

Politische Meinungsbildung auf TikTok – Zwischen Information und Manipulation

Sven Wolbers



© Xavier Lorenzo/Moment/Getty Images

Soziale Medien sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Doch welchen Einfluss haben sie auf die Demokratie? Klar ist: Plattformen wie TikTok können die politische Meinungsbildung nicht nur fördern, sondern auch gefährden: durch Desinformation, emotionale Zuspitzung, Filterblasen und gezielte Manipulation. In dieser Reihe untersuchen die Lernenden daher, wie eine wirksame und zugleich verantwortungsvolle politische Präsenz in den sozialen Medien aussehen könnte.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 9/10

Dauer: 11 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: Die Rolle sozialer Medien im politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess am Beispiel TikTok analysieren; Informationen zur Mediennutzung recherchieren, verarbeiten und bewerten; ein Strategiepapier für eine politische Präsenz in sozialen Medien entwickeln und präsentieren; Chancen, Risiken und demokratische Verantwortung beim Umgang mit sozialen Medien reflektieren.

Inhalt: Mediennutzung und ihre Auswirkungen, (soziale) Medien im politischen System, politischer Willensbildungs- und Entscheidungsprozess

Medienkompetenzen: Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren (1); ggf. Kommunizieren und Kooperieren (2); Produzieren und Präsentieren (3)

Zusatzmaterialien: Vorlage Strategiepapier

Auf einen Blick

1./2. Stunde

Thema:	Mediennutzung, Bildschirmzeit und die Auswirkungen
M 1	Wie nutzen Jugendliche (soziale) Medien?
M 2	Bildschirmzeit und Auswirkungen von Mediennutzung
Inhalt:	Die Lernenden reflektieren ihre Mediennutzung/Bildschirmzeit und lernen deren (mögliche) Auswirkungen kennen.
Benötigt:	Beamer/Whiteboard, Internetzugang, digitales Endgerät

3.–5. Stunde

Thema:	Wieso ‚fesseln‘ uns soziale Medien so?
M 3	Süchtig nach TikTok? – Warum uns soziale Medien fesseln
M 4	TikTok im Wahlkampf – Welchen Einfluss hat Social Media auf die Demokratie?
Inhalt:	Die Lernenden erarbeiten die Wirkungsweise sozialer Medien am Beispiel TikTok und visualisieren sie in einem Schaubild. Auf dieser Grundlage beginnen sie die Ausarbeitung eines Strategiepapiers für erfolgreiche Präsenz in den sozialen Medien aus der Sicht eines Politikberaters bzw. einer Politikberaterin.
Benötigt:	Beamer/Whiteboard

6.–8. Stunde

Thema:	Politische Parteien in den sozialen Medien
M 5	Jung, schnell, witzig, rechts – TikTok und die AfD
M 6	Alles Heidi Reichenek? – TikTok und Die Linke
Inhalt:	Die Lernenden erläutern und beurteilen den Reichweitenerfolg politischer Parteien in den sozialen Medien am Beispiel der Alternative für Deutschland (AfD) und der Partei Die Linke auf TikTok ebenso wie die Forderung, dass alle Parteien hier (stärker) vertreten sein sollten. Die gewonnenen Erkenntnisse nutzen sie zur Fortführung ihres Strategiepapiers.
Benötigt:	Beamer/Whiteboard

9.–11. Stunde

Thema: Reflexion der Rolle sozialer Medien in demokratischen Gesellschaften

M 7 Politik und soziale Medien – Eure Strategiepapiere

M 8 Klausur

Inhalt: Die Lernenden diskutieren ausgehend von einer Karikaturenanalyse die Rolle sozialer Medien im politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess. Anschließend präsentieren und diskutieren sie ihre Strategiepapiere.

Benötigt: Beamer/Whiteboard, digitale Endgeräte

Erklärung zu den Symbolen

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.		
	einfaches Niveau		mittleres Niveau
	schwieriges Niveau		

Wie nutzen Jugendliche (soziale) Medien?

M 1

„Leg doch mal das Handy weg!“

Diesen Satz hast du so oder so ähnlich sicherlich schon einmal gehört. Mediennutzung – ob Smartphone, Tablet, Laptop oder TV – sorgt regelmäßig für Diskussionen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen. Wie viel Mediennutzung ist okay? Kann zu viel auch schaden?

Um passende Antworten auf diese Fragen zu finden, muss man sich erst einmal ein Lagebild verschaffen: Welche Medien nutze ich eigentlich und wie oft?

Aufgaben

1. Loggt euch zum Austausch bei oncoo ein und beantwortet auf der Plattform folgende Frage: „Mit welchen Endgeräten surfst du im Internet?“
2. Sortiert eure Antworten und ergänzt sie durch weitere Informationen (z. B. Zweck und Dauer eurer Mediennutzung).
3. Vergleicht den Überblick über eure Mediennutzung mit den Ergebnissen der beiden Statistiken: Ist das Nutzungsverhalten in eurer Klasse ähnlich oder ganz anders?



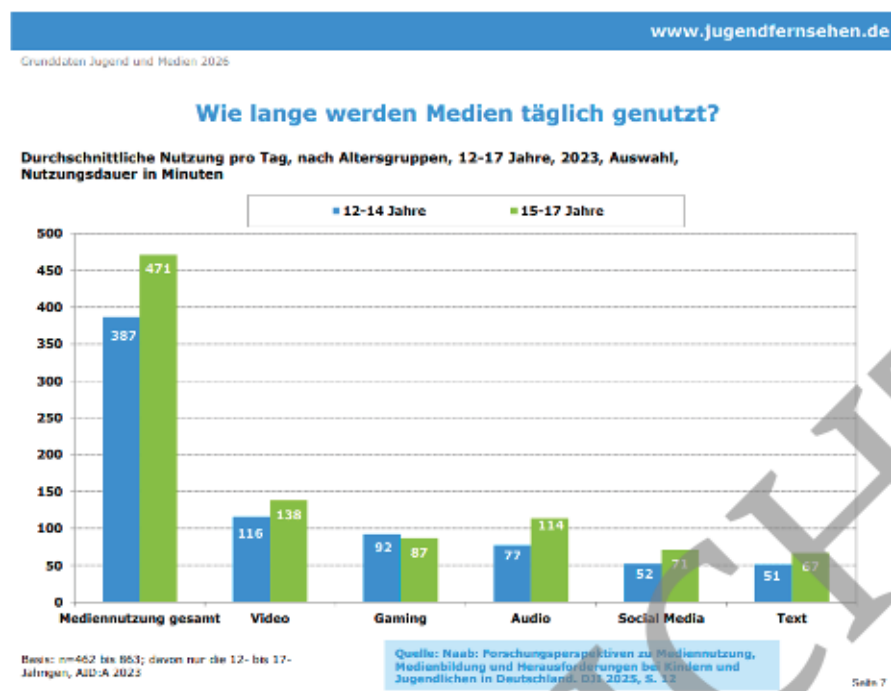
© Thapana Onphalai/iStock/Getty Images Plus

Umfragen mit Oncoo – Anleitung

Ruft die Seite <https://www.oncoo.de/> auf. Dort könnt ihr einen Code eingeben, den euch eure Lehrkraft mitteilt. Sammelt dann gemeinsam als Klasse verschiedene Medien, die ihr nutzt, und ordnet sie gemeinsam: Welche Medien werden am häufigsten/wenigsten genutzt? Welche werden genannt und welche nutzt ihr persönlich oft/selten?

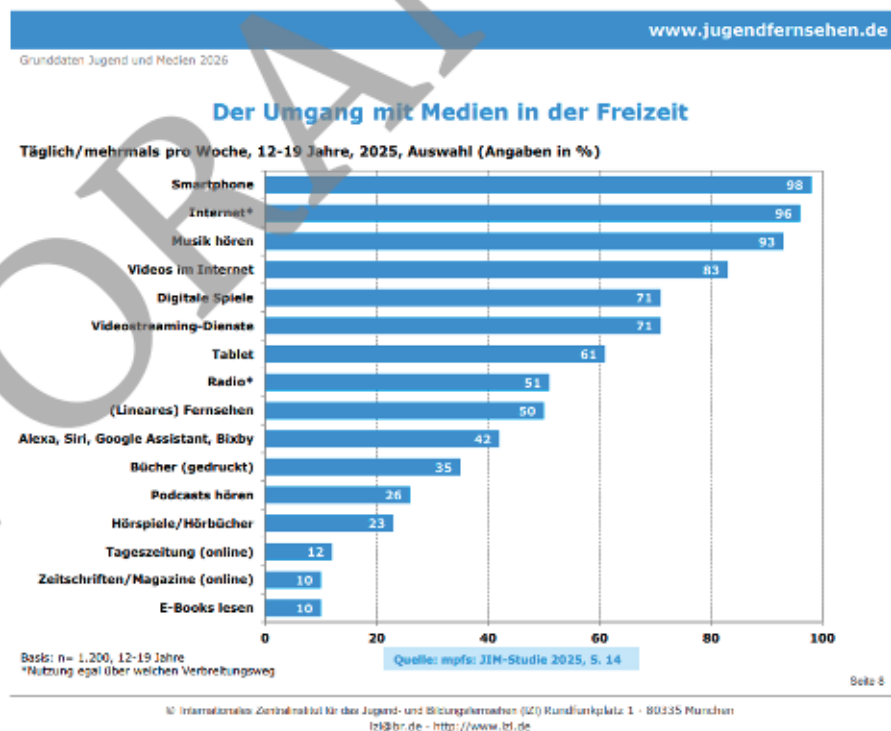


Statistik 1: Wie lange werden Medien genutzt?



Quelle: © Deutsches Jugendinstitut, in: Thorsten Naab: Forschungsperspektiven zu Mediennutzung, Medienbildung und Herausforderungen bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. DJI 2025, S. 12. Grafik aus: Grunddaten Jugend und Medien 2026. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien von Dr. Alexandra Durner-Steinle, S. 7. Auf: https://izi.br.de/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf

Statistik 2: Der Umgang mit Medien in der Freizeit



Quelle: © mpfs, JIM-Studie 2025, S. 14

Jung, schnell, witzig, rechts – TikTok und die AfD

M 5

Viele junge Menschen nutzen Social Media, vor allem TikTok. Das wissen auch politische Parteien wie die Alternative für Deutschland (AfD), die auf TikTok eine große Reichweite hat. Wie hat die AfD das geschafft und was macht die Partei mit dieser Reichweite?

Aufgaben

1. Teilt die Klasse in zwei Gruppen auf. Eine Gruppe bearbeitet M 5, die andere Gruppe M 6.
2. Erläutert am Beispiel der AfD, wie man es schafft, eine große Reichweite auf TikTok zu erzielen.
3. Tauscht euch nun mit der Gruppe aus, die M 6 bearbeitet hat. Entwickelt gemeinsam ein Strategiepapier für einen erfolgreichen politischen Auftritt bei TikTok.
4. TikTok – eine Plattform für die Auseinandersetzung für alle politischen Akteure oder nur ein Spielzeug für Die Linke und die AfD? Der Kommunikationsforscher Marcus Bösch sagt: „Der Diskursraum sollte genutzt und damit ausgeglichen werden.“ Erörtere diese Forderung.



Jung, schnell, witzig, rechts – die AfD auf TikTok

[...] Katze, Porsche, Urlaub, Heimat.

Adele, Smoothies, Meer, Demos.

Kölner Karneval, Aldi, Schwarz-Rot-Gold, Migranten. [...]

Es sind die ersten drei Minuten eines brandneuen Accounts, und schon jetzt hat der

- 5 Algorithmus verstanden: Der Nutzer kommt aus Köln. Er mag keine Katzen. Er bleibt zwei Sekunden auf einer Kriminalstatistik über die gefährlichsten Städte Nordrhein-Westfalens hängen. Ihn könnte also auch interessieren: Deutsche Städte mit den meisten Migranten. Und vier Clips später: die Korrelation zwischen der Anzahl an Migranten und der Kriminalitätsrate in deutschen Städten. [...]

- 10 [I]n Deutschland hielten sich die meisten Politikerinnen und Politiker von der Plattform provisorisch fern. Den freigelassenen Raum eroberten andere.

Heute trenden auf TikTok Rechtspopulisten, fremdenfeindliche Hashtags und Verschwörungstheorien. [...] „Die Ukraine interessiert mich nicht. Israel auch nicht. Ich

- 15 sorge mich um Deutschland, weil ich Deutscher bin“, spült der Algorithmus auf den Bildschirm. [...] Clips wie diese erreichen jeden Monat und quer durch alle Altersgruppen über 20 Millionen Deutsche. [...]

Auf der Videoplattform trendet derzeit der 47-jährige AfD-Europakandidat Maximilian Krah.¹ Seit Mai 2022 hatten seine Videos über Nationalstolz, Männlichkeit und die völkische Ideologie mehr als sieben Millionen Aufrufe. Krah gilt neben Sachsen-Anhalts AfD-

- 20 Fraktionschef Ulrich Siegmund [...] als Beleg für die funktionierende Diskursstrategie.

„Wir können auf TikTok sehr einfach und schnell sehr, sehr viele Videos produzieren, die eine garantierte Grundreichweite bekommen und ohne großen Aufwand exponentielles Wachstum erreichen“, fasst Erik Ahrens, der den Account von Krah verantwortet, [...] die Vorteile von TikTok zusammen. [...]

- 25 Was und wer auf der Videoplattform erfolgreich ist, das heißt, millionenfach im Feed der Nutzerinnen und Nutzer auftaucht, bestimmt der hochsensible Algorithmus. [...] Belohnt werden jene Videos, die der Logik der Plattform entsprechen: authentisch wirkende, schockierende, witzige Clips. [...] Ein Kurzvideo über Arbeitsmarktpolitik interessiere den jungen Wähler auf TikTok nicht, ist Maximilian Krah überzeugt. „Aber wenn

1 Maximilian Krah, AfD-Politiker, ist seit 2025 Mitglied des Deutschen Bundestages.

30 man ihm sagt: Hey, du stehst jetzt an der Schwelle zum Erwachsenwerden – was erwartet dich da? Wovor hast du Sorgen? Was kannst du machen, damit das gelingt? Dann wird er zuhören.“ [...]

Mit ihren amateurhaft geschnittenen Videos und einfach zu verstehenden Anekdoten treten [...] Krah und Siegmund ihrer Zielgruppe auf Augenhöhe entgegen. Im Sinne der
35 populistischen Leitlinie inszenieren sie sich als Mann [...] des Volkes. Explizite politische Inhalte werden dabei mit impliziten vermengt, Popkultur wird mit Politik vermischt. [...]

Dass die Plattform mit den kurzen, nahbaren Videos zur neuen politischen Arena heranwächst, ging an den übrigen Bundestagsparteien offenbar vorbei. [...]

40 „Viele [Politiker] haben noch nicht verstanden, was es bedeutet, in einer Plattformmāra zu leben und zu kommunizieren. Das führt zu Berührungsängsten“, sagt der Kommunikationsforscher Marcus Bösch, der Desinformationskampagnen auf TikTok untersucht. [...] „Der Diskursraum² sollte genutzt und damit ausgeglichen werden“, sagt Bösch. Witze über den politischen Gegner machen, einen Shitstorm kassieren, Trends
45 mitprägen, viral gehen, wirksam werden. Das alles gehört zur politischen Kultur des 21. Jahrhunderts dazu. Bösch warnt davor, TikTok nur als Gefahr und nicht als Chance zu sehen. „Würden andere politische Akteure und ihre Fans dieselbe Masse an Videos produzieren und mit ihnen interagieren wie die AfD, würde deren Einfluss auf die Nutzer drastisch schrumpfen“, sagt er. „Man kann diese 20 Millionen erreichen.“ [...]

Aus: Korth, Dune/Többen, Jens/Wald, Carlotta: Jung, schnell, witzig, rechts. Auf: <https://www.zeit.de/2024/10/afd-tiktok-social-media-rechtsextremismus-maximilian-krah/komplettansicht> [letzter Abruf: 05.03.2026]



© picture alliance / ZUMAPRESS.com | Michael Kuenne

2 Diskursraum: gedanklicher Raum, in dem über ein Thema gesprochen, gestritten oder nachgedacht wird. Beispiel: Beim Thema Schule gehören zum Diskursraum Lehrkräfte, Lernende, Eltern, Politik, Medien, Begriffe wie „Leistung“, „Chancengleichheit“, „Digitalisierung“ und typische Fragen wie „Was ist gute Bildung?“ oder „Wie fair sind Noten?“