

24.11.2025 - 11:00 Uhr

"Auf einmal ist eine ganze Stunde weg." Junge Menschen auf TikTok - zwischen Wertschätzung und Widerstand

Mit der For-You-Page verbinden junge Menschen Gefühle wie Interesse oder Unterhaltung. Bei unpassenden Inhalten empfinden sie Genervtheit, Unbehagen oder Kontrollverlust.

„Zwischen Wertschätzung und Widerstand: Algorithmische Kompetenz junger Menschen am Beispiel der Kurzvideoplattform TikTok“, Leibniz-Institut für Medienforschung | HfM, November 2025

Hamburg (ots) -

TikTok gewinnt für Nachrichten und Politik zunehmend an Relevanz. Für Medienanbieter und politische Akteure ist die Plattform ein wichtiger Ausspielweg, für Nutzerinnen und Nutzer zunehmend eine Informationsquelle. Junge Menschen ignorieren dabei aber meist, dass sie durch den TikTok-Algorithmus vielfältigen Manipulationen ausgesetzt sein können. Eine neue qualitative #UseTheNews-Studie des Leibniz Instituts für Medienforschung bringt die zeitgemäße Vermittlung von Nachrichten-, Informations- und Medienkompetenz ins Spiel, um fit zu machen gegen die Beeinflussungen der Algorithmen. Die Autorinnen und Autoren zeigen auf, wie Jugendliche und junge Erwachsene die Plattform nutzen, wie sie mit dem Algorithmus interagieren und wie sie Wertschätzung und Widerstand erleben.

"Abgesehen von Engagement-Metriken wie Likes oder Kommentaren wissen die Teilnehmenden wenig darüber, welche personenbezogenen Daten TikTok von ihnen sammelt, auswertet und in das algorithmische Empfehlungssystem einfließen lässt. Das heißt, sie können potenzielle Risiken nur schwer abschätzen und haben auch wenig Bedenken, was ihre Datensammlung betrifft", sagt Studienautorin und Medienwissenschaftlerin Dr. Leonie Alatassi vom Leibniz-Institut für Medienforschung in Hamburg. "Hier können Fördermaßnahmen ansetzen, die aufklären und Bewusstsein schaffen und dann gezielt vermitteln, welche Handlungsmöglichkeiten es mit Blick auf individuelle Einstellungen und den persönlichen Datenschutz gibt."

Kernergebnisse der Studie "Zwischen Wertschätzung und Widerstand: Algorithmische Kompetenz junger Menschen am Beispiel der Kurzvideoplattform TikTok":

- Die Teilnehmenden wissen sehr wenig über die Sammlung und Verarbeitung von Informationen durch TikTok. Sie haben geringe Bedenken bei der Preisgabe personenbezogener Daten, aber mit steigendem Alter wächst das Verständnis für die Funktionsweise der Plattform.

"Ich habe mir allgemein über die App noch nie so Gedanken gemacht. Einfach runtergeladen, benutzt und mehr auch nicht. Und so über die Daten auch noch nicht." (männlich, 16 Jahre)

- Die Funktionen auf der For-You-Page werden von ihnen vielfältig genutzt, meist aber unbewusst und ohne Absicht, um den TikTok-Algorithmus zu beeinflussen.

"Jedes Video gefällt einem halt. Wenn das so individualisiert ist, ist das der perfekte Zeitvertreib." (weiblich, 16

Jahre)

- Junge Menschen begreifen ihre Handlungsfähigkeit als situativ und begrenzt. Selbstwirksamkeit, wie etwa die Beeinflussung des Algorithmus durch Interaktion, wird nur punktuell erlebt. Bei unpassenden Inhalten reagieren viele mit Genervtheit, Unbehagen oder Kontrollverlust. Dann versuchen sie, den Algorithmus aktiv zu beeinflussen oder legen Nutzungspausen ein. Dieses Verhalten ist Ausdruck ihres Autonomiestrebens.

"Wenn ein Video dabei ist, was mich nicht interessiert, dann swipe ich dann einfach weiter und durch den Algorithmus wird mir das dann weniger angezeigt." (weiblich, 16 Jahre)

- Sie verbinden die For-You-Page emotional mit positiven Gefühlen wie Interesse, Wertschätzung oder Unterhaltung. Der Algorithmus wird als personalisierter Begleiter erlebt.

"Wenn ich es jetzt mal personifizieren müsste, wäre TikTok die Person, die eigentlich jeder mag. Und jeder ist heimlich gut mit dieser Person, aber wenn alle da sind, dann wird TikTok halt gemobbt." (weiblich, 20 Jahre)

- Die meisten Befragten empfinden es als praktisch, über TikTok-Inhalte passiv "auf dem aktuellsten Stand" zu sein. Aktiv nutzen wenige junge Menschen TikTok als Informationsquelle für politische Inhalte, da sie die Plattform als "nicht vertrauenswürdig" oder nicht als seriöse Quelle einschätzen.

"Für die Wahl habe ich das jetzt nicht genutzt, weil ich da zu viel bearbeiteten Kram und zu viele Memes dazwischen hatte, aber für aktuelle News ist TikTok hervorragend." (männlich, 22 Jahre)

"TikTok ist eine der wesentlichen Informationsquellen junger Menschen. Das gilt auch für Nachrichten und andere journalistische Angebote auf der Plattform. Wir haben die Studie unterstützt, weil die Medienbranche fundierte Erkenntnisse über Stellenwert und Wirkungsweise von TikTok braucht, wenn sie dort neue News-Formate ausprobiert", sagt Vanessa Bitter, Chief Operating Officer von #UseTheNews.

Die kompletten Studienergebnisse [gibt es hier](#)

Über die Umfrage:

Konzipiert, durchgeführt und aufbereitet haben die #UseTheNews-Studie Dr. Leonie Alatassi, Dr. Sascha Hölig und Philipp Kessling vom Leibniz-Institut für Medienforschung in Hamburg. Zur Beantwortung der Leitfragen wurde eine qualitative Erhebung konzipiert, die sechs Fokusgruppen (n=31) sowie follow-up Einzelinterviews mit zwölf der Teilnehmenden umfasst. Die Befragten waren zwischen 16 und 24 Jahre alt. In den drei Städten Hamburg, Düsseldorf und Erfurt wurde jeweils eine Gruppe mit Jugendlichen und eine mit jungen Erwachsenen durchgeführt; mit Blick auf das Geschlecht und die formale Bildung (hoch vs. niedrig) waren die Gruppen gemischt zusammengesetzt. Die Teilnehmenden für leitfaden-gestützte Einzelinterviews wurden aus den Fokusgruppen rekrutiert. Vorab konnten die Teilnehmenden unter entsprechender Anleitung ihre TikTok-Daten anfordern, herunterladen und ausgewählte Daten zur Verfügung stellen. Diese wurden analysiert, visuell in Form von Diagrammen aufbereitet und in den Gesprächen thematisiert. Die Feldzeit lief von März bis Mai 2025.

Über #UseTheNews:

Die UseTheNews gGmbH geht der Nachrichtennutzung und -kompetenz junger Menschen auf den Grund und entwickelt neue Informations- und Bildungsangebote. Im Sinne einer funktionierenden und wehrhaften Demokratie verfolgt #UseTheNews das Ziel, Kindern und Jugendlichen bundesweit ein verlässliches Angebot zum sicheren Umgang mit Informationen und zur faktenbasierten Meinungsbildung zu machen. Initiiert wurde #UseTheNews 2020 von der Deutschen Presse-Agentur dpa und der Hamburger Behörde für Kultur und Medien, begleitet von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg und dem Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut. Die Initiative wird von einem Kuratorium aus namhaften Persönlichkeiten aus Medien und Politik unterstützt.

Pressekontakt:

UseTheNews gGmbH / dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Jens Petersen
Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Medieninhalte



Neue qualitative #UseTheNews-Studie des Leibniz Instituts für Medienforschung zur TikTok-Nutzung junger Menschen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/168022 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Neue qualitative #UseTheNews-Studie des Leibniz Instituts für Medienforschung zur TikTok-Nutzung junger Menschen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/168022 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Neue qualitative #UseTheNews-Studie des Leibniz Instituts für Medienforschung zur TikTok-Nutzung junger Menschen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/168022 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100094189/100936780> abgerufen werden.