Entscheidet TikTok über unsere Demokratie?

Soziale Medien beeinflussen als **#Wahlkampfinstrument** die politische Kommunikation. Doch wie funktionieren digitale Öffentlichkeiten über Social-Media-Plattformen wirklich und welche Chancen eröffnen sie für die Politik?

Von **Andreas Jungherr**

Die politische Öffentlichkeit ist ohne Social Media kaum noch denkbar. Laut dem Reuters Digital News Report 2026 nutzten in Deutschland 36 Prozent der Befragten soziale Medien wöchentlich als Nachrichtenquelle. Unter den 18- bis 24-Jährigen waren es bereits 60 Prozent. Das Fernsehen nutzten nur 32 Prozent dieser Altersgruppe als regelmäßige Nachrichtenquelle. Gegenwart und Zukunft politischer Nachrichten und damit auch der politischen Kommunikation liegen zu einem erheblichen Teil auf Social Media.

Die Frage, ob TikTok über unsere Demokratie entscheidet, ist zugespitzt. TikTok steht jedoch beispielhaft für eine grundlegende Veränderung politischer Öffentlichkeit. Soziale Medien entscheiden Wahlen nicht unmittelbar. Sie verändern aber, wer politische Sichtbarkeit erhält, wie gemeinsame Aufmerksamkeit entsteht und unter welchen Bedingungen Parteien und Kandidaten ihr Publikum erreichen.

Sie sind eine Arena, in der politische Positionen vorgestellt und politische Konflikte ausgetragen werden. Politik, Medien und Öffentlichkeit beobachten dort, welche Themen Aufmerksamkeit finden und welche Deutungen Resonanz erzeugen. Plattformen stellen damit wesentliche Strukturen heutiger politischer Öffentlichkeit bereit.

Wer politische Öffentlichkeit verstehen und gestalten will, muss deshalb die Eigenschaften und Wirkungsmechanismen von sozialen Medien ernst nehmen. Häufig wird die öffentliche Diskussion vor allem von den Risiken digitaler Kommunikation bestimmt: Filterblasen, Desinformation, Radikalisierung und digitaler Hass. Diese Risiken sind real. Die Konzentration auf sie verengt jedoch häufig den Blick. Sie lässt wenig Raum für die Fragen, wie digitale Öffentlichkeiten tatsächlich funktionieren und welche politischen Handlungsmöglichkeiten sie eröffnen.

Muster und Mechanismen verstehen

Gesellschaften müssen lernen, Nutzungsmuster und Wirkungsmechanismen digitaler



Illustration: Natallia Drahun für Akademie Aktuell



Soziale Medien verändern, wer politische Sichtbarkeit erreicht, wie gemeinsame Aufmerksamkeit entsteht und unter welchen Bedingungen Parteien und Kandidaten ihr Publikum erreichen.



Hohe Sichtbarkeit bedeutet nicht automatisch breite Zustimmung.

Medien besser zu verstehen. Für politische Akteure bedeutet dies, neue Formate und Kommunikationswege im Kontext eigener Ziele und Prozesse zu testen. Für Öffentlichkeit und Politik heißt das, die Regeln digitaler Sichtbarkeit bewusst zu gestalten.

Ein entscheidendes Merkmal sozialer Plattformen ist die Fragmentierung von Publikum und Inhalten. Digitale Medien bieten Nutzerinnen und Nutzern eine große Auswahl an Informationen und Quellen. Mit dieser Vielfalt verändern sich die Beziehungen zwischen Informationsangeboten, Publikumsgruppen und öffentlicher Aufmerksamkeit.

In der massenmedial geprägten Öffentlichkeit lag der Schlüssel zum Publikumserfolg für Nachrichtenmarken lange in einem möglichst breiten Informationsangebot: Sport, Unterhaltung, Service, Wetter und Politik. So erreichten klassische Medien unterschiedliche Teile der Bevölkerung und führten sie regelmäßig mit politischen Themen zusammen.

In digitalen Medienumgebungen verschiebt sich dieses Modell. Erfolgreich sind häufig spezialisierte Angebote, die klar umrissene Interessen direkt bedienen: Sportangebote für Sportinteressierte, Wetter-Apps für alle oder politische Kanäle für politisch Interessierte.

Aus Sicht der Einzelnen ist diese Entwicklung zunächst ein Gewinn. Für allgemeine Nachrichtenanbieter wird es allerdings schwieriger, unterschiedliche Gruppen dauerhaft zu erreichen und an sich zu binden. Gesellschaftlich entsteht damit ein Problem: Je stärker sich das Publikum aufteilt, desto seltener entsteht eine geteilte kollektive Aufmerksamkeit.

Verschiedene Medienangebote bündeln

Früher konnten große Medien ausgewählten politischen Akteuren oder Themen Zugang zu einer Massenöffentlichkeit verschaffen. Heute muss Aufmerksamkeit häufig über verschiedene Kanäle und Medienangebote hinweg zusammengeführt werden. Solche Bündelung entsteht in digitalen Kommunikationsumgebungen oft kurzfristig und ereignisgetrieben. Sie wird nicht mehr allein von einzelnen Redaktionen oder politischen Institutionen organisiert.

Skandale, Fehltritte und zugespitzte Deutungen können sich über Social Media rasch verbreiten und anschließend von klassischen Medien aufgegriffen werden. Für die Betroffenen kommt dies häufig überraschend. Beispiele sind Armin Laschets Lachen während eines Besuchs im Flutgebiet in Erftstadt im Bundestagswahlkampf 2021 oder die digitale Kampagne um Frauke Brosius-Gersdorfs Kandidatur für das Bundesverfassungsgericht im Jahr 2025.

Auch in einem fragmentierten Mediensystem kann Aufmerksamkeit also gesellschaftsweit gebündelt werden. Diese Bündelung ist allerdings weniger langfristig planbar. Sie entsteht durch die vernetzte Verstärkung vieler einzelner Beiträge. Empörung, Spott und Konflikt erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass ein Thema weit sichtbar wird. Hinzu kommt die fortlaufende Übernahme erfolgreicher Formate. Wird eine bestimmte Darstellung häufig angesehen und geteilt, greifen andere Akteure sie auf und verändern sie für ihre eigenen Zwecke.

Besonders deutlich zeigt sich diese Dynamik in der Kommunikation Donald Trumps. Trump erzeugt gezielt Kontroversen in digitalen Kanälen. Diese Kontroversen werden zum Gegenstand weiterer Beiträge und anschließend von klassischen wie digitalen Medien aufgegriffen. Auf diese Weise gelingt es ihm regelmäßig, breite Aufmerksamkeit zu bündeln, Themen zu setzen oder die Aufmerksamkeit von anderen Themen abzulenken.

Man kann dieses Vorgehen als Grenzüberschreitung und mediale Pathologie kritisieren. Damit ist jedoch noch nicht erklärt, warum es so zuverlässig funktioniert. Trumps Kommunikation macht Eigenschaften der gegenwärtigen Medienumgebung sichtbar. Aufmerksamkeit entsteht zunehmend im Zusammenspiel von politischen Akteuren, Plattformen, Nutzerinnen und Nutzern sowie journalistischen Medien. Wer Konflikte auslöst, erzeugt damit Material für eine Vielzahl weiterer Akteure. Auch kritische Reaktionen können die Reichweite der ursprünglichen Botschaft erhöhen.

Will man heute Wahlkampf führen, muss man diese Regeln digitaler Öffentlichkeit und ihre Verzahnung mit klassischen Medien verstehen. Dazu gehört die Rolle von Plattformen wie Instagram,

Illustration: Natallia Drahun für Akademie Aktuell

Wer politische Öffentlichkeit verstehen und gestalten will, muss deshalb die Eigenschaften und Wirkmechanismen von sozialen Medien ernst nehmen.

TikTok, YouTube oder X. Wie analoge Medienangebote bringen diese Plattformen Informationsanbieter und Publikum zusammen. Sie übernehmen damit eine Gatekeeperfunktion für den politischen Diskurs.

Die Macht der Sichtbarkeit

Die Form dieses Gatekeepings hat sich allerdings verändert. In der massenmedialen Öffentlichkeit entschieden Journalistinnen und Journalisten darüber, welche Stimmen und Geschichten in Zeitung, Radio oder Fernsehen erschienen. Auf Social Media können politische Akteure ihre Beiträge zunächst selbst veröffentlichen. Plattformen und ihre Empfehlungssysteme beeinflussen anschließend, welche dieser Beiträge verstärkt angezeigt werden und welche weitgehend unsichtbar bleiben.



Gatekeeper entscheiden heute daher weniger darüber, wer grundsätzlich Zugang zur Öffentlichkeit erhält. Ihre Macht liegt stärker in der Verteilung von Sichtbarkeit. Diese Verschiebung von Zugangs- zu Sichtbarkeitskontrolle gehört zu den wichtigsten Veränderungen politischer Kommunikation. Sie erklärt auch einen Teil der Sorgen über digital verbreitete Desinformation. Qualitätskontrolle findet häufig erst nach der Veröffentlichung statt. Zu diesem Zeitpunkt können falsche oder irreführende Aussagen bereits große Reichweite erzielt haben. Plattformen erweitern den Kreis der Akteure, die politische Inhalte veröffentlichen können. Sie lösen damit auch frühere Formen der Vorauswahl und Prüfung teilweise auf.

Für Wahlkämpfe entstehen daraus neue Möglichkeiten. Parteien, Kandidatinnen und Kandidaten können ihre Inhalte ohne vorherige Zustimmung einer Redaktion veröffentlichen. Neue Parteien und ressourcenschwächere Kandidaturen können dadurch Öffentlichkeit erreichen, die ihnen früher kaum zugänglich gewesen wäre. Sie können Repräsentationslücken sichtbar machen und neue Unterstützergruppen mobilisieren.

Diese größere Offenheit erhöht zugleich die Unruhe des politischen Wettbewerbs. Parteien reagieren schneller auf neue Themen und Stimmungen. Das kann demokratische Responsivität stärken, wenn bislang wenig beachtete Anliegen Gehör finden. Es kann auch zu einer hektischen Orientierung an kurzfristigen Aufmerksamkeitswellen führen.

Gesellschaften müssen lernen, mit dieser neuen Dynamik gelassener umzugehen. Nicht jede digitale Aufregung ist Ausdruck einer stabilen Veränderung öffentlicher Meinung. Hohe Sichtbarkeit bedeutet nicht automatisch breite Zustimmung. Gerade politische und journalistische Akteure müssen deshalb besser unterscheiden, ob eine digitale Dynamik auf ein dauerhaftes gesellschaftliches Anliegen verweist oder vor allem aus den Verstärkungsmechanismen einer Plattform entsteht.



Etablierten Kandidaten und Parteien fällt das Experimentieren mit neuen Kanälen häufig schwer – das sollte sie jedoch nicht vom Lernen abhalten. Alte Kommunikationswege verlieren in Teilen des Publikums an Wirkung. Die Entwicklung politischer Kommunikation hält nicht an, wenn etablierte Akteure auf neue Formate verzichten. Sie findet dann lediglich ohne sie statt. Parteien, die keine überzeugende Präsenz in neuen Kommunikationsräumen entwickeln, geben einen wichtigen Teil des politischen Wettbewerbs auf. Parteien müssen wissen, welche Publikumsgruppen sie wie erreichen wollen und welche Formen der Kommunikation zu ihren politischen Zielen passen. Sie müssen Formate testen, aus Fehlern lernen und erfolgreiche Ansätze verstetigen. Digitale Kommunikation wird damit zu einer dauerhaften organisatorischen Aufgabe und darf nicht erst wenige Wochen vor einer Wahl beginnen.

TikTok entscheidet keine Wahl. Die Plattform und ihre Konkurrenten verändern jedoch die Bedingungen, unter denen politischer Wettbewerb stattfindet. Sie erleichtern den Zugang zur Öffentlichkeit und verteilen Sichtbarkeit nach eigenen Regeln. Sie ermöglichen neuen Akteuren, ein Publikum aufzubauen, und setzen etablierte Parteien unter Anpassungsdruck.

Digitaler Wandel lässt sich nicht aussitzen. Ob er die Demokratie stärkt oder schwächt, hängt von den politischen Akteuren ab, die seine Möglichkeiten nutzen und wofür sie diese einsetzen.

Prof. Dr. Andreas Jungherr
hat den Lehrstuhl für Politikwissenschaft, insbesondere Digitale Transformation, an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg inne. Er ist Mitglied im Direktorium des bidt, einem Institut der BAdW.

Illustration: Natallia Drahun für Akademie Aktuell


ngs,
ch. Oh.
Gendern
wieder)
Energi