content gezeigt bzw. berichtet, der von ihnen als desinformierend und manipulativ wahrgenommen wurde.

Wahrnehmung von manipulativem, demokratiefeindlichem Content - gruppenbezogene Unterschiede

Deutliche Unterschiede hinsichtlich des generellen Umgangs mit politischem Content zeigten sich im Gruppenvergleich zunächst zwischen der Gruppe der 15- bis 16jährigen, in einem Dorf lebenden Mädchen mit mittlerem Schulabschluss und den anderen Gruppen, deren Mitglieder bereits 18 Jahre oder älter waren, alle einen Gymnasialabschluss besaßen oder anstrebten und in Großstädten lebten.

So zeigte die erstgenannte Gruppe die vergleichsweise größte Distanz zu den politischen Inhalten und politischen Auseinandersetzungen, mit denen sie auf TikTok in Berührung kamen. Dies äußerte sich zum einen in dem von allen Gruppenmitgliedern benannten *geringen Interesse* an Videos mit politischen Inhalten (die selten betrachtet werden und mit denen selten interagiert wird); zum anderen in einer generell *stärker ablehnenden Haltung gegenüber* der Nutzung von TikTok für politische Inhalte. In den Worten einer Gruppenteilnehmerin: „Ich finde TikTok ist eigentlich eine App wo man so drauf tanzt oder weiß ich was. Und jetzt so Politisches allgemein finde ich jetzt nicht so passend für TikTok“ [Fokusgruppe 4, 00:54:04]. Zugleich zeigten sich in dieser Gruppe Hinweise auf stärker konformistische Haltungen gegenüber politischen Institutionen⁵.

Diese Haltungen gingen auch einher mit einer weniger kritisch-hinterfragenden Rezeption manipulativer Elemente in den gezeigten TikTok-Videos. Dies galt insbesondere für das zweite Video: Die dort zu sehende Montage des amtierenden Bundeskanzlers mit einem vermeintlich von ihm stammenden Zitat wurde von den anderen Gruppen unmittelbar hinterfragt und ganz überwiegend eindeutig als „Fake“ identifiziert. Dagegen zeigte sich die erstgenannte Gruppe zwar irritiert über den Inhalt, stellte die Urheberschaft des Zitats jedoch nicht in Frage und ordnete die Fälschung auch nicht als solche ein.

Allerdings lagen mit den genannten Kontextfaktoren nur begrenzt Informationen zu den sozio-demografischen Merkmalen der Teilnehmenden vor und das Design ermöglichte auch keine Einblicke in familiäre⁶ und weitere, Rezeptionen potenziell beeinflussende, lebensgeschichtliche Erfahrungen. Insofern sind fundierte Aussagen zu kausalen Zusammenhängen mit einzelnen dieser Merkmale an dieser Stelle nicht möglich bzw. bedürfte es hierzu vertiefender Untersuchungen.

Es zeigte sich zudem, dass auch innerhalb der einzelnen, hinsichtlich Alter, Bildungshintergrund und sozialräumlichem Umfeld relativ homogenen, Gruppen die Wahrnehmung und Einordnung der gezeigten Videos teilweise deutlich divergierte.

Wahrnehmung von manipulativem Content - Rolle von politischem Interesse

Darüber hinaus erwies sich insgesamt – sowohl im gruppenübergreifenden als auch im gruppeninternen Vergleich – das politische Interesse der Rezipient*innen als ein relevantes Kriterium dafür, wie sensibel diese gegenüber manipulativem politischen Content auf TikTok waren.

Besonders deutlich wurde dies in einer der Gruppen mit männlichen Teilnehmenden. In dieser Gruppe, die sich insgesamt als ‚nicht rechts‘ verortete, wies eine Person ein deutlich stärker ausgeprägtes politisches Interesse als die anderen Gruppenmitglieder auf (sich zeigend in entsprechenden Selbstverortungen, an den Angaben zum konsumierten TikTok-Content wie auch am politischen Hintergrundwissen). Bei der Rezeption vor allem des ersten Videos mit manipulativen, antidemokratischen Inhalten zeigte sich eine deutliche Differenz zwischen dieser Person und den anderen Gruppenmitgliedern: Die anderen Teilnehmer standen den Inhalten des Videos zunächst unkritisch bis verständnisvoll gegenüber, übernahmen auch teilweise dessen Framing des thematisierten Sachverhalts und problematisierten vor allem die als unattraktiv wahrgenommene formale Gestaltung. Der politisch stärker interessierte Teilnehmer war hier der Einzige, der auf Anhieb sowohl die politische Herkunft des Protagonisten (AfD) zutreffend benannte als auch für ihn erkennbar werdende antidemokratische Zielstellung („Misstrauen gegenüber etablierten Parteien schüren“) problematisierte. Auch wies er die vorgenommene Einordnung des Sachverhalts („Politiker haben Angst vor dem eigenen Wähler“) mithilfe von Kontextwissen zum Thema als unzulässig zurück, indem er auf die Realität von Angriffen auf Politiker hinwies.

Ähnlich gelagerte gruppeninterne Unterschiede in der Einordnung dieses Videos zeigten sich, wenn auch weniger ausgeprägt, in der anderen Gruppe mit männlichen Teilnehmenden.

Gruppenübergreifend erwiesen sich diejenigen Befragungsteilnehmenden, die das geringste politische Interesse zeigten, zugleich als diejenigen, die den gezeigten Videos bzw. deren Deutungsframes und manipulativen Elementen am wenigsten kritisch gegenüberstanden.

Interessant war in diesem Zusammenhang auch, dass in der Gruppe, in der insgesamt das politische Interesse am wenigsten ausgeprägt war, ausschließlich negative Erfahrungen mit politikbezogenen Schulstunden berichtet wurden. In einer der Gruppen, die stärkeres politisches Interesse zeigten, wurde dagegen konstatiert, dass eine interessante Form der Bearbeitung politischer Themen im Schulunterricht sich auch positiv auf die Beschäftigung mit diesen Themen in sozialen Medien auswirke – was zumindest nahelegt, dass bereits entsprechende schulische Erfahrungen gemacht wurden⁷.

Mit Blick darauf, ob und wie mit politischen Botschaften auf TikTok interagiert wird, wurde in den Fokusgruppen ebenfalls ein Spektrum unterschiedlicher

Umgangsweisen erkennbar und diskutiert – dies galt sowohl für zustimmende als auch für ablehnende bzw. kritisch-hinterfragende Interaktionen.

Generelle Interaktion mit politischem Content

Als die am häufigsten genutzte Funktion erwies sich Gruppen und Teilnehmende übergreifend das Liken der Videos. Dabei wurde in den Diskussionen erkennbar, dass diese Interaktion aus sehr unterschiedlichen Motiven heraus erfolgen kann. So berichteten verschiedene Teilnehmende, dass das Liken einer Botschaft keineswegs immer nur erfolge, um Zustimmung auszudrücken; vielmehr werde diese Funktion auch genutzt, um Videos leichter wiederzufinden, sie quasi zu ‚speichern‘.

Deutliche Unterschiede zwischen den Teilnehmenden zeigten sich in Bezug darauf, in welchem Umfang und aus welchen Motiven heraus politischer Content auf TikTok mit anderen Nutzer*innen geteilt wird. Auffallend war hier zunächst, dass selbst politisch interessierte Teilnehmende angaben, entsprechende Videos eher selten mit der Zielsetzung zu teilen, Informationen an Gleichgesinnte weiterzuleiten oder die eigene Zustimmung zu bestimmten geäußerten Positionen zu bekräftigen. Dass Videos an eine Person mit gegensätzlicher politischer Einstellung weitergeleitet werden, wurde ebenfalls nur von einer Person berichtet: „Wenn es halt so Fakten sind, tue ich die an meinen rechten Cousin schicken, damit er weiß, dass er nicht recht hat.“ [Fokusgruppe 2, 00:31:38]. In diesem Fall wird politischer Content somit genutzt, um die eigene Position zu untermauern und zu versuchen, auf die Haltung einer Person einzuwirken, zu der bereits ein persönlicher Bezug besteht. Darüber hinaus gab auch diese Befragte an: „Aber sonst tue ich die Videos eigentlich nicht wirklich teilen.“

Das Sample war somit durch Personen charakterisiert, die TikTok nicht aktiv für die Verbreitung eigener politischer Ansichten nutzten. Dies gilt es, bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

Genderbezogene Differenzen im Umgang mit manipulativem Content

Ein heterogeneres Bild zeigte sich im Umgang mit Videos, deren Inhalte als gefakt oder als demokratiefeindlich identifiziert wurden.

Die Teilnehmenden der jüngeren wie auch der älteren Mädchengruppe gaben an, in solchen Fällen in der Regel nicht weiter mit den Videos zu interagieren, diese wegzuwischen oder als „nicht interessiert“ zu markieren.

In den Diskussionen, die sich anhand von Stimulus 2 entwickelten, zeigte sich bei mehreren männlichen Befragten allerdings eine weitere mögliche Umgangsweise: Videos wie dieses, so ein Teilnehmer aus Gruppe 3, hätten für ihn einen hohen Unterhaltungswert, allerdings „aus Meme“, um sich darüber zu amüsieren „was da so Dummes drinsteht“. Der humorvolle Effekt resultiere hierbei gerade aus der Annahme, dass die Botschaft vom Produzenten ernst gemeint sei:

„Wenn ich wüsste, dass es aus Witz gemacht worden wird, finde ich es auch nicht mehr so lustig, dann würde es irgendwie so den Wert verlieren“. [Fokusgruppe 3, 00:41:29 - 00:43:08].

Ganz ähnlich argumentierte ein Mitglied einer anderen Gruppe, dass ein solches

Video sein Interesse finden würde, weil „ich es persönlich halt irgendwo schon wieder ziemlich lustig finde, weil ich halt schon direkt erkenne, in welche Kategorie von Videos es eben fällt“. [Fokusgruppe 1, 00:51:26]

Dabei betonte er ebenfalls, dass dieses Amüsement „halt in einem ironischen, sarkastischen Weg“ gemeint sei und „nicht, weil es mich tatsächlich anspricht, in irgendeiner Form“ [ebd., 00:52:01]. Ein weiteres Mitglied dieser Gruppe gab zudem unter Zustimmung seines Vorredners an, solche Videos aus dem genannten Grund auch an Freunde weiterzuleiten:

„Ich hätte es vermutlich gelesen, einen Kollegen von mir geschickt und mich mit ihm darüber lustig gemacht. Ist vermutlich kontraproduktiv, weil es zur Verbreitung beiträgt, aber ich finde, sowas kann man halt nicht ernst nehmen“ [Fokusgruppe1, 00:51:47].

In Fällen, in denen sie die Botschaft oder deren Machart als besonders befremdlich und absurd wahrnahmen, praktizierten diese Teilnehmenden demnach einen humorvollen Umgang mit manipulativem und demokratiefeindlichem TikTok-Content. Dabei beruhte dieser Humor gerade auf der wahrgenommenen Distanz zur Intention der Creator*in, im Sinne eines Lachens *über*, nicht eines Lachens *mit* der Sender*in der Botschaft.

In einer der Mädchengruppen wurde zwar angegeben, dass ihnen teilweise aus dieser Intention heraus Videos geschickt würden. Die Gruppenmitglieder selbst berichteten jedoch nicht von entsprechenden Umgangsweisen.

Die Fokusgruppen liefern somit auch Hinweise auf unterschiedliche Rezeptionsweisen männlicher und weiblicher Jugendlicher, in denen sich die aus der Forschung bekannten Geschlechterunterschiede in der Praktizierung und Wahrnehmung von Humor spiegeln⁸.

Kommentierung von desinformierendem und demokratiefeindlichem politischen Content

Eine weitere mögliche Form der Interaktion mit desinformierendem und demokratiefeindlichem Content, die in den Fokusgruppen diskutiert wurde, war die kritische oder auch aufklärende Kommentierung in den jeweiligen Kommentarspalten der Videos.

Auffällig war hier, dass die Teilnehmenden in allen Gruppen entsprechenden Kommentaren zwar eine wichtige Orientierungsfunktion zuwies (vgl. Abschnitt 4.2.), dass eine eigene Nutzung der Kommentarfunktion zu diesem Zweck jedoch nur in sehr begrenztem Umfang berichtet wurde⁹. Als Kriterien dafür, in dieser Weise tätig zu werden, wurde zum einen eine hohe Betroffenheit durch das Thema oder die Art seiner Thematisierung benannt (was bei den gezeigten Videos für die meisten nicht der Fall war). Zum anderen wurde aber auch der zu erwartende Nutzen einer Intervention als relevant erachtet. So begründete ein Teilnehmer, warum er die gezeigten Videos nicht kommentiert hätte, wie folgt:

„Ich kommentiere eigentlich NUR bei Leuten, die eher weniger Kommentare haben, weil dann weiß ich auch, dass es ziemlich wahrscheinlich gelesen wird. Sonst sehe ich keinen Sinn“ [Fokusgruppe 3, #00:33:09#].

Für einen anderen Teilnehmer war die Erfahrung maßgeblich, dass Kommentare nur

bei weniger frequentierten Videos und auch nur dann, wenn eine Moderation erfolge, zu konstruktiven Diskussionen führten.

Ein regelmäßiges Kommentieren von als demokratiefeindlich wahrgenommenem Content wurde nur von einer politisch stark interessierten Teilnehmenden berichtet. Als Motivation gab sie zum einen an, demokratiefeindliche Tendenzen nicht unwidersprochen stehen zu lassen; zum anderen aber auch die Hoffnung, „dass [...] man der Person dann halt so wie einen Denkanstoß gibt, dass er sich halt auch wirklich darüber informiert oder halt generell vielleicht noch mal seine Quellen überprüft“ [Fokusgruppe 2, 00:37:55].

Von positiven Reaktionen oder konstruktiven Diskussionen, die aus solchen Interventionen resultierten, wusste sie allerdings nicht zu berichten. Ihre damit verbundenen Erfahrungen schilderte sie vielmehr wie folgt:

„Oft unter so kontroversen Posts, wo ich gar nicht mit zustimme, schreibe ich dann schon mal so Dinge wie so Fuck Nazis oder so drunter. Oft werde ich dann auch beleidigt deswegen. Ich wurde schon sehr oft als N-Wort bezeichnet auf TikTok.“ [Fokusgruppe 2, 00:35:23].

Hier wird deutlich, dass junge Menschen, die sich entsprechend engagieren, im Netz ihrerseits in polarisierende Dynamiken geraten sowie Zielscheibe von Anfeindungen werden können. Dies gilt es mitzudenken, wenn präventive Strategien auf die Stärkung von Gegenpositionierungen auf Plattformen wie TikTok abzielen. Zugleich verweisen die berichteten Erfahrungen auf die Bedeutung von Moderationen – um junge Menschen vor Beleidigungen und eskalierenden Dynamiken zu schützen, aber auch, um einen Raum zu schaffen, der zur Beteiligung an Diskussionen im Netz motiviert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Ergebnisse der Fokusgruppen die Gültigkeit vorliegender Erkenntnisse zur Rezipient*innenabhängigkeit von Rezeptionsweisen auch für das Medium TikTok erneut bestätigen. Auch wenn das Design nur begrenzt Aussagen zur jeweiligen Relevanz einzelner Einflussfaktoren ermöglichte, verweisen die Befunde doch auf die Vielfältigkeit hier potenziell wirksamer Einflüsse. So zeigten sich nicht nur deutliche Rezeptionsunterschiede zwischen Gruppen, die sich hinsichtlich der Merkmale Alter, Bildungshintergrund, Aufwachskontexten und Geschlecht voneinander unterschieden. Erkennbar wurde auch, dass selbst in Freundschaftsgruppen, die in dieser Hinsicht sehr homogen sind und zudem grundlegende politische Orientierungen teilen, erhebliche Unterschiede in der Rezeptionsweise politischer Botschaften bestehen können. Diese Ergebnisse unterstreichen einmal mehr die Notwendigkeit, bei der Gestaltung von Gegenbotschaften diese konzeptionell auch auf die jeweiligen Adressat*innen auszurichten (vgl. Tuck & Silverman 2016).

Als ein relevanter Faktor dafür, ob manipulativer Content erkannt und kritisch eingeordnet wurde, erwies sich das generelle politische Interesse der Teilnehmenden. Dieser Befund entspricht Studienergebnissen, die in Bezug auf dezidiert extremistischen Content vorliegen (vgl. Riesmeyer u.a. 2017). Er verweist darauf, dass für die Resilienzförderung im Umgang mit manipulativem Content auf TikTok auch die Förderung von politischem Interesse als einer Voraussetzung für den Erwerb von politischem Wissen und politischer Urteilsfähigkeit (vgl. Reinemann u.a. 2019) bedeutsam ist.

4.2 Zweifel und Irritationen beim Konsum von desinformierendem und manipulativem TikTok-Content

Wie bereits dargelegt, zeigte sich in den Fokusgruppen eine unterschiedliche Sensibilität der Teilnehmenden gegenüber politisch desinformierenden TikTok-Videos. Die jungen Menschen verfügten offensichtlich über unterschiedlich ausgeprägte Kompetenzen, um entsprechenden Content zu identifizieren und einzuordnen.

Neben diesen individuellen Voraussetzungen auf Rezipient*innenseite erwiesen sich in den Diskussionen allerdings noch weitere Aspekte als bedeutsam dafür, ob manipulativer, desinformierender politischer Content als solcher erkannt wurde oder nicht. Diese bezogen sich zum einen auf die Angebotsseite der Botschaften, zum anderen auf Kontexteinflüsse in der Rezeptionssituation. Im folgenden Abschnitt werden sowohl die Faktoren, die von den jungen Menschen in dieser Hinsicht als relevant benannt wurden, als auch in den Fokusgruppen sich diesbezüglich zeigende Dynamiken diskutiert.

Grundsätzliche Skepsis alleine begründet keine Resilienz

Mit Blick darauf, als wie glaubwürdig Videobotschaften auf TikTok generell bewerten werden, erwiesen sich die jungen Menschen in den Fokusgruppen insgesamt als stark kritisch eingestellt. Gruppenübergreifend wurden von Teilnehmenden konstatiert, dass sie einen Großteil des dort geposteten Contents für manipuliert oder nicht real halten. So reichten die Einschätzungen dazu, wie hoch der Anteil an manipuliertem Content sei, von 70-80% (Fokusgruppe 1) bis zu 90% (Fokusgruppe 2). Ein Teilnehmer brachte diese Haltung mit den Worten zum Ausdruck

„Generell muss man ja, wenn man sich im Internet bewegt, eigentlich mit dem Mindset da rangehen [...] fast nichts, was man so auf Social Media zu sehen bekommt, ist wirklich echt oder entspricht so der Realität“ [Fokusgruppe 1, 01:04:45].

Auch in der Gruppe mit den jüngsten Mitgliedern gab eine Teilnehmerin auf die entsprechende Frage an: „Ich finde es allgemein ein bisschen schwierig, was auf TikTok zu glauben“ [Fokusgruppe 4, 01:18:51].

Auf einer grundsätzlichen Ebene war die Haltung der Teilnehmenden somit in allen Gruppen von starker Skepsis gegenüber dem Wahrheitsgehalt der auf der Plattform geposteten und geteilten Videos geprägt. Interessanterweise galt dies auch für jene Gruppen bzw. Teilnehmende, die die manipulativen, desinformierenden Aussagen im ersten gezeigten Video nicht oder nur teilweise hinterfragten oder - im Falle der jüngsten Gruppe - auch den Fake-Charakter des zweiten Stimulus (siehe Abschnitt 4.1) nicht als solchen erkannten.

Hier zeigten sich Hinweise darauf, dass es in der Zielgruppe zwar ein abstraktes Wissen um Desinformation auf TikTok gibt, dass sich dieses jedoch nicht zwangsläufig in einen kritisch-hinterfragenden Umgang bei der Rezeption übersetzt. Dies bestätigt Erkenntnisse aus der Forschung, denen zufolge der Erwerb

medienbezogenes Wissen alleine noch nicht zu einer kritischen Mediennutzung führt (Martens 2010, Livingstone 2014). Es verweist damit auf die Notwendigkeit, Medienkompetenzförderung nicht auf wissensbasierte Dimensionen engzuführen (vgl. Reinemann u.a. 2019, S.44ff).

Wahrnehmung fehlender Quellen

Als ein Umstand, der eine prinzipiell kritische Haltung gegenüber den auf TikTok postulierten Zusammenhängen oder präsentierten Tatsachen befördere, wurde verschiedentlich ein Fehlen von Quellen und Belegen benannt, wie es für einen Großteil der TikTok-Botschaften charakteristisch ist. Es wurde allerdings auch die Einschätzung vertreten, dass diese kritische Haltung dann nicht gelte, wenn Personen bereits stärker mit den in einem Video vertretenen Grundansichten übereinstimmen. Dieser Mechanismus wurde in einer der Gruppen auch in Bezug auf die eigene Haltung konstatiert: „Ich glaube, das ist auch bei uns so, wenn wir etwas sehen, was unserer politischen Meinung entspricht, dann hinterfragen wir das nicht so sehr und denken uns nicht: Ja, wo ist denn die Quelle dafür?“ [Fokusgruppe Nr. 2, 00:50:03]

Hier zeigt sich erneut ein Bewusstsein für bestimmte Rezeptionsdynamiken bei einigen der Teilnehmenden, verbunden mit dem von den jungen Menschen selbst problematisierten Umstand, dass dieses Wissen in einer konkreten Rezeptionssituation nicht zwangsläufig zu einem kritischen Medienumgang führt. Dies verweist darauf, dass Strategien zur Sensibilisierung gegenüber manipulativem TikTok-Content nicht nur auf die Vermittlung von Informationen zur Angebotsseite setzen sollten, sondern auch eine Sensibilisierung für eigene Wahrnehmungs- und Deutungsschemata beinhalten sollten.

Visuelle Gestaltung und technische Umsetzung

Als ein Kriterium dafür, als wie glaubwürdig sie ein Video wahrnehmen, wurde von den Teilnehmenden in allen Gruppen die formale und technische Umsetzung der Videos benannt.

Videos, die als formal schlecht umgesetzt empfunden werden, zum Beispiel durch unprofessionelle optische Gestaltung oder chaotische Textdarstellungen, wurden dabei gruppenübergreifend als unseriös bewertet. Als weitere Merkmale wurden unvermittelte Übergänge, überladene visuelle Effekte oder laute Musik benannt. Solche Elemente wurden als manipulative Ablenkung vom eigentlichen Inhalt erlebt, was den Befragten zufolge auch Misstrauen gegenüber den Inhalten selbst auslöste. Auch wurde von Teilnehmenden angegeben, dass stark bearbeitete Bilder als offensichtlich manipulativ wahrgenommen würden. Professionell gemachten Videos hingegen wurde mehrfach bescheinigt, dass sie als seriöser und glaubwürdiger wahrgenommen werden.

Hier wird einerseits erkennbar, dass die Teilnehmenden bei der Rezeption von TikTok-Content darauf achten, ob sich anhand der Machart Hinweise auf eine seriöse Herkunft finden. Zugleich zeigt sich damit aber auch ein potenzielles Einfallstor für demokratie- und menschenfeindlichen Content. Denn in Kontexten, in denen das professionelle Erscheinungsbild eines Videos als ein Kriterium für die Seriosität seiner Inhalte fungiert, kann möglicherweise manipulativer und demokratiefeindlicher Content schwerer als solcher identifiziert werden, wenn er -

wie es insbesondere im organisierten extremistischen Spektrum immer häufiger der Fall ist - den ästhetischen und technischen Ansprüchen an professionelle Videoproduktionen Rechnung trägt.

Inhaltliche Irritationen

In den Diskussionen zum zweiten Stimulus (vermeintliches Scholz-Zitat zum möglichen Wiederaufbau der Mauer) zeigte sich, dass die Teilnehmenden neben der formalen Machart des Clips auch dessen inhaltliche Kongruenz als Bewertungskriterium heranzogen. So wurde in den Gruppen, in denen die Glaubwürdigkeit des Videos spontan angezweifelt wurde, als ein wesentlicher Aspekt benannt, dass eine solche Aussage für sie nicht mit den sonstigen politischen Positionen von Olaf Scholz wie auch generell mit der Rolle eines gesamtdeutschen Bundeskanzlers in Einklang zu bringen war.

Nicht eindeutig als Fake identifiziert wurde das Video lediglich in der einen Gruppe, die sich zugleich als am wenigsten interessiert an und informiert über politische Prozesse in Deutschland zeigte.

Zwar löste das Statement in dieser Gruppe ebenfalls eine gewisse Irritation aus. Doch wurde der in den anderen Gruppen benannte inhaltliche Widerspruch zur Rolle und zu den bekannten Positionen des Kanzlers hier offensichtlich nicht wahrgenommen. Vielmehr wurde die Irritation dahingehend aufgelöst, dass ‚die Politik‘ sich offensichtlich nicht entscheiden könne, welche Position sie zu der im Video verhandelten Frage verfolge.

Diese Befunde stützen erneut die bereits in Abschnitt 4.1. diskutierten Zusammenhänge zwischen generellem politischem Interesse und damit einhergehenden Einordnungskompetenzen einerseits und der Resilienz gegenüber politischen Falschinformationen auf TikTok andererseits.

Kommentare anderer Nutzer*innen

Die Kommentarspalte von TikTok wurden in den Fokusgruppen durchweg als integraler Bestandteil der Videos, als „Teil des Contents“, wie es ein Teilnehmer formulierte, thematisiert [Fokusgruppe 1, 00:41:02]. Mehrheitlich gaben die Teilnehmenden an, dass sie bei einem betrachteten Video - häufig schon während des Anschauens - auch die dazugehörige Kommentarspalte lesen, um sich zusätzliche Informationen zu verschaffen oder die eigene Wahrnehmung mit derjenigen anderer Nutzer*innen abzugleichen.

Dabei wurde von einigen Teilnehmenden konstatiert, dass die in den Kommentaren geäußerten Meinungen auch Einfluss darauf hätten, wie das eigene Urteil zu einem Video ausfalle. Ein Teilnehmer präziserte diesen Effekt wie folgt: „Das passiert sehr oft. Wenn die allgemeine Meinung in den Kommentaren in EINE Richtung geht, dann schwanke ich auch mehr in die Richtung. Das passiert ganz unterbewusst“ [Fokusgruppe 3, #00:45:36#].

Gruppenübergreifend wurde aber auch deutlich, dass Kommentare auch bewusst genutzt werden, um die Glaubwürdigkeit eines Videos zu überprüfen und sich ein Urteil zu dessen Inhalten zu bilden. Dies galt den Teilnehmenden zufolge insbesondere dann, wenn sie sich unsicher seien, ob eine Botschaft als

Falschinformation zu bewerten sei. Für diese Fälle wurden die Kommentare anderer Nutzer*innen als primäres Orientierungsangebot in der unmittelbaren Rezeptionssituation benannt. Teilnehmende gaben zudem an, dass ihnen das Verhältnis von Likes zu Kommentaren als ein erster Indikator für die Einordnung eines Videos dient, da ihrer Erfahrung nach polarisierender Content und Falschnachrichten häufig einen verhältnismäßig hohen Anteil an (kritischen) Positionierungen aufwiesen.

Nur ein kleiner Teil der Befragten gab dagegen an, darüber hinaus auch eigene Recherchen zum Wahrheitsgehalt, z.B. auf Google oder auf Bundestagsseiten (im Fall von vermeintlichen Politikeräußerungen) zu betreiben. Gängige Faktencheck-Angebote wie z.B. von Correctiv wurden in keiner der Gruppen benannt.

Die Diskussionen in den Fokusgruppen liefern somit Hinweise darauf, dass Kommentaren anderer Nutzer*innen auf TikTok eine orientierende und einordnende Funktion zukommt, die durchaus Potenziale aufweist, um dem Einfluss von desinformierendem und manipulativem Content entgegenzuwirken. Gleichzeitig gilt es zu bedenken, dass auch in der Kommentarspalte der Plattformalgorithmus greift, so dass polarisierende oder extreme Positionen hier oft an oberster Stelle angezeigt und somit besonders stark rezipiert werden. Die meinungsbildende Funktion der TikTok-Kommentarspalte ist deshalb zumindest als ambivalent zu bewerten bzw. zeigt sich hier erneut der Bedarf nach einer Moderation von Inhalten, um negativen Effekten entgegenzuwirken.

Positionierungen von Peers

In einer der Gruppen zeigte sich zudem, dass und wie auch anderen an einer konkreten Rezeptionssituation beteiligten Personen eine entsprechende Orientierungsfunktion zukommen kann. Es handelte sich hierbei um die Gruppe männlicher Teilnehmer, die zwar grundlegend übereinstimmende politische Orientierungen zeigte, in der sich jedoch ein Teilnehmer durch besonders ausgeprägtes politisches Interesse auszeichnete. Wie bereits weiter oben diskutiert, wurde in dieser Gruppe der gezeigte Stimulus 1 (AfD-Akteur, der den etablierten Parteien ‚Angst vor dem eigenen Volk‘ unterstellt) zunächst in inhaltlicher Hinsicht nicht problematisiert, teilweise wurde sogar Zustimmung zu formulierten Positionen geäußert. Kritische Kommentare bezogen sich anfangs nur auf die formale Gestaltung des Videos. Lediglich dieser Teilnehmer, der sich als Letzter in der Runde äußerte, verortete den Protagonisten politisch zutreffend und kontextualisierte auch die Botschaft entsprechend (vgl. 4.1. Wahrnehmung von manipulativem Content).

Im weiteren Verlauf der Diskussion wurde erkennbar, dass und wie die Einschätzung dieses Gruppenmitglieds auch einen Einfluss auf die Wahrnehmung und das Urteil der anderen Gruppenmitglieder hatte. Denn diese übernahmen in der Folge die politische Einordnung ihres Peers, was bei zwei seiner drei Mitdiskutanten auch zu einer anderen Bewertung des Videos führte. Ein Teilnehmer reflektierte diesen Prozess wie folgt:

„Als ich das Video geguckt habe, habe ich gar nicht darüber nachgedacht. Ich dachte die ganze Zeit auch nicht, dass es ein Politiker wär‘. Ich dachte, das wäre halt einfach ein Typ, der darüber jetzt berichtet. Erst als X darüber geredet hat, ist mir aufgefallen, dass es schon gut sein kann, dass er rechts ist. Und JA, dementsprechend denke ich jetzt auch anders darüber“. [Fokusgruppe 3, 00:32:04]

An dieser Aussage wird zum einen deutlich, wie das Verschleiern von Parteizugehörigkeit auf TikTok die Wahrnehmung einer Botschaft bei politisch weniger informierten Personen (zunächst) erfolgreich beeinflussen kann (vgl. Kap.3, Authentizität als Strategie). Zum anderen zeigt sich aber auch, dass eine kritische Positionierung vertrauter und in der Sache kompetent auftretender Peers in der unmittelbaren Rezeptionssituation zu einer Sensibilisierung für demokratiefeindlichen Content beizutragen vermag.

Dies verweist einmal mehr auf die Bedeutung begleitender Formate, in denen eine gemeinsame Reflexion von rezipiertem Mediencontent stattfindet – wobei sich hier speziell peer-Einflüsse als eine potenzielle Ressource zeigten.

4.3 Kriterien für die attraktive Gestaltung politischen Contents auf TikTok

Dieser Abschnitt stellt die Wahrnehmungen und Überlegungen der Teilnehmenden zu der Frage vor, wie Videos mit politischen Botschaften auf TikTok gestalten sein sollten, damit sie bei jungen Menschen auf Interesse stoßen. Diskutiert wurden diese Kriterien in den Gruppen zunächst getrennt für die Wahrnehmung desinformierenden Contents und für die mögliche Gestaltung geeigneter Gegenbotschaften¹⁰. Da sich bei den jeweils angeführten Kriterien jedoch große Überschneidungen¹¹ zeigten, werden diese aus Gründen der Lesbarkeit in einem gemeinsamen Abschnitt dargestellt.

Formale und technische Umsetzung

Die formale Gestaltung der Videos war das Kriterium, das in allen Fokusgruppen an vorrangiger Stelle thematisiert wurde, wenn es um die Beurteilung der gezeigten Stimuli wie auch um Überlegungen zur Gestaltung eigener Videobotschaften auf TikTok ging. Sie wurde als entscheidend angesehen, um die Aufmerksamkeit junger Adressat*innen auf TikTok zu gewinnen und längerfristig zu binden.

Als besonders wichtig wurde hierbei ein unmittelbar das Interesse weckender Einstieg erachtet. Denn dieser entscheide darüber, ob ein auftauchendes Video weiter betrachtet oder weggewischt werde. In den Worten einer Teilnehmenden: „Wenn in den ersten 1,5 Sekunden was gesagt wird, was das Interesse weckt, dann schaue ich es an“ [00:27:15, Fokusgruppe 2]. Dieses Interesse könne zum Beispiel durch das Aufgreifen eines kontroversen Statements geweckt werden.

Des Weiteren sollten die Videos kurz sein. Verschiedene Teilnehmende gaben hierzu an, dass für sie die Länge eines Videos ein Kriterium für dessen Rezeption sei und dass besonders lange Videos häufig direkt weggewischt würden. Teilnehmende vertraten zudem die Einschätzung, dass die Aufmerksamkeitsspanne unter TikTok-Nutzer*innen eher gering sei. Zur Verlängerung der Aufmerksamkeitsspanne wurden zudem dynamische Schnitte, bewegungsreiche Präsentationen und wechselnde Szenen sowie das auf TikTok gängige Split-Screen-Editing¹² als geeignet erachtet.

Mit Blick auf diese Gestaltungselemente deuteten sich allerdings in den Gruppen mögliche geschlechtsspezifische Differenzen an: Während in den Gruppen mit männlichen Teilnehmenden die Attraktivität dynamischer und kurzweiliger Videos besonders stark hervorgehoben wurde, wurde von einigen weiblichen Teilnehmenden auch eine Vorliebe für ruhigere Designs benannt.

Teilnehmende der Fokusgruppen betonten des Weiteren, dass visualisierende Elemente wie Untertitel, Bilder, Grafiken und Slideshows erheblich dazu beitragen, komplexe Inhalte zu veranschaulichen und Botschaften besser zu verstehen. So begründete ein Teilnehmer seine Vorliebe für einen Creator, dessen Beiträge er regelmäßig konsumiert, wie folgt: „Er ist super sympathisch und er blendet auch viele, viele Schlagwörter ein und Bilder und kurze Clips, viele Bilder, freigesprochen. Ja, und das macht es einfach super. Super übersichtlich und verständlich“ [Fokusgruppe 3, 01:00:31].

Das Integrieren von aktuellen (thematischen wie stilistischen) TikTok-Trends wurde von einigen Befragten als hilfreich erachtet, um „Bubbles“ zu überbrücken und die Sichtbarkeit für Posts zu erhöhen. Wichtig sei hier allerdings, dass diese Trends wirklich Up to Date seien und ihre Nutzung nicht dem Thema unangemessen oder aber ‚unauthentisch‘ (siehe folgender Abschnitt) wirke. Auch innovative Formate, wie Straßeninterviews oder Quiz-Sessions, könnten das Interesse steigern und helfen, Inhalte besser zu verstehen: „Also nicht nur ist es dann so eine Sache von man guckt es sich lieber an, es macht mehr Spaß, sondern man merkt eben auch, dass dort [...] Sachverhalte besser zu verstehen sind“ [Fokusgruppe 1, 01:18:52].

Zudem wurde angemerkt, dass ein einheitliches, wiederkehrendes Design den Wiedererkennungswert erhöhe und auch als professionell wahrgenommen werde, was wiederum (vgl. auch Abschnitt 4.2) das Vertrauen in den Absender erhöhe. Insgesamt wurde in diesem Zusammenhang einer professionellen Umsetzung der Videos eine wichtige Funktion zugeschrieben. In zwei Gruppen wurde allerdings auch thematisiert, dass eine professionelle Produktion zwar seriöser wirke, aber auch eine distanziertere und damit emotional weniger ansprechende Wirkung als eine unprofessionelle Machart haben könne.

Insgesamt zeigte sich in den Diskussionen, dass von den Teilnehmenden – bei gewissen zielgruppenspezifischen Präferenzen – vor allem an einer kurzen Aufmerksamkeitsspanne orientierte Gestaltungsprinzipien sowie Elemente, die auf die visuelle und kreative Verdeutlichung von Sachverhalten setzen, als relevante formale Kriterien für die Attraktivität politischer Ansprachen im Netz erachtet wurden.

Themenwahl und -aufbereitung

Neben der optischen Gestaltung der Videos wurden auch die verhandelten Themen selbst und die Art und Weise ihrer Thematisierung in den Fokusgruppen als bedeutsam erachtet.

So wurde in zwei der vier Gruppen betont, dass politische Inhalte so aufbereitet sein sollten, dass sie klar, schnell verständlich und auch ohne tiefes Vorwissen nachvollziehbar sind. Zu lange Einführungen oder komplexe Sprache wurden dagegen als abschreckend bewertet. Neben einem kurzen, klaren (gegebenenfalls provokanten) Einstieg und einer prägnanten Erläuterung des Themas in 30-40

Sekunden nannten die Teilnehmenden zudem einen Abschluss, der entweder eine klare Botschaft vermittelt oder eine offene Frage stellt.

Dabei wurde der Unterhaltungsfaktor der Videos gruppenübergreifend als ein wesentliches Kriterium für die Attraktivität und den Erfolg eines Beitrags auf TikTok erachtet. In diesem Zusammenhang wurde sowohl in den Gruppen mit männlichen Teilnehmenden, als auch von der älteren Mädchengruppe eine humorvolle Aufbereitung als besonders ansprechend benannt (zum unterschiedlichen Humorverständnis siehe Abschnitt 4.1). In einer der Gruppen wurde allerdings auch die Anforderung benannt, bei der Behandlung politischer Fragen eine stimmige Balance zwischen humorvoller Darstellung und Ernsthaftigkeit der Themen zu finden, um das eigene Anliegen nicht zu diskreditieren. Von den jüngeren Teilnehmenden wurde dagegen grundsätzlich ein ernsthafter und ‚respektvoller‘ Umgang mit politischen Themen, der diese nicht ins Lächerliche ziehe, präferiert.

Der sich hier erneut zeigenden Zielgruppenspezifik von Humor waren sich durchaus auch einige Teilnehmende bewusst. So wurde in einer Gruppe auch die Herausforderung betont, eine Form von Humor zu finden, der verschiedene Zielgruppen anspricht. Als ein konkretes Gestaltungsmittel, um politische Inhalte auf TikTok humoristisch zu vermitteln, wurden verschiedentlich sogenannte ‚Memes‘¹³ benannt.

Die Herstellung von Identifikationsmöglichkeiten wurde als ein weiterer bedeutsamer Aspekt erkennbar: Themen, die einen unmittelbaren Bezug zur Lebensrealität der Zielgruppe besitzen, wurden altersgruppenübergreifend als besonders ansprechend benannt. Daran anknüpfend wurde auch als hilfreich erachtet, Themen so aufzubereiten, dass sie diesen Bezug herstellen und aufzeigen, „wie das Thema, was man gerade behandelt, auch sich auswirkt auf den Zuschauer“ [Fokusgruppe 1, 01:21:04]. Besondere Aufmerksamkeit wurde hierbei solchen Inhalten zugesprochen, die mit Zukunftsängsten oder existentiellen Sorgen verknüpft sind.

Des Weiteren wurde betont, dass eine emotionalisierende Präsentation dieser Themen nachhaltiger wirke und häufig länger im Gedächtnis bleibe. In diesem Zusammenhang wurde von einigen Teilnehmenden auch dystopische oder angstauslösende Szenarien als ein Stilmittel benannt, das ihrer Erfahrung nach die Aufmerksamkeit für und die nachhaltige Erinnerung von Botschaften befördere. Von einigen Teilnehmenden wurde zudem die Beobachtung berichtet, dass Videos, die starke emotionale Reaktionen in Richtung Zustimmung oder Ablehnung auslösen, eine besonders hohes Kommentaraufkommen verzeichnen und dadurch große Aufmerksamkeit erhalten.

Emotionalisierende Strategien wurden demnach als ansprechend und effektiv erlebt. Zugleich wurden sie aber durchaus auch kritisch reflektiert. So problematisierte ein Teilnehmer die Aufmerksamkeitslogik auf TikTok und sich hier für ihn zeigende Widersprüche zu inhaltlichen Zielstellungen wie folgt: „Ich denke natürlich, das ist jetzt in dem Fall dann, wenn es darum geht, Menschen Politik näher zu bringen, eher kontraproduktiv. Aber wenn man das nur darauf anlegt, viral zu gehen, in dem Fall wäre eigentlich das effizienteste quasi entweder nur polarisieren, polarisierende Sachen zu posten und sogar mit Absicht teilweise Falschinformationen dazu einzubauen, weil gerade sowas dann extrem Kommentare anregt und halt Diskussionen anregt und dadurch halt Videos viral macht.[Fokusgruppe 1, 01:15:32]

“ Als „je kontroverser, desto viraler“ [Fokusgruppe 2, 00:39:47], brachte diesen Effekt die Teilnehmerin einer anderen Gruppe, ebenfalls aus einer kritischen Perspektive auf den Punkt. Andere Teilnehmende problematisierten manipulative Effekte, die sie mit emotionalisierenden Ansprachen verbanden.

Zusammenfassend sollten den befragten jungen Menschen zufolge politische Inhalte auf TikTok verständlich und unterhaltsam gestaltet sein. Sie sollten komplexe Themen auf eine zugängliche Weise präsentieren und die Zielgruppe möglichst in ihrer Lebensrealität ‚abholen.‘ Mit Blick auf das Erzielen von Aufmerksamkeit und Reichweite der Botschaften wurde dabei auch ein Spannungsverhältnis zwischen inhaltlichen Ansprüchen an die Vermittlung politischer Themen und den algorithmischen Dynamiken der Plattform problematisiert.

Erscheinungsbild und Präsentationsstil der Akteur*innen

Das äußere Erscheinungsbild und das Auftreten der Akteur*innen in den Videos wurden in allen Fokusgruppen ebenfalls als bedeutsame Einflussfaktoren thematisiert.

Dabei zeigte sich zum einen, dass Habitus und Outfit der Protagonist*innen Einfluss darauf hatten, als wie vertrauenswürdig und seriös die dort vertretenen Botschaften wahrgenommen wurden.

Zum anderen wurde in den Diskussionen zu den gezeigten Stimuli erkennbar, dass sich das, was als ‚vertrauenswürdig‘ und ‚seriös‘ jeweils wahrgenommen wurde, bei den Teilnehmenden durchaus unterschied: Während einige ein sehr gepflegtes und formales Auftreten im Zusammenhang mit politischen Themen (wie z.B. das Tragen eines Anzugs) als ansprechend empfanden, nahmen andere gerade dies als inszeniert oder unauthentisch wahr und präferierten auch in diesem Zusammenhang Akteur*innen, die auf provokante Outfits (wie z.B. ein T-Shirt mit der Aufschrift ‚Eat the rich‘) setzten. Gruppenübergreifend zeigte sich jedoch, dass eine wahrgenommene Professionalität im Auftreten der Akteur*innen dazu beitrug, dass präsentierte Botschaften ernster genommen wurden.

Darüber hinaus wurde hervorgehoben, dass eine persönliche Ansprache, etwa durch Verwendung des ‚Du‘, größere Nähe herstelle, die Vertrauen schaffe und die wahrgenommene Relevanz für die Zielgruppe steigere. Ebenso würden junge Menschen in der Ansprache der eigenen Altersgruppe nahbarer und authentischer wirken, was die Identifikation mit den Protagonist*innen steigere.

Wahrnehmung von Authentizität

Besonders betont wurde in allen Gruppen die Bedeutung, die eine wahrgenommene Authentizität der Akteur*innen für die Attraktivität und Glaubwürdigkeit politischer Botschaften auf TikTok hat. Die Teilnehmenden bevorzugten ‚ehrliche‘ und ‚natürlich‘ wirkende Darstellungen und sie zeigten eine starke Sensibilität gegenüber Präsentationen, die ihnen als unauthentisch erschienen. Den Ausführungen der Teilnehmenden folgend, resultierte die Wahrnehmung einer

Botschaft als ‚authentisch‘ hierbei nicht aus einer bestimmten, definierbaren Form des Auftretens. Als relevant erwies sich vielmehr ein Auftreten in Übereinstimmung mit der jeweils von einer Person erwarteten bzw. dieser Person zugeschriebenen (altersgemäßen, der beruflichen Position angemessenen etc.) sozialen Rolle.

Eine mangelnde Authentizität wurde insbesondere den politischen Ansprachen älterer Menschen bescheinigt, wenn diese versuchen würden, jugendlich zu wirken. Ein Teilnehmer beschrieb dies dahingehend:

„Es probieren ja schon ziemlich viele Politiker oder politische Instanzen irgendwie Themen und dergleichen an die Jugend weiterzubringen. Und sie schaffen es manchmal und schaffen es relativ häufig eben auch nicht, weil sie, glaube ich, nicht so ganz verstehen, wie junge Leute ticken [...] Und ich glaube, was ganz wichtig ist, ist irgendwie Authentizität, also dass es halt nicht so aufgesetzt ist“
[Fokusgruppe 1, 01:13:46].

Junge Menschen reagieren den Befragten zufolge generell kritisch auf Darstellungen älterer Menschen, wenn diese starke Anleihen an jugendkulturellen Stilelementen machen, etwa durch das Verwenden von Jugendsprache, oder jugendliche Tik-Tok-Trends wie z.B. Tanzvideos aufgreifen. Eine solche Übernahme jugendlicher Ausdrucksformen werde demnach schnell als aufgesetzt und anbiedernd wahrgenommen. Dagegen bevorzugten die Teilnehmenden ein Auftreten, das „low key“ [00:36:00, Fokusgruppe 1] agiere, indem es gewählte Stilmittel zurückhaltend einsetze und – aus ihrer Perspektive - altersbeziehungsweise rollenkonform blieb.

Politische oder gesellschaftlich relevante Inhalte sollten mehreren Teilnehmenden zufolge zudem professionell und seriös präsentiert werden, ohne dabei steif oder distanziert zu wirken. Übertriebene Lockerheit, wie sie etwa durch Challenges oder ähnliche Formate vermittelt wird, wurde in zwei der Fokusgruppen bei diesen Themen als unpassend erachtet und als wenig glaubwürdig bewertet.

Zusammenfassend zeigte sich in den Gruppen, dass auch das Auftreten der Protagonist*innen Einfluss auf die Wahrnehmung der präsentierten Inhalte hatte bzw. als diesbezüglich relevant erachtet wurde.

Von zentraler Bedeutung erwies sich hierbei, dass Verhalten und Erscheinungsbild der Akteur*innen als ‚authentisch‘ wahrgenommen wurden. Zwar zeigten sich auch hier wieder subjektive Rezeptionsunterschiede dahingehend, dass Vorstellungen von einem ansprechenden und authentischen Erscheinungsbild keineswegs einheitlich waren. Übereinstimmend wurden jedoch ein altersgemäßes Auftreten und die Vermeidung jugendkultureller Aneignungen als hierfür zentral erachtet.

Des Weiteren wurden eine persönliche Ansprache, insbesondere durch Gleichaltrige, sowie ein professionelles, nicht zu unernstes Auftreten als das Vertrauen in Absender und Inhalte befördernd erachtet.

Zusammenarbeit mit Creator*innen und Role Models

Die Zusammenarbeit mit bekannten Creator*innen wurde in den Fokusgruppen mehrfach als vielversprechender Ansatz benannt, um politische Inhalte effektiv auf TikTok zu präsentieren¹⁴. Dabei wurde es jedoch als maßgeblich erachtet, dass das Engagement der Creator*innen authentisch wirke (s.o.) und dass es inhaltlich wie stilistisch stimmig integriert sei. Ein Teilnehmer führte hierzu aus: „Wenn sie es schaffen würden, in ihren normalen Content, in ihre Verhaltensweise und in ihr Auftreten diese Information trotzdem einzubauen, so dass sie auch verständlich und sinnvoll ist, dann fände ich das definitiv cool“ [Fokusgruppe 1, 01:47:53].

Teilnehmende schlugen zudem als politisch ‚neutral‘ wahrgenommene und respektierte Persönlichkeiten vor, die ein breites Publikum erreichen könnten. Susanne Daubner wurde hierbei mehrfach als geeignetes Beispiel genannt, da sie weder für eine bestimmte politische Meinung stehe noch einem bestimmten politischen Lager zuzuordnen sei. Auch die Zusammenarbeit mit anerkannten Role Models wie Sportler*innen oder Musiker*innen wurde als möglicher Weg gesehen, um breite jugendliche Zielgruppen – unabhängig von ihrer politischen Verortung – anzusprechen und so die Reichweite und Wirkung politischer Inhalte zu steigern.

Zusammenfassend wurde die Zusammenarbeit mit glaubwürdigen, respektierten und für junge Menschen interessanten Personen in den Fokusgruppen als eine effektive Strategie erachtet, um politische Inhalte auf TikTok zu präsentieren. Dabei wurde jedoch die Notwendigkeit hervorgehoben, dass die Kooperationspartner*innen die zu vermittelnden Inhalte in stimmiger, authentisch wirkender Weise in ihre reguläre Content-Produktion integrieren.

5 Gestaltung von Gegenstrategien

5.1 Gegenmaßnahmen

In diesem Kapitel werden existierende Ansätze vorgestellt und diskutiert, die entwickelt wurden, um manipulativem und desinformierendem Agieren demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen auf TikTok entgegenzutreten.

Im Fokus stehen hierbei sowohl Strategien, mit denen Nutzer*innen sensibilisiert werden sollen, als auch solche, die darauf abzielen, die Verbreitung manipulativer Inhalte zu begrenzen.

Pre-Bunking und De-Bunking

Pre-Bunking und De-Bunking sind etablierte Strategien zur Bekämpfung von Desinformation, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten der Informationsverbreitung ansetzen.

Pre-Bunking zielt darauf ab, Menschen vorab über die Mechanismen und Techniken von Desinformation aufzuklären, um ihre Widerstandsfähigkeit zu stärken. Ein Beispiel ist eine europaweite Videokampagne, die im Juni 2023 von der Google-Tochter Jigsaw in Zusammenarbeit mit Partnern wie klicksafe gestartet wurde. Die Kampagne besteht aus drei Videos, die auf häufig genutzte Desinformationstechniken aufmerksam machen. Diese Videos werden auf Plattformen wie YouTube, Instagram und Facebook ausgespielt, um Nutzer*innen für Desinformation zu sensibilisieren und präventiv Schutzmechanismen zu etablieren (www.klicksafe.de/news/prebunking-kampagne-sensibilisiert-fuer-desinformation).

De-Bunking setzt dagegen darauf, bereits verbreitete Desinformation zu identifizieren und mit faktenbasierten Informationen zu widerlegen. Ein Beispiel hierfür ist CORRECTIV.Faktencheck, eine eigenständige Redaktion des gemeinnützigen Recherchezentrums CORRECTIV, die sich gegen Desinformation im Netz einsetzt (correctiv.org/faktencheck). Die Redaktion überprüft strittige Inhalte,

klärt auf und bietet Nutzer*innen Hilfestellungen, wie sie sich selbst vor Falschmeldungen schützen können.

Beiden Ansätzen werden in der Fachwelt durchaus positive Effekte bescheinigt (u.a. Hoes et al. 2024); beide stehen aber auch in der Kritik. So heben Studien hervor, dass übermäßige Warnungen vor Desinformation negative Effekte haben können: Besonders bei Jugendlichen könne eine starke Sensibilisierung zu einem generellen Misstrauen gegenüber Medien führen, was auch die Akzeptanz korrekter Informationen gefährden könnte. Diese Übersensibilisierung berge das Risiko, den demokratischen Diskurs zu schwächen, indem sie das Vertrauen in Medien insgesamt untergräbt (z.B. Hoes et al. 2024). Eine weitere Herausforderung ist, dass Pre-Bunking und De-Bunking unbeabsichtigt die Narrative der Desinformation verstärken können. Pre-Bunking benennt Mechanismen oder Narrative von Desinformation oder deutet sie präventiv an, wodurch sie bei unvorbereiteten Nutzer*innen haften bleiben könnten. De-Bunking hingegen wiederholt die falschen Aussagen, selbst wenn sie als falsch gekennzeichnet werden, und kann damit, durch den sogenannten Wahrheitseffekt, ihre Glaubwürdigkeit erhöhen (Harnischmacher et al. 2020).

Pre-Bunking und De-Bunking stellen wichtige Ansätze dar, um der Verbreitung von Desinformation auf Plattformen wie TikTok entgegenzuwirken. Denn sie sensibilisieren die Gesellschaft für Manipulationstechniken und fördern kritisches Denken. Gleichzeitig müssen die Grenzen dieser Ansätze berücksichtigt werden, insbesondere das Risiko einer unbeabsichtigten Verstärkung von Desinformationsnarrativen und einer Übersensibilisierung, die das Vertrauen in die Medienlandschaft gefährden könnte.

Informations- und Narrativkampagnen

Um der Beeinflussung junger Menschen auf Plattformen wie TikTok entgegenzuwirken, setzen verschiedene Akteur*innen auf Informations- und Narrativkampagnen. Ziel ist es zum einen, junge Nutzer*innen für manipulative Inhalte zu sensibilisieren und sie so besser vor entsprechendem Content zu schützen. Zum anderen sollen demokratische und progressive Inhalte gefördert werden, um demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen nicht das Feld zu überlassen und eine kreative und ansprechende Vermittlung verlässlicher Informationen zu gewährleisten.

Ein erfolgreiches Beispiel ist der TikTok-Kanal der Tagesschau, der mit über 1,6 Millionen Followern und mehr als 54,2 Millionen Likes (Stand: Dezember 2024) zu den reichweitenstärksten journalistischen Angeboten auf der Plattform zählt. Laut Thomas Hestermann, Professor für Journalismus an der Hochschule Macromedia, erreicht die Tagesschau damit ein junges Publikum und vermittelt verlässliche Informationen auf eine zugängliche Weise (Hestermann 2022). Eine weitere Initiative ist die Kampagne "#ReclaimTikTok", die Anfang 2024 von Aktivist*innen, darunter Magdalena Hess von Fridays for Future, gestartet wurde. Diese Kampagne zielt darauf ab, TikTok mit progressiven und demokratischen Inhalten zu stärken und der Verbreitung rechtsextremer Propaganda entgegenzuwirken (Hess 2024, <https://www.egofm.de/blog/reclaim-tiktok?>).

Studien haben gezeigt, dass durch demokratische Gegenrede (Haingartner 2021; Silverman u.a. 2016) unter bestimmten Bedingungen undemokratischer Content, z.

B. in Kommentarspalten, zurückgehen kann. Gleichzeitig werden aber auch Herausforderungen bei der Implementierung von Gegennarrativen auf TikTok diskutiert. Ein Punkt hierbei lautet, dass polarisierende Inhalte häufig als "Selling Point" für extremistische Inhalte fungieren, da sie durch emotionale Resonanz besonders erfolgreich sind. Gegennarrative, die oft sachlicher und weniger emotional sind, könnten von der Zielgruppe ignoriert oder als irrelevant wahrgenommen werden, was die Effektivität solcher Strategien einschränke (ufuq.de 2024). Das verweist auf die Notwendigkeit, dass Informationskampagnen nicht nur inhaltlich fundiert, sondern auch kreativ und emotional ansprechend gestaltet werden, um die gewünschte Wirkung bei den Zielgruppen zu erzielen.

Teilweise zeigte sich in Studien allerdings auch, dass Online-Gegenrede wiederum extremistische Reaktionen provozieren kann - was letztlich ebenfalls zur Reproduktion jener Positionen beitrage, die durch die Intervention bekämpft werden sollen (Schmitt u.a. 2017). Nicht nur aus inhaltlichen Gründen, sondern auch, um solche kontraproduktiven Dynamiken zu vermeiden, erscheint es deshalb angezeigt, bei der Gestaltung von Gegenbotschaften von stark emotionalisierenden und polarisierenden Darstellungen Abstand zu nehmen. Dennoch sind solche Effekte nicht auszuschließen und mögliche Umgangsweisen mit entsprechenden Reaktionen bei der Planung von Aktivitäten (etwa in Gestalt von Sicherheitskonzepten) mitzudenken, um sowohl jugendliche Adressat*innen, als auch Mitarbeitende von Projekten zu schützen.

Medienkompetenzförderung

Die Förderung von Medienkompetenz gilt in der Fachwelt als essenziell, um die Resilienz junger Menschen gegenüber Manipulation und Desinformation zu stärken.

Medienkompetenz wird von Ganguin und Sander, orientiert am Medienkompetenzmodell von Dieter Baackes, als die Fähigkeit definiert, „mit Medien vertraut zu sein, sie sinnvoll für sich nutzen zu können und sie für den zwischenmenschlichen Austausch einsetzen zu können“ (Ganguin und Sander 2023). Als zentrale Kompetenzdimensionen gelten hierbei Medienkunde, Mediennutzung, Mediengestaltung und Medienkritik (ebd.). Neben der Überprüfung der Richtigkeit von Informationen geht es bei Letzterer auch darum, die emotionalen und sozialen Auswirkungen von Medieninhalten zu reflektieren (Frischlich 2019a).

Als erforderlich wird dabei in der Fachwelt einerseits erachtet, Medienkompetenzförderung im schulischen Kontext - durch die Etablierung bzw. Stärkung eines entsprechenden Schulfachs, aber auch als Querschnittsaufgabe - systematisch zu integrieren (z.B. Nickel und Ganguin 2023). Andererseits gilt es aber auch, diese in außerschulischen Lernwelten wie der - offline wie digital agierenden - Jugendarbeit zu implementieren (Ganguin und Sander 2023).

Neben Bestrebungen, Medienkompetenz stärker in Curricula und (sozial)pädagogischen Ausbildungsgängen zu verankern, existieren auch bereits eine Reihe von Projekten¹⁵, von denen hier stellvertretend zwei Ansätze genannt seien: Eine beispielhafte Initiative im schulischen Kontext ist die Organisation Lie Detectors, die europaweit mit jungen Menschen und Lehrkräften arbeitet. Ziel ist es, zwischen Fakten und Falschinformationen zu unterscheiden und die Prinzipien und Arbeitsweisen von professionellem Journalismus zu verstehen. Dies soll nicht nur die Fähigkeiten im Umgang mit Medien stärken, sondern auch die schädlichen

Auswirkungen von Desinformation und Polarisierung auf die Demokratie minimieren (lie-detectors.org). Ein Beispiel aus dem Kontext Jugendarbeit ist das Projekt Isso! von RISE, das Jugendliche mit lebensweltorientierten Methoden befähigt, Desinformationen zu erkennen und kritisch zu hinterfragen. In Zusammenarbeit mit Jugendeinrichtungen in Berlin und Nürnberg wurden praxisnahe Ansätze entwickelt, die junge Menschen zur Reflexion von Online-Informationen anregen. Darüber hinaus bietet Isso! Weiterbildungsformate für Fachkräfte an und stellt alle entwickelten Materialien als Open Educational Resources zur Verfügung (rise-jugendkultur.de/isso/).

Medienkompetenzförderung kann als wesentlich erachtet werden, um die Beeinflussung junger Menschen auf TikTok zu minimieren und diese für die negativen Folgen von Desinformation für Gesellschaft, Demokratie und das friedliche Zusammenleben zu sensibilisieren. Sie vermittelt notwendige Fähigkeiten, um Inhalte kritisch zu analysieren, manipulative Strategien zu erkennen und einen konstruktiven Umgang mit Medieninhalten zu entwickeln.

Förderung von politischem Interesse und politischer Urteilsfähigkeit

In den Fokusgruppen bestätigte sich, dass der Grad des persönlichen politischen Interesses eng damit verbunden ist, wie sehr Personen in der Lage sind, politische Aussagen inhaltlich zu verorten und einzuordnen (vgl. Reinemann u.a. 2019, S.41). Sie verdeutlichten darüber hinaus, dass eine entsprechende politische Urteilsfähigkeit ein bedeutsamer Resilienzfaktor gegenüber politischer Desinformation auf TikTok sind.

Aus der Forschung zu politischer Sozialisation ist bekannt, dass die Fähigkeiten, die für die Einordnung politischer Fragestellungen notwendig sind, sich im Laufe des Jugendalters herausbilden

(u.a. Shehata & Amna 2019). Studien zeigen allerdings auch, dass gerade jüngere, weniger Interessierte und Jugendliche aus bildungsfernen Familien deutlich geringer ausgeprägte Kompetenzen bei der Beurteilung politischer Sachverhalte wie auch in der Übertragung vorhandenen politischen Wissens auf diese Sachverhalte zeigen (Schneekloth 2015; Deutz-Schröder et al. 2012).

Hier zeigt sich ein genereller Bedarf, das Interesse junger Menschen für Politik zu fördern, was unter anderem auch beinhaltet, sie (wieder) stärker an konventionelle Politikformen des demokratischen Systems heranzuführen. Die Stärkung der schulischen wie außerschulischen politischen Bildung, aber auch der Ausbau von Möglichkeiten für junge Menschen, an politischen Entscheidungsprozessen – etwa in Schule und Sozialraum – unmittelbar zu partizipieren, ist deshalb nicht nur aus demokratiethoretischer Sicht wünschenswert, sondern auch als Beitrag zur präventiven Auseinandersetzung mit antidemokratischer Desinformation im Netz.

Abstimmung und Netzwerkarbeit

Die Notwendigkeit von Abstimmung und Netzwerkarbeit wurde im Rahmen des Projektes insbesondere von Seiten der befragten Expert*innen deutlich hervorgehoben. Um der Beeinflussung junger Menschen auf Plattformen wie TikTok

effektiv entgegenzutreten, ist demzufolge eine enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Initiativen notwendig. Abstimmung und Netzwerkbildung ermöglichen es, Expertise zu bündeln, voneinander zu lernen und Maßnahmen zu optimieren. Ein Beispiel hierfür war das bis 2024 vom Bundesfamilienministerium geförderte „Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz“, das sich nicht nur der Bereitstellung von Beratungsangeboten und Informationen widmete, sondern auch die Vernetzung zivilgesellschaftlicher Akteur*innen förderte (www.kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de)¹⁶. Eine weitere bedeutende Initiative ist #UseTheNews, die die Nachrichtennutzung und -kompetenz junger Menschen erforscht und neue Informations- und Bildungsangebote entwickelt. In Zusammenarbeit mit Partner*innen aus Medien, Bildung und Forschung zielt dieses Netzwerk darauf ab, Jugendliche und junge Erwachsene besser mit journalistischen Nachrichten zu erreichen und ihre Nachrichtenkompetenz zu stärken (#UseTheNews; <https://www.usethenews.de/de>). Diese Beispiele verdeutlichen, dass Abstimmung und Netzwerkarbeit bereits vereinzelt durchgeführt werden. Jedoch bedarf es weiterer Anstrengungen, um eine umfassende und koordinierte Strategie zu entwickeln, die alle relevanten Akteur*innen einbezieht.

5.2 Empfehlungen für weiterführende Ansätze

Über die etablierten Gegenmaßnahmen hinaus stellt sich die Frage, welche zusätzlichen Ansätze entwickelt und implementiert werden könnten, um demokratie- und menschenfeindlichen Inhalten auf TikTok effektiv entgegenzuwirken. Dieses Kapitel beleuchtet mögliche Ansätze, die nicht nur bestehende Lücken schließen, sondern auch die Potenziale der Plattform nutzen, um positive und demokratiefördernde Narrative zu stärken. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie zielgruppengerechte Formate und Inhalte so eingesetzt werden können, dass sie für ein demokratisches Miteinander relevante Werte wie Respekt, Toleranz und Empathie vermitteln.

Nutzung der Plattform TikTok

Die aufbereitete Fachliteratur zeigt, wie sehr der Algorithmus auf TikTok darauf ausgerichtet ist, emotionalisierenden und polarisierenden Content zu begünstigen. Pädagogische Angebote mit der Zielstellung, als Gegengewicht zu den Botschaften demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen zu fungieren, sind allerdings den Prinzipien des sogenannten „Beutelsbacher Konsenses“ (Wehling 1977) verpflichtet, der eine faire, demokratische und ideologiefreie Auseinandersetzung mit politischen Themen gewährleisten soll. Gemäß diesen Prinzipien sind sie gehalten, kontrovers diskutierte Themen stets ausgewogen darzustellen und überwältigende Formen der Ansprache zu vermeiden. Inhalte dieses Zuschnitts werden jedoch durch den Algorithmus der Plattform weit weniger berücksichtigt. Hinzu kommt, dass der fachliche Anspruch an Differenziertheit und Sachlichkeit der Darstellung auch in einem gewissen Spannungsverhältnis zu bestimmten Rezeptionspräferenzen jugendlicher TikTok-Nutzer*innen steht, wie sie auch in den Fokusgruppen deutlich wurden (Stichwort: Aufmerksamkeitsspannen, s. auch nächster Abschnitt, „Formale und konzeptionelle Aspekte“).

Politische Bildungsarbeit steht somit vor der Entscheidung, aufgrund dieser ungleichen Rezeptionschancen auf eine Nutzung der Plattform grundsätzlich zu verzichten oder aber, im Wissen um diese Beschränkungen, dennoch nach Wegen zu suchen, um die Präsenz von Demokratie und Menschenrechte befürwortenden Stimmen und Inhalten auch auf diesem Medium zu stärken.

Für den zweiten Weg sprechen Erfahrungen mit positiven Beispielen. Die Kampagne „#ReclaimTikTok“ zeigt etwa, dass auch weniger polarisierende und emotionalisierende Inhalte auf TikTok signifikante Aufmerksamkeit erhalten können. Der Abschlussbericht des von 2020 bis 2024 realisierten Projekts „Extremismus Prävention Online“, in dem die Nutzung sozialer Medien zur Extremismusprävention erprobt wurde, kommt ebenfalls zu dem Ergebnis, dass die Plattform TikTok für diese Arbeit großes Potenzial bietet (Suder et al. 2024).

Auch kann gefragt werden, ob der verhältnismäßig späte Einstieg demokratischer Parteien auf TikTok möglicherweise mit dazu beitrug, dass demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen in kurzer Zeit eine solche Dominanz auf diesem Format entwickeln¹⁷ und so umfassende Multiplikator*innennetzwerke aufbauen konnten.

Vor diesem Hintergrund wird hier die Position vertreten, dass die Nutzung von TikTok durch demokratie- und friedensfördernde Akteur*innen durchaus Potentiale bietet, Manipulation und Desinformation in der Gesellschaft und insbesondere bei jungen Menschen etwas entgegenzusetzen. Doch sind die Erwartungen an entsprechende Aktivitäten insofern zu relativieren, als sowohl der profitorientierte Plattformalgorithmus wie auch die Sehgewohnheiten der Nutzer*innen diesen Inhalten stets geringere Verbreitungschancen als demokratiefeindlichen, auf Polarisierung und Emotionalisierung setzenden Inhalten eröffnen werden.

Formale und konzeptionelle Aspekte der Ansprache

Die Fokusgruppen liefern eine Reihe von Anhaltspunkten, wie eine geeignete Ansprache junger Menschen durch demokratie- und menschenrechtsorientierte Medienangebote auf TikTok gestaltet werden sollte. Zusammengefasst lässt sich folgende Empfehlung aussprechen: Eine effektive Ansprache junger Menschen auf TikTok erfordert eine durchdachte Kombination aus inhaltlicher Relevanz, visueller Gestaltung und emotionaler Anbindung.

Der Einstieg in ein Video spielt eine wesentliche Rolle, da er über die Aufmerksamkeit der Nutzer*innen entscheidet. Videos sollten in den ersten 1,5 Sekunden eine fesselnde Botschaft vermitteln oder ein kontroverses Statement aufgreifen, um das Interesse sofort zu wecken. Für den weiteren Verlauf sind Untertitel hilfreich, um die Aufmerksamkeit zu halten. Die Inhalte müssen klar und präzise vermittelt werden. Zu lange Einführungen oder komplexe Sprache schrecken ab, wohingegen kurze, leicht verständliche Botschaften zugänglicher sind. Der Einsatz von Bildern, Grafiken oder Slideshows wurde ebenfalls als hilfreich erachtet, um komplexe Themen besser zu veranschaulichen. Ein wiederkehrendes Format oder konsistente visuelle Elemente erhöhen den Befragten zufolge den Wiedererkennungswert und schaffen Vertrauen in die Absender*innen. Die Gestaltung sollte dynamisch sein, mit schnellen Schnitten und abwechslungsreichen Szenen.

Teilnehmende der Fokusgruppen empfahlen zudem, Themen so zu präsentieren, dass sie einen direkten Bezug zur Lebenswelt der Zielgruppe herstellen. Dies fördere demnach die Identifikation mit den Inhalten und steigere die Relevanz. Angeregt wurde auch, mit Creator*innen und anderen Role Models zusammenzuarbeiten. Dabei sahen einige Befragte insbesondere Personen als geeignet an, die nicht in einem bestimmten politischen Spektrum verortet werden sowie Personen, deren Reputation bei jungen Menschen aus anderen, nicht-politischen Themenfeldern - etwa bei jungen Menschen angesagte Sportarten oder Musikrichtungen - resultiert. Als wichtig wurde hierbei allerdings benannt, dass ein solches Engagement ‚authentisch‘ wirke und sich stimmig in das übliche Auftreten einfüge.

Ein weiterer Vorschlag lautete, populäre TikTok-Trends aufzugreifen, um Reichweite und Sichtbarkeit der Ansprachen zu erhöhen. Dies wurde jedoch ebenfalls nur als sinnvoll angesehen, wenn es in authentisch wirkender Weise integriert werde. Formate wie Interviews oder Quizrunden wurden als besonders wirkungsvoll beschrieben, da sie die Zielgruppe aktiv einbänden und gleichzeitig informativ seien. Das bestätigt aus Nutzer*innenperspektive die Bedeutung, die partizipativen Ansätzen bei der Gestaltung von Angeboten auch im digitalen Raum zukommt.

Herausgestellt wurden von den Teilnehmenden zudem die Bedeutung des Wiedererkennungswerts sowohl der Form (Video-Schnitt, Schriftzüge, etc.) als auch der Personen in den Videos und Kommentarspalten. Dies verweist darauf, dass entsprechende Ansätze nicht als einmalige Aktion geplant werden sollten, sondern zum einen eine gewisse Laufzeit voraussetzen, um sich zu etablieren, und zum anderen eine vernünftige Moderation der Kommentarspalte gewährleisten müssen.

Die Studie verdeutlicht somit, dass für eine erfolgreiche Ansprache von jungen Menschen auf TikTok nicht nur Aspekte der formalen Gestaltung bedeutsam sind, sondern dass diese auch aus einer inhaltlichen Orientierung an den Bedürfnissen der Zielgruppe sowie aus geeigneten Rahmenbedingungen für die Umsetzung solcher Aktivitäten resultiert.

Friedensfördernde Ansätze

Während Medienkompetenzförderung bereits einen relevanten Teil der Demokratieförderung auf und zu Online-Plattformen ausmacht, ist die digitale Friedenspädagogik ein weiterer vielversprechender, bisher jedoch erst vereinzelt genutzter Ansatz, um der Ansprache junger Menschen durch demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen etwas entgegenzusetzen.¹⁸ Denn um die Widerstandsfähigkeit einer digitalen Gesellschaft in Bezug auf Desinformation zu stärken, gilt es auch friedenspädagogische Fähigkeiten zu fördern, wie etwa Konflikt-, Dialog- und Empathiefähigkeit. Auch kritisches Denken und Ambiguitätstoleranz tragen zur Resilienz gegenüber Desinformation und ihrer manipulativen Wirkung bei. Jäger (2010) beschreibt Friedenspädagogik als sowohl eine Pädagogik über den Frieden wie auch eine „friedliche Pädagogik“, aus der sich ein Reflexionsziel (Was ist Frieden?), ein Aktionsziel (friedliches Handeln und friedliche Konflikttransformation, gewaltfreie Konflikttransformation, gewaltfreie Aktion) und ein Haltungsziel (friedliches Handeln aus eigener Werteüberzeugung) ableiten lassen. Um eine Kultur des Friedens zu fördern, nutzt die Friedenspädagogik verschiedene Konzepte wie das der Konflikttransformation, welche hilft, Konflikt als Chance zu begreifen, aber auch das Aufzeigen von

Handlungsoptionen, das Entwickeln von (positiven) Zukunftsvisionen oder das Üben von Perspektivwechseln. Auch die digitale Friedenspädagogik zielt auf die Initiierung umfassender und ganzheitlicher Lernprozesse ab, orientiert am Leitwert Frieden, und fokussiert sich dabei auf den digitalen Raum bzw. auf den Einsatz digitaler Tools bzw. Methoden (Rieber 2022).

Lernprozesse, die ein friedliches Zusammenleben ermöglichen und fördern, sowohl im analogen wie auch digitalen Raum, sind in Zeiten sich verschärfender Konflikte im In- und Ausland, zunehmender Polarisierung von Themen und angesichts der Funktionsweise der Plattformen umso wichtiger. Jugendliche werden, ob gewollt oder ungewollt, in ihrem Social Media Feed mit Kriegsbildern und anderen gewaltvollen Inhalten konfrontiert (Cadier 2022). Während des Kriegs gegen die Ukraine etwa wurde TikTok zu einem zentralen Ort, der Bilder direkt aus dem Kriegsgeschehen zeigte, aber auch Propaganda und Desinformation der Kriegsparteien (Bösch, 2022). Die zunehmende Verbreitung von Desinformation und anderer Formen der Manipulation, die sich sowohl auf (internationale) Konfliktlagen als auch auf das Individuum auswirken können, erfordert deshalb ganzheitliche Ansätze wie den der digitalen Friedenspädagogik. Diese zeigt Menschen Handlungsmöglichkeiten auf und ermutigt zur Teilhabe im digitalen Raum, auch als Beitrag zur Demokratie.

Die digitale Friedenspädagogik verfügt somit über vielversprechende Ansätze in der Auseinandersetzung mit Manipulation und Desinformation, die bisher in der Arbeit demokratiefördernder Akteur*innen noch nicht systematisch genutzt werden.

6 Zusammenfassung und Fazit

In diesem Bericht wurden die zentralen Ergebnisse der Vorstudie zu einer medialen Narrativkampagne vorgestellt, mit der Jugendliche und junge Erwachsene im Vorfeld der Bundestagswahl 2025 für Desinformation und Verschwörungserzählungen auf TikTok sensibilisiert werden sollten. Gegenstand der Vorstudie waren das Agieren demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen auf TikTok, die Rezeption entsprechenden Contents durch junge Menschen und die Gestaltung geeigneter Gegenstrategien. Zu diesem Zweck wurde zum einen der aktuelle Wissensstand zur Gestaltung und Verbreitung von Manipulation und Desinformation auf TikTok zusammengetragen, zum anderen wurden in einer explorativen Studie Rezeptionsweisen junger Menschen im Rahmen von Fokusgruppen beleuchtet. Auf dieser Basis wurden Empfehlungen für die Entwicklung digitaler Gegenstrategien formuliert.

Agieren demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen

Die Ergebnisse verdeutlichen zunächst, dass TikTok nicht nur eine Unterhaltungsplattform ist, sondern durch die spezifischen Mechanismen seines Algorithmus als ein überaus geeignetes Instrument für die Verbreitung manipulativer Inhalte fungiert. Algorithmische Verstärkung auf TikTok bewirkt, dass emotionalisierende und polarisierende Inhalte bevorzugt angezeigt werden. Demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen nutzen diese Dynamiken, um eine breite Reichweite zu erzielen und insbesondere junge Menschen mit ihren Botschaften anzusprechen. Die Beliebtheit der Plattform bei jungen Menschen, die Verwendung von Multiplikator*innennetzwerken sowie der Einsatz von Künstlicher Intelligenz für die Erstellung von Inhalten tragen entscheidend dazu bei, die Wirksamkeit dieser Strategien zu erhöhen. Strategien wie das Vermeiden offener (partei)politischer Bezüge und die Inszenierung von Authentizität verstärken die Attraktivität und Glaubwürdigkeit dieser Inhalte für junge Zielgruppen.

Rezeption durch junge Menschen

Mit Blick auf die Rezeption dieser Ansprachen durch junge Menschen bestätigte sich, in Übereinstimmung mit vorliegenden Befunden der Medienrezeptionsforschung, dass diese von einer Vielzahl von Einflüssen abhängig ist. Bei der Einordnung von und beim Umgang mit Inhalten zeigten sich in dieser

Erhebung insbesondere konkrete Hinweise auf eine Relevanz des generellen politischen Interesses. Deutliche Unterschiede zeigten sich zudem zwischen Gruppen, die sich in Bezug auf Alter, Bildungshintergrund und sozialräumliche Aufwuchs-kontexte unterschieden. Das Design ließ hier allerdings keine Schlussfolgerungen zur jeweiligen Relevanz dieser unterschiedlichen Faktoren zu.

Gruppen und Teilnehmende übergreifend wurde darüber hinaus erkennbar, dass die formale Gestaltung von manipulativem und desinformierendem Content Einfluss darauf hatte, wie kritisch diesem begegnet wurde. Dabei stach insbesondere das Kriterium der Professionalität hervor: Videos, deren Machart als ‚unprofessionell‘ wahrgenommen wurde, wurde mit größerer Skepsis begegnet. Dagegen wurde professionellen Gestaltungsweisen bescheinigt, auch das Vertrauen in Absender und Inhalte zu befördern. Als ein weiteres relevantes Merkmal erwies sich die wahrgenommene Authentizität von Akteur*innen.

Obwohl sich die Teilnehmenden mehrheitlich dezidiert kritisch gegenüber antidemokratischem Content positionierten, berichteten sie – in Übereinstimmung mit vorliegenden Daten zum Mediennutzungsverhalten – nur in sehr begrenztem Umfang ein mediales Interagieren mit entsprechendem Content zum Zweck der politischen Gegenpositionierung. Gleichzeitig wurde erkennbar, dass derartige Positionierungen, wenn sie erfolgten, primär mit negativen Reaktionen im Netz verbunden waren.

Beim Umgang mit als solchem erkannten desinformierendem Content wurden genderspezifische Differenzen sichtbar. So gaben weibliche Teilnehmende an, in der Regel nicht weiter mit diesem zu interagieren. Bei männlichen Teilnehmenden erwies sich dagegen als eine mögliche Rezeptionsform eine humorvolle Betrachtung im Sinne eines Lachens „über“ die Creator*innen, die durchaus mit inhaltlicher Ablehnung vereinbar war. In diesem Zusammenhang zeigte sich auch, wie Rezipient*innen, die Desinformation erkennen und ihren Inhalten ablehnend gegenüberstehen, zu deren Verbreitung - nämlich in ironisch-humvoller Absicht - beitragen können.

Die subjektiven Unterschiede von Rezeptionsweisen in den sozio-demografisch recht homogenen Freund*innengruppen verweisen darüber hinaus auf die Relevanz weiterer Faktoren, die im Rahmen des gewählten Designs jedoch nicht zu erfassen waren.

Schließlich bestätigten die Fokusgruppen auch die für andere Medienformate bereits belegte Bedeutung situativer Einflüsse auf die subjektive Rezeption von Inhalten.

Erkennbar wurde zum einen eine große Bedeutung der Kommentarspalten im Rezeptionsprozess, die von den Befragten als zentrales Medium zur Einordnung von Inhalten und zur Beurteilung von deren Glaubwürdigkeit genutzt werden. Hier zeigt sich einmal eine potenziell präventive Bedeutung dieses Formats. Allerdings können durch diese Funktion auch manipulative und polarisierende Narrative befördert werden, wenn emotionalisierende Inhalte und extreme Meinungen die Diskussionsdynamik dominieren. Dies unterstreicht zum einen, dass demokratisch orientierte Gegenrede auch in diesem Format bedeutsam ist. Zum anderen verweist es darauf, dass entsprechende Projekte auch den Schutz von Personen, die sich in

dieser Weise engagieren, vor problematischen Inhalten und Dynamiken konzeptionell mitdenken müssen.

Zum anderen wurde sichtbar, dass auch kritische Positionierungen im analogen Raum, durch relevante Andere (in diesem Fall: peers) dazu beitragen können, dass demokratiefeindlicher Content erkannt und entsprechend eingeordnet wird.

Gestaltung von Gegenangeboten

Mit Blick auf die Gestaltung digitaler Gegenangebote liefert die Studie eine Reihe von Anhaltspunkten, welche Aspekte zu beachten sind, um junge Menschen auf TikTok zu erreichen.

*Diversität von Rezipient*innen Rechnung tragen:* Zunächst einmal verdeutlicht die Diversität sich zeigender Rezeptionsweisen, dass auch in der Konzeption von Gegenbotschaften unterschiedliche Adressat*innengruppen und ihre divergierenden Perspektiven und Rezeptionspräferenzen mitgedacht werden müssen.

Formale Aspekte: Als eine Gemeinsamkeit zeigte sich bei den Befragten eine klare Präferenz für formale Elemente wie Kürze des Videos, prägnanter Einstieg, visuell ansprechende und dynamische Gestaltung, die auf das Erzeugen und Halten von Aufmerksamkeit ausgerichtet sind. Des Weiteren wurden eine verständliche Aufbereitung von Inhalten sowie Bezüge zur eigenen Lebensrealität als relevant erachtet. Die Wahrnehmung von Protagonist*innen als ‚authentisch‘ erwies sich ebenfalls gruppenübergreifend als entscheidendes Kriterium, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen, während als aufgesetzt wahrgenommene Inszenierungen oder übertriebene Lockerheit und Anleihen bei jugendkulturellen Stilmerkmalen durch ältere Menschen auf deutliche Ablehnung stießen. Des Weiteren wurde die Zusammenarbeit mit glaubwürdigen Creator*innen als ein wirkungsvoller Ansatz angesehen, um Botschaften Authentizität zu verleihen und die Reichweite zu erhöhen.

Bedeutung der Kommentarspalten: Die bedeutsame Orientierungsfunktion, die den Kommentarspalten zugesprochen wurde, legt zudem nahe, diesen Bereich bei der Konzeption von Gegenmaßnahmen verstärkt miteinzuplanen – etwa in Gestalt pädagogischer, aufsuchender Interventionen, aber auch durch die Befähigung und Bestärkung junger Menschen, sich in diesem Rahmen kritisch zu positionieren.

Ganzheitliche Ansätze: Für die inhaltliche Ausrichtung bietet sich ein ganzheitlicher Ansatz wie die digitale Friedenspädagogik an. Dort wird nicht nur Wissen über Desinformation und Manipulation sowie deren Einfluss auf das Individuum wie auf gesellschaftliche Konfliktlagen vermittelt. Es werden auch Reflektionsprozesse über das eigene Handeln im digitalen Raum angestoßen und es wird dazu ermutigt, den digitalen Raum als positiven Gestaltungsraum zu begreifen, um so zur Stärkung von Demokratie und zur Förderung eines friedlichen Zusammenlebens beizutragen.

Relevanz begleitender Formate: Mit Blick auf die grundsätzliche Gestaltung präventiver Angebote verweisen die Ergebnisse zudem (einmal mehr) auf die Bedeutung begleitender Formate, in denen eine gemeinsame Reflexion von rezipiertem Mediencontent stattfindet (Rieger u.a. 2013), wobei sich hier speziell peer-Einflüsse als eine potenzielle Ressource zeigten.

Die Studie bietet somit Anhaltspunkte dafür, dass auch aufklärende und sensibilisierende sowie demokratische Inhalte vermittelnde Botschaften auf TikTok so gestaltet werden können, dass junge Menschen sich davon angesprochen fühlen. Das gilt insbesondere dann, wenn diese Botschaften in Zusammenarbeit mit glaubwürdigen Creator*innen umgesetzt werden und wenn Vorhaben längerfristig und mit hohem Wiedererkennungswert angelegt sind. Vor dem Hintergrund der diskutierten Befunde erscheint es zudem lohnend, in zukünftigen Vorhaben auszuloten, wie sich der Ansatz der narrativen Gegendarstellung und Grundgedanken aus der Friedenspädagogik stärker als bisher integrieren lassen. Auch gilt es nach Wegen zu suchen, wie diese mit begleitenden oder auch aufsuchenden pädagogischen Elementen verknüpft werden können. Dabei könnte die Einbindung junger Menschen in die Entwicklung von Ansätzen dazu beitragen, die Relevanz und Effektivität demokratiefördernder Inhalte weiter zu steigern.

Die Ergebnisse verdeutlichen aber auch die Auswirkungen der in der Fachliteratur diskutierten Plattform-Mechanismen sowie der dort vorherrschenden Nutzungsweisen und die damit verbundenen Herausforderungen für die Realisierung demokratischer Gegenrede auf TikTok, zumal wenn diese pädagogisch initiiert wird. Denn entsprechende Angebote müssen der Komplexität von Sachverhalten Rechnung tragen, sollten dem pädagogischen Grundsatz des Überwältigungsverbots verpflichtet sein und nicht ihrerseits durch Verkürzung und Emotionalisierung zu Polarisierungen beitragen. Diese Anforderungen stehen jedoch in einem starken Spannungsverhältnis nicht nur zu den algorithmischen Mechanismen der Plattform, sondern auch zu der bei Plattformnutzer*innen sich zeigenden Aufmerksamkeitslogik. Daraus folgt zum einen, dass Angebote, die sich demokratischen und pädagogischen Prinzipien verpflichtet sehen, nicht das Viralitätspotenzial polarisierender Angebote besitzen und insofern auch nicht an deren Reichweite gemessen werden sollten. Zum anderen bedeutet es aber auch, dass demokratische Gegenrede nur ein - wenn auch bedeutsamer - Baustein im Verbund mit anderen Maßnahmen sein kann, um gegen Manipulation und Desinformation auf TikTok vorzugehen.

Neben der unveränderten Relevanz effektiverer Plattformregulierungen zum Schutze junger Menschen verweisen die Ergebnisse deshalb einmal mehr darauf, dass es beim Umgang mit Desinformation auch auf die Kompetenzen der Rezipient*innen ankommt. Neben der Bedeutung kritischer Medienkompetenz, die neben dem Erkennen undemokratischer Inhalte auch den verantwortungsvollen Umgang mit dem Medium umfasst, verdeutlichen sie insbesondere die Relevanz des politischen Interesses als einer Voraussetzung für politische Urteilsfähigkeit. Die hier vorgelegte Studie unterstreicht somit auch die Notwendigkeit, entsprechende Haltungen durch geeignete Angebote, v.a. in Schule und Sozialraum, deutlich stärker als bisher zu fördern.

ENDNOTEN

¹ Die Datenerhebung wurde von Tilman Papesch (Literaturrecherche, Expert*innengespräche, Fokusgruppen) mit Unterstützung von Tessa Schindler (Fokusgruppen) und Michaela Glaser (allgemeines Design) realisiert. Die Auswertung erfolgte durch Tilman Papesch und Michaela Glaser. Die Projektleitung hatte Nicole Rieber. Die Studie diente ursprünglich der Vorbereitung eines Projekts, in dem, basierend auf Erfahrungen mit den Landtagswahlen 2024, eine Narrativkampagne gegen Desinformation im Vorfeld der Bundestagswahl im Herbst 2025 realisiert werden sollte, um junge Menschen gegen Manipulation und Desinformation durch menschen- und demokratiefeindliche Akteur*innen auf TikTok zu sensibilisieren (<https://berghof-foundation.org/work/projects/desinformiert-tiktok>). Dieses Projekt kam aufgrund der vorgezogenen Wahlen nicht zustande.

² Dem sog. OSOR-Modell zufolge sind zum einen Form und Inhalte des medialen Angebots für dessen Wirkung relevant, indem sie bestimmte Verarbeitungsstrategien nahelegen. Zum anderen haben auf Seiten der Rezipierenden Faktoren wie Selektionsprozesse und die je individuelle Informationsverarbeitung entscheidenden Einfluss auf die Medienwirkung. Das Modell beinhaltet insofern ebenfalls die Annahme einer Rekonstruktion medialer Bedeutungen im Rezeptionsprozess (Friedrich 2011, S. 71–72).

³ Social-Media-Algorithmen lassen sich definieren als „komplexe Systeme, die von Plattformen genutzt werden, um Inhalte basierend auf den Vorlieben, dem Verhalten und den Interaktionen der Nutzer zu sortieren und anzuzeigen. Sie analysieren große Datenmengen, um Beiträge zu priorisieren und zu entscheiden, welche Informationen in den Feeds der Nutzer erscheinen, was erheblichen Einfluss auf das Engagement und die Verbreitung von Nachrichten hat.“ (<https://library.fiveable.me/key-terms/introduction-journalism/social-media-algorithms>; Übersetzung aus dem Englischen durch die Verf.).

⁴ Diese Strategie wird von Rechtsaußen-Akteur*innen auch im analogen Raum, vor allem auf lokaler Ebene genutzt, etwa bei der Gründung von Bürgerinitiativen oder der Organisation von Unterschriftenkampagnen gegen den Bau von Geflüchtetenunterkünften (vgl. auch Glaser 2025).

⁵ Z.B. wurde Video 1 inhaltlich zwar zustimmend rezipiert; negativ vermerkt wurde allerdings, dass „Mitglieder der Regierung“ bestimmte Äußerungen als „provokativ“ [FG4, 00:30:12] auffassen könnten; auch wurden Teile des Videos kritischer bewertet, in denen der Protagonist eine „ins Lächerliche“ [FG4, 00:30:12] gehende Art und Weise der Thematisierung gewählt habe; insgesamt wurde bei politischen Themen eine der Ernsthaftigkeit angemessene, ernste und sorgfältige Präsentation als angezeigt erachtet (vgl. hierzu auch im Abschnitt 4.3 die Ausführungen zu unterschiedlichen Haltungen gegenüber humorvollen Darstellungen).

⁶ In der Forschung zu politischer Sozialisation wird im Elternhaus vorgelebten Haltungen ein hoher Stellenwert für die Ausbildung sowohl eines generellen politischen Interesse als auch von grundlegenden politischen Orientierungen zugewiesen (u.a. Shehata & Amna 2019, Gniewosz et al. 2009, 338ff.).

⁷ Zur Relevanz schulischer Erfahrungen für die Ausbildung politischer Haltungen liegen in der Forschung unterschiedliche Befunde vor, wobei die meisten eine insgesamt geringere Bedeutung als Erfahrungen mit Familie und peers oder auch mit ehrenamtlichem Engagement nahelegen. In verschiedenen Studien wurden aber auch Zusammenhänge gefunden, wobei es weniger die vermittelten Inhalte, als vor allem schulische Partizipationsmöglichkeiten sowie ein diskussionsfreudiger Kommunikationsstil sind, denen ein positiver Einfluss auf politisches Interesse und politische Engagementbereitschaft bescheinigt werden. Insofern bestätigt die vorliegende Forschung, dass die Art und Weise, wie Jugendlichen das Thema ‚Politik‘ im schulischen Kontext begegnet, einen Einfluss auf ihre Haltung zu politischen Fragen haben kann (u.a. Grob 2006, S.88; Böhm-Kasper 2006, S.71).

⁸ Vorliegender Forschung zufolge gleicht sich der Humor von Männern und Frauen in den letzten Jahrzehnten zwar an. Nach wie vor sind jedoch Formen des aggressiven Humors, wozu auch die (abwertende) Belustigung über andere zählt, bei Jungen und Männern vergleichsweise stärker verbreitet (vgl. Kotthoff 2017).

⁹ Auch dieser Befund entspricht vorliegenden (quantitativen) Studienergebnissen zu einem entsprechenden Engagement junger Menschen in sozialen Medien (vgl. LfM 2016, bitcom.com 2015), wobei die Fokusgruppen zusätzlich einige Faktoren zur Sprache brachten, die hierbei aus Sicht der Teilnehmenden eine Rolle spielten.

¹⁰ Die Aussagen zur Attraktivitätswahrnehmung von desinformierendem Content wurden von den Teilnehmenden im Rahmen der zwei Diskussionsblöcke formuliert, die jeweils nach dem Zeigen der Stimuli 1 und 2 folgten. Im dritten Block wurden die Teilnehmenden zunächst offen gefragt, wie sie eine Ansprache junger Menschen auf TikTok gestalten würden, wenn sie selbst eine politische Botschaft vermitteln wollten. Erst im Anschluss wurde Stimulus 3 (Aufklärungsclip zu Desinformation) gezeigt und von den Teilnehmenden diskutiert.

¹¹ Das hohe Maß an Übereinstimmungen bei den jeweils benannten Kriterien ist auch insofern interessant, weil es auf die große Bedeutung verweist, die Gestaltungsmerkmalen bei der Wahrnehmung entsprechender Botschaften durch jugendliche Zielgruppen zukommt.

¹² Bei dieser Technik werden zwei Videos so zusammenmontiert, dass sie beim Abspielen auf dem Bildschirm parallel zu sehen sind. Dabei wird auf einer Bildschirmhälfte ein dynamisches, stark aufmerksamkeitsbindendes Video gezeigt – etwa Videogame-Sequenzen, mechanische Prozesse wie Schneiden, Pressen, Schmelzen von Materialien oder auch Zeichnen und Malen im Zeitraffer – während auf der anderen Hälfte ein inhaltlich anspruchsvolleres oder informativeres Video läuft.

¹³ Memes sind ein Internetphänomen, das sich definieren lässt als „ein Stück Kultur, typischerweise ein Witz, der durch Online-Übertragung an Einfluss gewinnt“ (Davison 2012). In der Regel handelt es sich dabei um Bilder oder kurze

Videsequenzen, die mit einem humorvollen Text versehen und über soziale Medien verbreitet werden.

¹⁴ Zu den vorgeschlagenen Creator*innen gehörten Katja Krasavice, Rezo, Herr Anwalt, Mr. Wissen2Go, Mai Lab, Papaplatte, Christian Solmecke, Sascha Huber und Teuterkordz.

¹⁵ Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur startete im Oktober 2024 eine Datenbank mit Projekten gegen Hass im Netz, in der auch Projekte zur Medienkompetenzförderung sowie spezifisch zum Umgang mit Desinformation erfasst sind <https://hass-im-netz.gmk-net.de/good-practice-sammlung/>.

¹⁶ Zur Fortführung dieses Angebots ab 2025 siehe <https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/wie-es-2025-weitergeht/>

¹⁷ Laut einem Bericht der EU-Kommission 2024 hat TikTok 41,83 % aller Inhalte auf der Plattform als „illegal or harmful“ an die zuständigen Stellen der Kommission gemeldet (EU Kommission 2024: EU Transparency Base, zitiert nach Hohner 2025).

¹⁸ Neben (digitaler) Friedenspädagogik gibt es weitere, wie zum Beispiel menschenrechtspädagogische oder extremismuspräventive Ansätze, die ebenfalls in Erwägung gezogen werden könnten. Aufgrund der Geschichte der Berghof Foundation, die sich seit über 50 Jahren mit Friedensförderung, Friedenspädagogik und Konflikttransformation auseinandersetzt, wird in diesem Absatz auf friedensfördernde Ansätze eingegangen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Ackermann, L., & Dewitz, P. (2020). Politische Inhalte auf TikTok: Strategien und Herausforderungen. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. Online-Zugriff am 18.02.2025: <https://www.medienpaed.com/article/view/1080>
- Alasiria, S., Bahrich, N., Bornhofta, A., Boucher, J., Demirci, B. B., Derksen, L., Donnay, K., Gennaro, G., Gilardic, F., Hangartner, D., Hall, A., Jochum, M., Murias Munoz, M., Richter, M., Vogel, F., Wittwer, S. & Wüthrich, F. (2021). Empathy-based counterspeech can reduce racist hate speech in a social media field experiment. <file:///C:/Users/mgla/Downloads/hangartner-et-al-2021-empathy-based-counterspeech-can-reduce-racist-hate-speech-in-a-social-media-field-experiment.pdf>
- Bär, G., Kasberg, A., Geers, S. & Clar, C. (2020). Fokusgruppen in der partizipativen Forschung. In Hartung, S., Wihofszky, P. & Wright, Michael T. (Hrsg.) *Partizipative Forschung. Ein Forschungsansatz für Gesundheit und seine Methoden* (S. 207 – 232). Wiesbaden: Springer VS.
- Bitkom com (2015). Hasskommentare: Jeder neunte Internetnutzer war selbst schon Opfer. Online-Zugriff am 28. 02. 2017: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Hassk>ommentare-Jeder-neunte-Internetnutzer-war-selbst-schon-Opfer.html
- Bösch, M. & Divon, T. (2024). The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine. *Invasion Narratives Journal*, 12(3). Springer.
- Bösch, M. (2022). WARTOK - TikTok und der Krieg in der Ukraine. *Television*, 35(2), 44-7.
- Bösch, M. (2023). Alternative TikTok Tactics: How the German Right-Wing Populist Party AfD Plays the Platform. In: *Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok* (pp. 149-167). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Bundeszentrale politische Bildung (bpb) (2023). TikTok als Shooting Star unter den sozialen Medien bei der Generation Z – und medienpädagogische Herausforderung. Hintergrund. Online-Zugriff am 21.02.2025: https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/230907_bpb_Hintergrund_TikTok_fin.pdf?download=1&
- Bayerischer Rundfunk (2024). Gefahr für Demokratie: Politiker fordern TikTok-Beschränkung. *Online Beitrag*. Online-Zugriff am 18.02.2025: <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/gefahr-fuer-demokratie->

politiker-fordern-tiktok-
beschraenkung,U7d7x6o

Cadier, A., Labbé C., Padovese V.,
Pozzi G., Badilini S., Schmid R.,
Roache M., Brewster J. (2022).
“WarTok”: TikTok zeigt neuen Nutzern
innerhalb von Minuten Desinformation
über den Krieg an – selbst wenn sie
gar nicht nach Inhalten mit Bezug zur
Ukraine suchen. URL:
[https://www.newsguardtech.com/de/
misinformation-monitor/maerz-
2022/](https://www.newsguardtech.com/de/misinformation-monitor/maerz-2022/))

CeMAS (2024). Wehrhafte
Demokratie: Dem parlamentarischen
Rechtsextremismus entgegenwirken.
CeMAS Policy Brief. Online-Zugriff am
18.02.2025:
[https://cemas.io/publikationen/wehr-
hafte-demokratie/](https://cemas.io/publikationen/wehrhafte-demokratie/)

CORRECTIV (2024a). Rechte
Propaganda: AfD-Werbung von TikTok-
Guerilla. *Hintergrund*. Online-Zugriff
am 18.02.2025:
[https://correctiv.org/faktencheck/hin-
tergrund/2024/08/22/rechte-
propaganda-afd-werbung-von-tiktok-
guerilla-shlomo-finkelstein-
angerverse/](https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2024/08/22/rechte-propaganda-afd-werbung-von-tiktok-guerilla-shlomo-finkelstein-angerverse/)

CORRECTIV (2024b). Schatten-AfD:
TikTok versagt gegen Fake-Profile.
Hintergrund. Online-Zugriff am
18.02.2025:
[https://correctiv.org/faktencheck/hin-
tergrund/2024/09/19/schatten-afd-
tiktok-versagt-gegen-schatten-afd-
fake-profile-sammeln-millionen-likes-
die-partei-profitiert/](https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2024/09/19/schatten-afd-tiktok-versagt-gegen-schatten-afd-fake-profile-sammeln-millionen-likes-die-partei-profitiert/)

Dannemann, U. (2023). Vorstellungen
von Lehrer*innen im Fokus –
Antidemokratische Positionen und
Einstellungen als zentrale
Herausforderung im Schulalltag? In
Bechtel, T., Firsova, E., Schrader, A. &
Vajen, B. (Hrsg.): Perspektiven
diskriminierungskritischer Politischer

Bildung. Frankfurt a.M.: Wochenschau
Verlag.

Davison, P. (2012). The Language of
Internet Memes. In Mandiberg, M.
(Hrsg.). *The Social Media Reader*
(120–134). New York/London 2012.

Deutz-Schröder, M., Quasten, R.,
Schroder, K. & Schulze Heuling, D.
(2012). Ungleiche Schwestern?
Demokratie und Diktatur im Urteil von
Jugendlichen. Aus Politik und
Zeitgeschichte, ? 62(17–18), 36–42.

Fielitz, M., Sick, H., Schmidt, M. &
Donne, C. (2024). Social-Media-Partei
AfD? Digitale Landtagswahlkämpfe im
Vergleich. OBS-Arbeitspapier 73,
Otto-Brenner Stiftung. Online-Zugriff
am 18.02.2025: [https://www.otto-
brenner-
stiftung.de/fileadmin/user_data/stift-
ung/02_Wissenschaftsportal/03_Publ-
ikationen/AP73_LTW_AfD_WEB.pdf](https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP73_LTW_AfD_WEB.pdf)

Flick, U. (2012). Qualitative
Forschung; ein Handbuch. Reinbek:
Rowohlt.

Franke, L. & Hajok, D. (2023). TikTok
und Rechtsextremismus. Neue Formen
der Propaganda auf einer kind- und
jugendaffinen Plattform. Dossier
Rechtsextremismus. Online-Zugriff am
18.02.2025:
[https://www.bpb.de/themen/rechtse-
xtremismus/dossier-
rechtsextremismus/541511/tiktok-
und-rechtsextremismus/](https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/tiktok-und-rechtsextremismus/)

Frankfurter Rundschau (2024). AfD-
Songs: Schlager, Pop und TikTok-
Radikalisierung. *Online Beitrag*.
Online-Zugriff am 21.02.2025:
[https://www.fr.de/politik/afd-songs-
schlager-pop-tiktok-radikalisierung-
sounds-rechtsextremismus-zr-
93241021.html](https://www.fr.de/politik/afd-songs-schlager-pop-tiktok-radikalisierung-sounds-rechtsextremismus-zr-93241021.html)

Friedrich, K. (2011).
Publikumskonzeptionen und

Medienwirkungsmodelle politischer Kommunikationsforschung. Zum Einfluss theoretischer Grundannahmen auf die empirische Forschungspraxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Frischlich, L. (2019a). Kritische Medienkompetenz als Säule demokratischer Resilienz in Zeiten von "Fake News" und Online-Desinformation. Online-Zugriff am 21.02.2025:
<https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/digitale-desinformation/290527/kritische-medienkompetenz-als-saeule-demokratischer-resilienz-in-zeiten-von-fake-news-und-online-desinformation/>

Frischlich, L. (2019b). Extremistische Propaganda und die Relevanz von Gegenerzählungen. Online-Zugriff am 21.02.2025:
<https://www.bpb.de/themen/infodienst/293970/extremistische-propaganda-und-die-diskussion-um-gegengerzaehlungen/> .

Frischlich, L., Rieger, D., Morten, A. & Bente, G. (Hrsg.) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE). Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand. Wiesbaden: BKA

Frühwirt, L. (2024). Umgang mit Desinformation und Informationsmanipulation bei den EU-Wahlen 2024. CeMAS Policy Brief. Online-Zugriff am 18.02.2025:
<https://cemas.io/publikationen/umgang-desinformation-informationsmanipulation-eu-wahl/>

Ganguin, S. & Sander, U. (2023). Medienkompetenz und Jugendarbeit. In: Informationen zur politischen Bildung Nr. 3535, 2/2023,

Medienkompetenz in einer digitalen Welt, 35-39.

Ganguin, S. & Sander U. (2023). Dimensionen von Medienkompetenz. In: Informationen zur politischen Bildung Nr. 335/2023, 10-14.

Glaser, M. (2025). Unter dem Radar. Protest und Mobilisierung gegen Geflüchtetenzugang. Ergebnisse der MOTRA-Expert*innenbefragung 2023/2024. In: Kemmesies, U., Wetzels, P., Austin, B., Büscher, C., Dessecker, A., Hutter, S., Rieger, D. (Hrsg.). Motra-Monitor 2023/24. Wiesbaden. Online unter <https://www.motra.info/motra-monitor-2023/>

Gniewosz, B., Noack, P. & Buhl, M. (2009). Political Alienation in Adolescence: Associations with Parental Role Models, Parenting Styles, and Classroom Climate. In *International Journal of Behavioral Development*, 33 (4), 337–346.

Hahn, A., Klug, K. & Kollischan, T. (2022). TikTok's Emotionales Produktdesign – Eine Feasibility-Studie. *Digitale Welt* 6, 24–28.

Hans-Böckler-Stiftung (2024). Aufstieg des Rechtspopulismus: Erklärungsansätze und Analysen. Auf einen Blick. Online-Zugriff am 18.02.2025:
<https://www.boeckler.de/de/auf-einen-blick-17945-auf-einen-blick-rechtspopulismus-in-deutschland-37867.htm>

Heitmeyer, W. (2002). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit – die theoretische Konzeption und erste empirische Ergebnisse. In: W. Heitmeyer (Hrsg.), *Deutsche Zustände, Folge 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 15–36.

- Helfferrich C. (2004). Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hestermann, T. (2022). Wenn die „Tagesschau“ tanzt: Deutsche Medien entdecken die Videoplattform TikTok. *mediendiskurs*, 26. Jg., 4/2022 (Ausgabe 102), S. 26-29.
- Hoes, E., Aitken, B., Zhang, J., Gackowski, T. & Wojcieszak, M. (2024). Prominent misinformation interventions reduce misperceptions but increase scepticism. *Nature Human Behaviour*, S. 1-9.
- Hohlfeld, R. (2020). Wahr oder falsch? Eine empirische Untersuchung zur Wahrnehmung von "Fake News" und echten Nachrichten in der politischen Kommunikation. In Hohlfeld u.a.: *Fake News und Desinformation: Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft und die empirische Forschung*. (S. 179-202). Baden-Baden: Nomos
- Hohlfeld, R., Harnischmacher, M., Heinke, E., Lehner, L. & Sengl, M. (2020). Fake News und Desinformation: Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft und die empirische Forschung. Baden-Baden: Nomos
- Hohner, J. (2025). Wie TikTok Radikalisierung und politisch motivierte Kriminalität fördert. *Zeitschrift Kriminalistik*. 04/2025.
- Hohner, J., Kakavand, A. & Rothut, S. (2024). Analyzing Radical Visuals at Scale: How Far-Right Groups Mobilize on TikTok. *Journal of Digital Social Research*, 6(1), 10-30.
- Jäger, U. (2010). *Friedenspädagogik: Grundlagen, Herausforderungen und Chancen einer Erziehung zum Frieden*. In Imbusch Peter und Ralf Zoll (eds). *Friedens- und Konfliktforschung* (S. 537-555). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Jäger, U. (2014). *Friedenspädagogik und Konflikttransformation*. *Berghof Foundation Handbook Article*. Online-Zugriff am 21.02.2025: <https://berghof-foundation.org/library/friedensp%C3%A4dagogik-und-konflikttransformation>
- Kotthoff, H. (2017). *Humor und Geschlechterverhältnisse*. https://www.researchgate.net/publication/314194228_Humor_und_Geschlechterverhältnisse
- Kühn, Th. & Koschel, K. (2011). *Gruppendiskussionen. Ein Praxis-Handbuch*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Lamnek, S. (2005). *Qualitative Sozialforschung*. 4., vollst. überar. Aufl. Weinheim: Beltz Verlag.
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2010). *Medienkompetenz in der Schule: Integration von Medien in den weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen*. Abgerufen am 7. April 2025, von <https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/LfM-Band-64.pdf>
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2016). *Ethik im Netz. Hate Speech*. Online-Zugriff am 07.04.2025: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medienversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf
- Lehner, L. S. (2020). „Gates noch?“ – Die Antwort auf den Systemfehler Desinformation könnte der Gateadvisor sein. In M.

- Harnischmacher, R. Hohlfeld, E. Heinke, L. S. Lehner & M. Sengl (Hrsg.). Fake News und Desinformation: Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft und die empirische Forschung (S. 9–20). Baden-Baden: Nomos.
- Lugosi-Schimpf, N. & Thorlakson, L. (2021). Words that hurt democracy. The sticks and stones of Antidemocratic discourse in Hungary and Germany in: A. Walter (Hrsg.) Political Incivility in the Parliamentars, Electoral and Media Arena. London: Routledge (S. 35-55)
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy How children learn to interpret risky opportunities on social network sites Communications, 39 (3), 283–303
- Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: concepts, theories and future. Journal of Media Literacy Education, 2 (1), 1–22.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2022). JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf (Online-Zugriff am 26.02.2025)
- Misoch, S. (2015). Qualitative Interviews. Berlin, München, Boston: Walter de Gruyter.
- Nickel, J. & Ganguin, S. (2023). Medienkompetenz und Schule. In *Informationen zur politischen Bildung* Nr. 335, 2/2023, Medienkompetenz in einer digitalen Welt, 29- 35.
- Rahmawati, N. A. (2022). Computational Propaganda on TikTok as the 21st Century Propaganda Model. International Review of Humanities Studies, 7(1), 21.
- Reichertz, J. (2016). Qualitative und interpretative Sozialforschung. Eine Einladung. Wiesbaden: Springer VS.
- Reinemann, C., A. Ninierza, N. Fawzi, C. Riesmeyer & Neumann, K. (2019). Jugend - Medien - Extremismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Rieber, N., Articus, J. Scheuing, D. & Sokele, C. (2022). Verschwörungstheorien und Digitaler Gewalt entgegnetreten. Erste Ansätze einer digitalen Friedenspädagogik in der Praxis. In: Andreas Neumann/Jörg von Bilavsky (Hrsg.): Geschichte vor Ort und im virtuellen Raum. Einblicke in die Arbeit an der Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen. Wiesbaden: Springer VS.
- Rieger, D., Frischlich, L. & Bente, G. (2013). Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos. In: Polizei + Forschung Bd. 44, Edited by German Federal Criminal Police Office, Institute of Law Enforcement Studies and Training. Wolters Kluwer.
- Riesmeyer, C., Reinemann, C., Nienierza, A., Neumann, K. & Fawzi, N. (2017). Extremismus hinter jedem Klick? Ergebnisse einer Mehrmethodenstudie zum Kontakt und Erkennen extremistischer Online-Inhalte durch Jugendliche, in: Schmitt, J. B., Ernst, J., Rieger, D., Roth, H.-J. (Hrsg.). *Propaganda und Prävention. Forschungsergebnisse, didaktische Ansätze, interdisziplinäre Perspektiven zur pädagogischen Arbeit zu extremistischer Internetpropaganda.* Wiesbaden: Springer VS.
- Rüdiger, W. (2015). Konstruktivistische Medientheorie. Münster: Waxmann.
- Schmidt C. (1997). „Am Material“. Auswertungstechniken für

- Leitfadeninterviews. In Barbara Friebertshäuser B., Prengel, A. (Hrsg.), *Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (S. 544-568). Weinheim & München: Juventa Verlag.
- Schmitt, J. B., Ernst, J., Frischlich, L. & Rieger, D. (2017). Rechtsextreme und islamistische Propaganda im Internet. Methoden, Auswirkungen und Präventionsmöglichkeiten. In R. Altenhof, S. Bunk & M. Piepenschneider (Hrsg.), *Politischer Extremismus im Vergleich. Schriftenreihe politische Bildung der Konrad-Adenauer-Stiftung eV., Band 3* (S.171–208). Berlin: LIT.
- Schmitt, J. B., Ernst, J., Frischlich, L. Rieger, D. & Roth, H.-J. (Hrsg.) (2020). *Propaganda und Prävention. Forschungsergebnisse, didaktische Ansätze, interdisziplinäre Perspektiven zur pädagogischen Arbeit zu extremistischer Internetpropaganda*, Wiesbaden: Springer VS
- Schnabel, B. & Berendsen, E. (2024). *Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten: Trends, Strategien und Ästhetik in der Social Media-Kommunikation. Analyse und Empfehlungen der Bildungsstätte Anne Frank*. Online-Zugriff am 18.02.2025: https://www.bs-anne-frank.de/fileadmin/content/Publikationen/Weiteres_P%C3%A4dagogisches_Material/BSAF_Report_Das_TikTok_Universum_der_extremen_Rechten-V2.pdf
- Schneekloth, U. (2015). Jugend und Politik: Zwischen positivem Gesellschaftsbild und anhaltender Politikverdrossenheit. In: *Shell Deutschland Holdung* (Hrsg.): *Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch*. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 153–200.
- Shehata, A., Amna, E. (2019). The Development of Political Interest Among Adolescents: A Communication Mediation Approach Using Five Waves of Panel Data. In: *Communication Research*, 46, 1055–1077.
- Sheikh, Y. A. & Akhter, N. (2023). Peace education: A pathway to the culture of peace. *Research on Humanities and Social Sciences*, 13(9), 24–27.
- Shell Deutschland (2024). *Shell Jugendstudie 2024: Junge Menschen in Deutschland*. Online-Zugriff am 21.02.2025: <https://www.shell.de/ueberuns/initiativen/shell-jugendstudie-2024.html>
- Shin, J. H. (2024). Emotional amplification on social media: Algorithmic influences on content dissemination. In *Springer Advances in Communication Studies* (pp. 45–60).
- Silverman, T., Stewart, C. J., Amanullah, Z. & Birdwell, J. (2016). The impact of counter narrative. Insights from a year-long cross-platform pilot study of counter-narrative curation, targeting, evaluation and impact. London: Institute for Strategic Dialogue.
- Suder, P., Lüke, M., Schwer, C. & Butt, T. N. (2024). *Waffe oder Werkzeug? Soziale Medien zwischen Propaganda und Prävention. Abschlussbericht ExPO - Extremismus Prävention Online 2020–2024*. Online-Zugriff am 20.02.2025: <https://exposition.de/waffe-oder-werkzeug>
- Tillmann, A. (2013). Vermittlung von Medienkompetenz in der Praxis für Kinder und Jugendliche: *Außerschulische Jugendarbeit*, In: Bundesministerium für Senioren, Familie und Jugend:

Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche, Online-Zugriff am 07.04.2025: https://www.gmk-net.de/wp-content/uploads/2018/07/medienkompetenzbericht_2013.pdf

Tuck, H., & Silverman, T. (2016). *Counter-narrative handbook*. London, UK: Institute for strategic dialogue.

Universität Potsdam. (2024). Die AfD dominiert TikTok – Studie zur Sichtbarkeit der Parteien in den Sozialen Medien. *Medieninformation* 02-09-2024 / Nr. 081. Online-Zugriff am 18.02.2025: <https://www.uni-potsdam.de/de/medieninformationen/detail/2024-09-02-die-afd-dominiert-tiktok-studie-zur-sichtbarkeit-der-parteien-in-den-sozialen-medien>

Vorwärts (2024). SPD auf TikTok: Die Demokratieoffensive muss jetzt beginnen. *Meinung*. Online-Zugriff am 18.02.2025: <https://vorwaerts.de/meinung/spd-auf-tiktok-die-demokratieoffensive-muss-jetzt-beginnen>

Wehling, H.-G. (1977). Konsens à la Beutelsbach? Nachlese zu einem Expertengespräch. In S. Schiele & H. Schneider (Hrsg.), *Das Konsensproblem in der politischen Bildung* (S. 173–184). Stuttgart: Klett-Cotta.

Witzel, A. (1985). Das problemzentrierte Interview. In: G. Jüttemann (Hrsg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie: Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, S. 227-255. Weinheim: Beltz.

Wunderlich, L. & Hölig, S. (2023). „Verständlicher, nicht so politisch“ – Einblicke in die Bedürfnisse und Nutzungspraktiken gering informationsorientierter junger

Menschen. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr.69) Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.



ANHANG 1: FOKUSGRUPPENLEITFADEN

Einleitung

Eröffnungsfrage / Blitzlicht / Frage zum Kennenlernen der Teilnehmenden
(ca. 5 Minuten)

Gruppenangepasste Frage

Einstiegsfrage

Sofern Ihr TikTok nutzt, welchen drei Creator*Innen folgt ihr? Welchen Content machen diese und könnt ihr den Namen in den Chat schreiben?

Welchen Influencer*Innen folgt ihr, falls ihr kein TikTok nutzt?

Übergangsfrage

Erhaltet ihr in euren TikTok Feeds beziehungsweise in der "For You Page" (FYP) politische Inhalte? Wenn ja, welche?

Schlüsselfrage 1

Thema: Agieren von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen
– demokratie- und menschenfeindliche Ansprache

Erzählaufforderung: Video Nr. 1 wird gezeigt.
Ihr habt gerade ein Video gesehen, was löst das bei euch aus?

Nachfragen:

- Was sind Gedanken, die euch kommen, wenn ihr das Video seht?
- Was spricht euch an dem Video an? Was nicht?
- (Hättet ihr euch ein so langes Video angeschaut?)
- Wie denkt ihr, ist es für andere in eurem Alter? Gibt es Personen die dieses Video (nicht) ansprechend finden? Was könnten Gründe dafür sein?

(Es gibt ja auch junge Menschen, die solche Videos gut finden. Was denkt ihr, spricht sie daran an?)

Schlüsselfrage 2

Thema: Agieren von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen
– FakeNews

Erzählaufforderung: Video Nr. 2 wird gezeigt.
Ihr habt gerade ein weiteres Video gesehen. Auch hier interessiert uns, was das bei euch auslöst.
Was ist eure Reaktion?

Nachfragen:

- Was löst das Video bei euch aus?
- Was findet ihr an dem Video ansprechend? Was spricht euch (nicht) an?
- Wie denkt ihr ist es für andere Personen in eurem Alter? Gibt es Personen die dieses Video (nicht) ansprechend finden? Was könnten Gründe dafür sein?
- Generell: Was findet ihr störend an einem Video? Was löst Zweifel aus?
- Das Video war Fake, die Information ist nicht korrekt. War euch das bewusst?
- Was tut ihr, wenn ihr an der Echtheit eines Videos zweifelt?

Schlüsselfrage 3

Thema: Sensibilisierung für desinformierenden Content

Erzählaufforderung: Was wären eure Ideen, um anderen in eurer Altersgruppe eine gewisse Botschaft auf TikTok nahe zu bringen?

Anschließend wird Video Nr. 3 wird gezeigt.

Ihr habt gerade ein weiteres Video gesehen, wie fühlt ihr euch dabei?

Nachfragen:

- Welche Ansprache fändet ihr passend um über Desinformation aufzuklären?
- Fühlt ihr euch bevormundet, wenn ihr so ein Video seht? Warum? Warum nicht?
- Kennt ihr Videos, in denen ihr das Gefühl bekommt, bevormundet zu werden?
- Was würde euch nicht das Gefühl geben, bevormundet zu werden?
- Welche Creator*Innen wären dafür geeignet?
- Sollte der Inhalt eher witzig oder er ‚neutral‘ sein?

Abschlussfrage

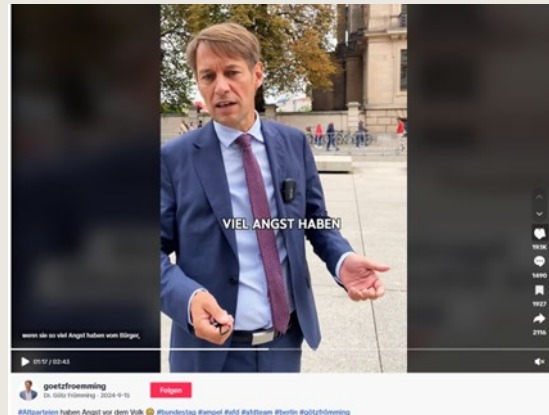
Wenn ihr nochmal alles bedenkt: wie könnte man informative (politische Inhalte auf TikTok ansprechend gestalten?

Zusammenfassung, abschließend „Versicherungsfrage“

Beginnen mit einem kurzen Überblick über den Zweck der Studie.
Fragen: „Wurde etwas übersehen?“ Oder: „Gibt es etwas, worüber wir hätten reden sollen, es aber nicht getan haben?“

ANHANG 2: STIMULI-KURZBESCHREIBUNG

Stimulus 1: Agieren von demokratie- und menschenfeindlichen Akteur*innen – manipulative Ansprache, demokratiefeindliche Inhalte



Nutzer: goetzfroemming / Dr. Götz Frömming; Upload: 15. September 2024

Interaktionen bis zum 23.10. 2024: 17.8k likes, 308.4k views, 1404 comments

Titel „#Altparteien haben Angst vor dem Volk #bundestag #ampel“

Das Video thematisiert ein Gerichtsurteil, in dem eine Privatperson die teilweise Aufhebung einer Sicherheitsmaßnahme erstritten hatte, die einen an den Reichstag angrenzenden Platz für den Publikumsverkehr sperrte. Der Protagonist ist AfD-Abgeordneter, gibt sich jedoch im Video nicht als solcher zu erkennen. Er deutet die Sperrung als Angst der etablierten Parteien, den

Wähler*innen direkt zu begegnen. Dabei suggeriert er fälschlich, dass diese Regelung vor allem von den Ampel-Parteien und besonders von den Grünen zu verantworten sei (der Zaun wurde bereits 2010 aufgrund einer konkreten Gefährdungseinschätzung beschlossen). Er unterschlägt zudem, dass unter anderem die Grünen sich auf Bezirksebene für eine Einschränkung der Sperrzeiten einsetzten. Im letzten Teil des Videos geht er hinter der Absperrung an Passant*innen vorbei, um deren „Ungefährlichkeit“ zu demonstrieren.

Stimulus 2: Agieren von demokratie-
und menschenfeindlichen
Akteur*innenn – FakeNews



Nutzer: stafafats / STAFAFATS;
Upload: 15. August 2024

Interaktionen bis zu 23.10.2024:
13.4k likes, 769.1k views, 5584
comments

Das Video besteht aus einem
Standbild von Olaf Scholz, über das
der im Screenshot zu sehende Text
gelegt wurde. Im Hintergrund läuft das
Lied „Du bleibst“ von **Matthias Reim**.

Der Text enthält einen vermeintlichen
Wahlauf Ruf an die ostdeutsche
Bevölkerung im Vorfeld der
Landtagswahlen, verbunden mit der
Ankündigung, dass die Mauer auch
wieder aufgebaut werden könne sowie
einem Vergleich zwischen
Ostdeutschen und Ausländern. Durch
die Verbindung von Text und Video
sowie die oben eingeblendete Frage
wird assoziiert, dass der Text ein Zitat
von Olaf Scholz sei.

Stimulus 3: Sensibilisierung für (politischen) Fake Content



Nutzer: reporterfabrik /
Reporterfabrik; Upload: 25. August
2023






Interaktionen bis zum 23.10.2024:
32.9k likes, 24.5m views, 745
comments

**Titel „Kannst du erkennen, was Fakt
ist und was Fake? Falsche
Informationen können richtig
gefährlich werden, zum Beispiel im
Ukrainekrieg. Faktenchecks zum
Thema findest du in unserer Bio!
#ukraine #rusland #fakenews
#faktencheck #correctiv“**

Das Video thematisiert, dass Fake-News in sozialen Medien weit verbreitet sind und gibt Hinweise, woran sie erkennbar sein können. Es beginnt mit einem Foto von Donald Trump in Gefängniskleidung, danach folgt die Präsentation der Inhalte durch eine junge Journalistin. Die Gestaltung ist gekennzeichnet durch schnelle Schnitte, ein auffälliger Banner am linken Bildschirmrand sowie KI-generierte Beispielbilder.

**BERGHOF FOUNDATION
OPERATIONS GGMBH**
Lindenstraße 34
10969 Berlin
Germany

www.berghof-foundation.org
info@berghof-foundation.org

 [@berghoffnd.bsky.social](https://twitter.com/berghoffnd.bsky.social)
 [@BerghofFnd](https://twitter.com/BerghofFnd)
 [/BerghofFoundation](https://www.facebook.com/BerghofFoundation)
 [/berghof-foundation](https://www.linkedin.com/company/berghof-foundation)
 [@berghoffnd](https://www.instagram.com/berghoffnd)

© February 2026