

DIGITAL REPORT

E L S E

F R E N K E L -

B R U N S W I K

I N S T I T U T

FÜR DEMOKRATIEFORSCHUNG IN SACHSEN
AN DER UNIVERSITÄT LEIPZIG

EFBI DIGITAL REPORT 2025-1

JOHANNES KIESS (EFBI)
UND GIDEON WETZEL (AAS)

KONTAKT

PIA SIEMER
T: +49 341 97-37892
M: PIA.SIEMER@UNI-LEIPZIG.DE

TIKTOK IM BUNDESTAGSWAHL- KAMPF 2025 UND EXTREM RECHTE JUGENDMOBILISIERUNG

ABSTRACT

Der neue, wie bisher in Kooperation mit der Amadeu-Antonio-Stiftung entstandene EFBI Digital Report widmet sich in einem einführenden Text der Plattform TikTok. Sie hat sich unter jungen Menschen zur wichtigsten Social-Media-Plattform entwickelt, wobei andere Plattformen wie YouTube oder Instagram teilweise ihre Algorithmen und Funktionen an das Erfolgsmodell TikTok angepasst haben. Spätestens seit den Europawahlen 2024 wird diskutiert, wie präsent extrem rechte Parteien und Politiker*innen auf TikTok sind – in Deutschland betrifft dies vor allem die AfD. In einem zweiten Beitrag blicken wir deshalb auf die AfD während des Bundestagswahlkampfes. Wir können zeigen, dass die AfD zwar früh und umfassend auf den Aufstieg des Mediums reagiert hatte. Inzwischen haben die demokratischen Parteien aber durchaus nachgezogen. Während der Algorithmus und damit die Funktionsweise von TikTok bisher intransparent bleiben, können demokratische Politiker*innen dem extrem rechten Erfolg auf der Plattform durchaus erfolgreich

Inhalte entgegensetzen. Eine stärkere und eindeutige Regulierung der sozialen Medien bleibt für die europäischen Demokratien dennoch unverzichtbar, um sich gegen Desinformation, (digitale) extrem rechte Raumnahme und Hassrede besser zu schützen. In einem dritten Beitrag blickt unser Gastautor Alexander Ritzmann vom *Counter Extremism Project* auf die seit Anfang 2024 zu beobachtende, zunehmende Mobilisierung junger extrem rechter Gruppierungen. Als Anlass dienen auch in diesem Jahr häufig wieder Christopher Street Demonstrationen, gegen die aus der sonst vor allem über soziale Medien vernetzten Szene mobilisiert wird. Dahinter stehen aber neue Aktionsformen und Strategien unter anderem der Partei *Die Heimat* (ehemals NPD) und ihrer Jugendorganisation JN. Um der zunehmend gewaltförmigen Entwicklung entgegenzutreten, kommt es darauf an, insbesondere die Kaderstrukturen gut im Blick zu behalten, auf Straftaten kurzfristig und klar im Sinne der Generalprävention zu reagieren und gleichzeitig alternative, demokratische Angebote sowie Beratungsangebote auch für Angehörige extrem rechter Jugendlicher auszubauen.

TIKTOK – VIRALE MOBILISIERUNG MIT KURZVIDEOS

GIDEON WETZEL UND JOHANNES KIESS

DIGITALE MOBILISIERUNG

Fanden politische Mobilisierungsprozesse bis Mitte der 2000er Jahre noch überwiegend analog und bspw. mittels Flugblättern und anderen analogen Medien statt, erfolgt sie heute fast immer hybrid oder sogar vorwiegend online. Deutlich zeigte sich diese Entwicklung bereits mit den Wahlkämpfen von Barack Obama 2008 und 2012 sowie dem Arabischen Frühling ab Dezember 2010. Während Obamas Kampagne die sozialen Medien für personalisierte politische Kommunikation nutzte und sich dabei die Kommodifizierung der sozialen Medien zunutze machte (Bimber 2014), haben Protestbewegungen aufgrund der Aktivitäten der Teilnehmenden einen stärkeren Bottom-up-Charakter. Im arabischen Raum ermöglichten Social-Media-Plattformen abseits der regimetreuen Medien eine (emotionale) Identifikation mit einem gemeinsamen Anliegen und Austausch über die diktatorischen Systeme (Howard/Hussain 2013). In ihrer Untersuchung der Occupy-Bewegung bezeichnen Bennett und Segerberg (2013) solche Protestformen als *connective action*. Diese sei geprägt durch einfach zu personalisierende *action frames*, bspw. Botschaften wie „the 99% against the 1%“, sowie den adaptierenden Einsatz sozialer Medien durch die Teilnehmenden selbst. Dem gegenüber basierten klassische Proteste stärker auf dem Einsatz von Kommunikationsmitteln durch Organisationen.

Die Landschaft der sozialen Medien ändert sich rasend schnell. Mitte der 2000er Jahre etablierte sich Facebook als erste große Social-Media-Plattform, bei Jugendlichen lief ihr aber Instagram bald den Rang ab und wurde dann kurzerhand in den Facebook-Konzern Meta integriert. In den letzten Jahren hat sich gerade für junge Menschen TikTok global zu einem zentralen Raum ihres täglichen Erlebens entwickelt – mit weitreichenden Konsequenzen für Aktivismus und politische Meinungsäußerung (Literat/Kligler-Vilenchik 2023). Die rumänischen Präsidentschaftswahlen im November 2024 haben gezeigt, welchen Einfluss TikTok-Kampagnen – mutmaßlich aus dem Ausland gesteuert – haben können. Innerhalb von 23 Tagen stieg das Hashtag #calingeorgescu (Name eines rechtsextremen Präsidentschaftskandidaten) von sechs auf 140 Millionen Views (Titz, 2024b; Voinea, 2025) – mutmaßlich durch koordinierte „Fan-Seiten“. Aufgrund damit verbundener unrechtmäßiger Wahlbeeinflussung wurden die Wahlen für ungültig erklärt (Hahne, 2024). Dass TikTok auch in Deutschland eine zunehmend wichtige Rolle als politisches Mobilisierungsinstrument spielt, zeigte sich spätestens mit der Europawahl 2024. Der Erfolg der AfD unter jungen Wähler*innen wurde in Medienberichten auch auf eine nahezu uneingeschränkte Dominanz der Partei auf TikTok zurückgeführt. Während es richtig ist, dass die AfD die Plattform frühzeitig für sich entdeckt hatte, sollte diese allgemeine Einschätzung doch kritisch überprüft werden. Wir tun dies in einem weiteren Beitrag dieses Digi-

tal Reports für die Bundestagswahl 2025. Zunächst wollen wir hier aber die Plattform vorstellen und unseren Forschungszugang darlegen.

HINTERGRUND UND FUNKTIONSWEISE

TikTok ist eine soziale Plattform des chinesischen Unternehmens ByteDance, dass sich besonders unter Jugendlichen großer Beliebtheit erfreut. Es basiert hauptsächlich auf Kurzvideos. Verglichen zu YouTube sind diese weniger aufwändig produziert, was ihnen eine gewisse Authentizität verleiht. In China ist nur die zensierte Version unter dem Namen Douyin nutzbar. Während TikTok aufgrund des Mobilisierungspotenzials sozialer Medien in vielen autoritär regierten Ländern nur eingeschränkt nutzbar oder gar verboten ist, steht die App in westlichen Ländern vor allem wegen der Nähe von ByteDance zur chinesischen Regierung in der Kritik und ist teilweise auf Regierungsgeräten verboten (Reuters, 2024). Dem Unternehmen werden immer wieder eine entsprechende inhaltliche Einflussnahme sowie auch der (intransparente) Zugriff auf sensible Daten vorgeworfen (Baker-White, 2022; Kendal, 2024; Deutscher Bundestag, 2023). Berichte thematisierten zum Beispiel die Einschränkung der Sichtbarkeit zu Themen wie der Unterdrückung der Uiguren (Conrad, 2022) oder LGBTQI+ (Fox, 2020).

Anders als bei vorherigen Trend-Plattformen wie Instagram in den 2010er Jahren, dessen Algorithmus sich an den selbst gelikten Inhalten und Likes des Freundesnetzwerkes orientierte, nutzt TikTok Daten über das Konsumverhalten des Users (Vombatkere et al., 2024) und schlägt entsprechend neue Themen vor. Die Vorschläge erscheinen in der sogenannten „For-You-Page“ (FYP). Dabei ist mitunter die „Viewtime“ wichtig, also die Zeitdauer, die ein User einem Kurzvideo (einem sogenannten TikTok) Aufmerksamkeit schenkt, aber auch zu welchem Zeitpunkt ein TikTok beendet wird. Auch andere Interaktionen mit der App – oft als Engagement bezeichnet – werden erfasst und einbezogen. Die Viewtime ist so gesehen das neue Like, welches aber nicht bewusst vergeben werden muss. TikTok schlägt außerdem Themenwelten vor¹, welche nicht bewusst angefragt werden und die auch nicht aus dem eigenen Freundesnetzwerk entstammen, und erfasst das Ansprechverhalten des Users hierzu. Dabei spielen vermutlich – der Algorithmus ist nicht öffentlich einsehbar und nur indirekt beobachtbar – auch regionale und globale Trends eine Rolle. Dadurch ist es TikTok möglich, Vorlieben aufzudecken und zu kultivieren, die dem User mitunter selbst noch gar nicht bewusst waren.

TikTok bietet – neben der „stillen“ Messung des Engagements – auch Möglichkeiten, explizit auf Inhalte zu reagieren, zum Beispiel indem man ein eigenes Video mit dem referenzierten verbindet. Möglich ist dies mithilfe zweier spezieller Funktionen: Über die Stitch-Funktion wird das eigene Video vor oder nach dem referenzierten Video angefügt. Mit der Duett-Funktion laufen beide Videos parallel in einem geteilten Bildschirm.

1) <https://www.tiktok.com/transparency/de-de/german-state-treaty/>

Neben der offensichtlichen Relevanz von Videos spielen Sounds auf TikTok eine hervorgehobene Rolle. Das können bestimmte Liedpassagen sein, aber auch prägnante Geräusche, Melodien oder Zitate, mit denen ein TikTok unterlegt ist. TikToks, die dieselben Sounds nutzen, sind miteinander verknüpft und damit einfacher auffindbar. Immer wieder werden Sounds selbst als Memes aufgegriffen und weiterverwendet, oft in völlig unterschiedlichen thematischen Kontexten. Mit den multimodalen Möglichkeiten der Plattform – also der Verknüpfung von Sound, Musik, Bild und Text – ergeben sich große kreative Spielräume auf der Suche nach der Aufmerksamkeit der User.

Die Inhalte für TikTok können sehr intuitiv mit der App „CapCut“, welche ebenfalls von ByteDance bereitgestellt wird, editiert werden. Damit lassen sich Schnitt, Abfolge und Ton bearbeiten, aber auch KI-unterstützt Untertitel, Übersetzungen oder Video-Filter hinzufügen und Videos entsprechend leicht individualisieren. Auch mit wenig Roh-Material können von Laien unterhaltsame Inhalte erschaffen werden. Häufig sieht man auf TikTok Videos, die zusätzlich zum gesprochenen Wort Untertitel in grellen Farben einblenden. So lässt sich in der tonlosen Vorschau schnell erfassen, wovon das TikTok handelt, bzw. das TikTok überhaupt ohne Ton konsumieren. Darüber hinaus erzeugt das geschriebene zusätzlich zum gesprochenen Wort vermutlich auch einen immersiveren Eindruck (Gernsbacher, 2015), d.h. die Videos erregen mehr Aufmerksamkeit und bleiben tendenziell stärker im Gedächtnis. Die mit CapCut editierten Videos lassen sich über die TikTok-App auf die Plattform hochladen und mit einem Beschreibungstext sowie Hashtags versehen.

Da die Videos abgelöst von Communities einer breiteren Öffentlichkeit in die Vorschläge eingespielt werden, ermöglicht TikTok eine viel größere Reichweite, als sie etwa Facebook mit seinen klar definierten Freundeskreisen bietet. TikToks können somit viral gehen, selbst wenn der den Inhalt veröffentlichende Account kaum Follower*innen hat. Dadurch müssen Profile nicht mühsam aufgebaut werden, wie es zum Beispiel bei Instagram der Fall ist.

Im Kontext rechtspopulistischer Mobilisierung eröffnet TikTok ganz neue Möglichkeiten: Erfolgreiche TikToks können mit leichten Modifikationen auf neuen Accounts erneut gepostet werden, einerseits um noch mehr Reichweite zu erzielen und andererseits als Backup, sollte der ursprüngliche Account gesperrt werden. Zwar widerspricht dies den Geschäftsbedingungen² von TikTok und vermutlich werden automatisierte Verfahren (z.B. Bilderkennung oder Gesichtserkennung) verwendet, um Re-Uploads zu detektieren. Allerdings genügen teilweise einfache Modifikationen, etwa das Ändern der Schriftart oder des Video-Filters der TikToks, um dem zu entgehen.

TikTok bietet neben Kurzvideos auch die Funktion von Live-Videostreams, wenn ein Account mehr als 1.000 Follower vorweisen kann. Diese Funktion erfreut sich wachsender Beliebtheit und kann auch von mehreren Profilen parallel ausgeführt werden. Dadurch, dass sie live sind, lassen sich diese Formate nur schwer erfassen und spielen in unserer Untersuchung keine Rolle. Sie sind jedoch für die Meinungsbildung, ähnlich wie die Livestreaming-Plattform Twitch, zu einem wichtigen Instrument herangewachsen.

MEMEFICATION

Die beschriebenen Möglichkeiten des gegenseitigen Reagierens (Stitch und Duett) und das Ablösen von Peer-Group-basierten Communities sorgen für die spezifische und äußerst erfolgreiche Dynamik von TikTok, die inzwischen auch andere Plattformen versuchen zu adaptieren. Kern dieser Dynamik ist, das TikToks oder einzelne Elemente daraus, wie z.B. Sounds, aber auch die User selbst zum Meme werden können.

Memes sind Medieninhalte, die sich vorwiegend im Internet verbreiten. Sie bestehen aus einer Kollage von Fotos, Zeichnungen, Text, neuerdings auch Videos und Sounds, welche oft über einen humoristischen oder satirischen Zugang gesellschaftliche Phänomene begleiten und auf einer emotionalen Ebene einfangen sollen. Sie sind oft mit einfachsten Hilfsmitteln erstellt und laden schon deshalb zur Modifikation ein. Jene Memes, mit denen sich besonders viele identifizieren können, erfahren eine starke Verbreitung und werden so mitunter auch modifiziert oder entfremdet. Dadurch entstehen wiederkehrende Motive. Damit kommt es zu einer evolutionären Verbreitung: Es setzt sich das Meme durch, welches am besten eine Emotion zu einem Phänomen transportiert.

Zwar lassen sich Memes kulturhistorisch bereits vor dem Internet feststellen (Dawkins, 2007), jedoch ermöglichen erst das Internet und die Verbreitung intuitiver Bearbeitungstools eine globale Ausweitung sowie deutlich höhere Mutationsraten dieser Kommunikationskultur. Den Ursprung stellen Image-Boards wie 4Chan dar, deren Funktionsweise Mutationen und Viralität von Memes maßgeblich beschleunigt haben: Postings mit den meisten Interaktionen verweilen als oberster Eintrag, nicht erfolgreiche Posts verschwinden nach unten und werden letztendlich gelöscht. Auch hinsichtlich politischer Inhalte haben sich Memes als Kommunikations- und auch Mobilisierungsformat etabliert. Die extreme Rechte hat diese Form der Kommunikation besonders erfolgreich aufgegriffen (Schmitt et al. 2020). So begleiteten Aktivist*innen gezielt Trumps Wahlkampf 2016 (Heikkilä, 2017) mit Memes und es entstand eine für die US-amerikanische Alt-Right-Bewegung charakteristische Meme-Ästhetik (ISD, 2023).

Waren die ursprünglichen Memes aus den Image-Boards noch auf die Bildebene beschränkt, ermöglichen Plattformen wie TikTok Videos oder sogar Sounds als Memes. Auch diese Möglichkeiten wurden von der Alt-Right-Bewegung früh erkannt und genutzt, um etwa rassistische oder antisemitische Tropen zu chiffrieren. So finden sich z.B. unter bestimmten Sounds, die nur versierte User kennen, Sammlungen von völkisch-rassistischen oder antisemitischen TikToks (Amadeu Antonio Stiftung, 2023).

SCHLUSS

Der Erfolg von TikTok macht die Plattform attraktiv für Versuche, Einfluss auf die politischen Einstellungen der User zuzunehmen, wobei gerade die Verbreitung von Desinformation und sogenannten Fake-News ein großes Problem darstellt. Das betrifft unter anderem Aktivist*innen aus dem Inland, die extrem rechte Parteien unterstützen oder jedenfalls entsprechende Narrative verbei-

2) <https://www.tiktok.com/community-guidelines/en/integrity-authenticity>

ten. Außerdem ist wie auf anderen Plattformen auch davon auszugehen, dass Desinformationskampagnen aus Russland oder China gezielt eingesetzt werden, um das Vertrauen in Institutionen zu untergraben, polarisierte Debatten anzuheizen oder antidemokratische Narrative zu stützen (Golovchenko, 2020; Hung und Hung, 2022; ISD, 2024; Treyger et al., 2022).

TikTok nutzt für die Inhaltsmoderation eine Kombination³ automatisierter Verfahren und menschlicher Überprüfung. Inhalte, welche vom automatischen System erfasst wurden, werden vom „Vertrauens- und Sicherheitsteam“ manuell überprüft. Im Kampf gegen Desinformation setzt TikTok auf Fact-Checking-Partner⁴, oftmals NGOs. Liegt ein Verstoß gegen die Community-

Richtlinien⁵ vor, werden die Inhalte aus der For-You-Page ausgeschlossen⁶ (auch Shadow-Ban genannt) oder gelöscht⁷. Schwere oder wiederholte Verstöße⁸ können zur Sperrung eines Accounts führen. Diese Regeln gelten ebenso für Accounts von Regierungen, Politiker*innen und politischen Parteien. TikTok klassifiziert selbstständig Accounts als „Government, Politician, and Political Party Accounts“⁹ (GPPAs). GPPAs unterliegen gewissen Einschränkungen; so können diese nicht monetarisiert werden, keine Werbung schalten, kein Fundraising betreiben und sind bei der Musikauswahl auf die Commercial Music Library (CML) beschränkt. Im folgenden Beitrag untersuchen wir, wie Parteien in Deutschland TikTok nutzen.

DER KURZE ATEM DES AFD-TIKTOK-ERFOLGS

GIDEON WETZEL UND JOHANNES KIESS

Um systematisch zu untersuchen, wie politische Parteien in Deutschland auf TikTok agieren, haben wir Daten über die offizielle TikTok-Research-API gesammelt. Die API – kurz für *Application Programming Interface*, eine technische Schnittstelle zum TikTok-Server für Computer-Programme – ermöglicht den Abruf von Metadaten zu Videos, darunter Views, Likes, Shares, Hashtags und Kommentare. Zudem können Informationen zu Accounts, einschließlich ihrer Follower-Zahlen und ihres verifizierten Status, erfasst werden. Als Grundlage für unsere Datenauswahl haben wir die von Martin Fuchs gepflegte Liste von TikTok-Accounts deutscher Politiker*innen genutzt. Unser Untersuchungszeitraum erstreckt sich vom 1. Dezember 2024 bis zum 4. März 2025, also den Zeitraum vom Beginn des Wahlkampfs bis kurz nach der Wahl.

LIKES UND FOLLOWER

Unter den politischen Parteien Deutschlands gehört die AfD auf TikTok zu den early adoptern und war dort sehr präsent. Allerdings wurde der Erfolg der AfD auf der Plattform erst im Frühjahr 2024, nach dem Potsdamer Treffen und nach einem viralen TikTok des AfD-Politikers Krah („Echte Männer sind rechts“), kritisch diskutiert (Blumenthaler, 2024; Metzger, 2024; Pogner, 2024). Auch nach den Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und Brandenburg ergaben Analysen eine hohe Sichtbarkeit der Partei auf TikTok (Verwiebe, 2024), welche sich ebenfalls zu Beginn des Bundestagswahlkampfes zeigte (MDR Aktuell, 2024). Um die TikTok-Dominanz der AfD zu überprüfen, analysierten wir die erfolgreichsten politischen Profile anhand von Likes und Followern. Die Ergebnisse zeigen: Die AfD war zwar early adopter und hat (noch) die meisten Follower, aber die Konkurrenz holt auf. Besonders Heidi Reichinnek (Die Linke) ragt heraus – sie liegt bei der Anzahl der Likes sogar auf Platz 1 (Abb. 1) und bei den Followern auf Platz 2 (Abb. 2). Auch das „Teambundeskanzler“-Profil von Olaf Scholz (SPD) zeigt, dass andere Parteien zunehmend Reichweite auf TikTok erzielen (können). Alice Weidel (AfD) bleibt

zwar die meistgefolgte Politikerin, aber der Vorsprung schrumpft.

Ein weiterer wichtiger Aspekt für unsere Einschätzung ist die Gesamtreichweite der untersuchten Parteien. Abb. 3 zeigt die Summe aller Views der Videos von parteizugehörigen Accounts im Untersuchungszeitraum. Auf der horizontalen x-Achse ist die Gesamtanzahl der Views aller Videos je Partei dargestellt, während die vertikale y-Achse die Anzahl der veröffentlichten Videos angibt. Die Größe der Datenpunkte entspricht der Anzahl der Follower aller parteizugehörigen Accounts. Dadurch lässt sich erkennen, welche Parteien besonders aktiv Inhalte veröffentlichen und welche Parteien mit vergleichsweise wenigen Videos hohe Reichweiten erzielen.

Zentral für die Interpretation der Grafik ist die Steigung der (vorgestellten) Verbindungslinie vom Diagramm-Ursprung zu den jeweiligen Datenpunkten. Je flacher die Linie, desto mehr Views generiert ein Video im Durchschnitt für eine Partei. Eine steilere Linie indiziert hingegen, dass eine Partei im Vergleich mehr Videos benötigt, um die gleiche Anzahl an Views zu erreichen. Die Analyse zeigt, dass FDP, CDU/CSU und Grüne tendenziell eine steilere Linie aufweisen, also ihre Videos vergleichsweise weniger Aufrufe erhalten. Im Gegensatz dazu bewegen sich AfD, SPD, Linke und BSW auf einer flacheren Linie, was auf eine höhere Anzahl an Views pro Video hindeutet. In unserer vor der Bundestagswahl erschienenen Analyse mit Daten bis Mitte Januar (Wetzel/Kiess, 2025) zeigte die FDP eine bessere Performance, während die SPD schwächer abschnitt. Die Visualisierung zeigt, dass die SPD die AfD knapp überholt hat und dies trotz geringerer Follower-Anzahl. Wir lesen dies als Hinweis darauf, dass Follower-Zahlen auf TikTok nicht

3) <https://support.tiktok.com/de/safety-hc/account-and-user-safety/content-violations-and-bans> und <https://www.tiktok.com/transparency/en/content-moderation/>

4) <https://www.tiktok.com/safety/en/safety-partners>

5) <https://newsroom.tiktok.com/en-us/community-guidelines-update>

6) <https://www.tiktok.com/transparency/de-de/german-state-treaty/>

7) <https://support.tiktok.com/en/safety-hc/account-and-user-safety/content-violations-and-bans>

8) <https://newsroom.tiktok.com/en-gb/account-enforcement-system>

9) <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/growing-your-audience/government-politician-and-political-party-accounts>

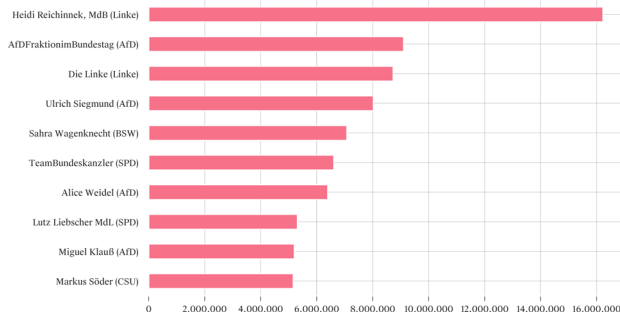


ABBILDUNG 1

TOP-10-ACCOUNTS NACH ANZAHL DER LIKES

unbedingt ausschlaggebend sind. Außerdem holten auch CDU/CSU und Grüne seit Mitte Januar stark auf. Die FDP blieb dagegen auf der Strecke und wurde von der Linken überholt.

Das erfolgreichste TikTok¹ aller untersuchten Accounts während des Wahlkampfes entstand zum Tortenwurf (mrc/dpa, 2025) auf Christian Lindner und wurde von seinem eigenen Account hochgeladen (22.729.334 Views, 780.494 Likes). Die eigentlich gegen den Politiker gerichtete Aktion, konnte sein Social-Media-Team also in beeindruckender Weise zum eigenen Vorteil nutzen. Dies zeigt, dass auf TikTok die Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie gelten – durch Selbstviktimsierung, schnelle Reaktion und ein wenig Selbstironie ließ sich in diesem Fall das Narrativ und damit die virale Dynamik kontrollieren. Ähnlich ist es beim zweiterfolgreichsten TikTok²: Olaf Scholz reagierte auf den TikTok-Influencer „Brooklyn“, welcher ihn aufforderte, die Preise zu senken³ (8.235.413 Views, 716.565 Likes). Dieses „Meme“ wurde von Team Olaf Scholz geschickt aufgegriffen und in zwei weiteren TikToks⁴ ähnlich erfolgreich platziert.

GEGENSEITIGE BEZUGNAHME DER PARTEIEN

Für die Reichweite und den Erfolg der Parteien auf TikTok ist auch relevant, wie oft und in welchem Kontext Parteien übereinander sprechen. Hierzu haben wir in dem von uns generierten Datensatz die Hashtags der Videos offizieller Partei-Accounts auf Referenzen zu anderen Parteien überprüft. Die Hashtags #noafd (negativ) und #afdwirkt (positiv) werden dabei beide als AfD-Bezug gewertet. Im ersten Fall wird der Hashtag meist von anderen Parteien negativ genutzt, im zweiten Fall als positiver Selbstbezug.

In Abb. 6 sind die so ermittelten Interaktionen in Form einer Matrix dargestellt: Auf der vertikalen y-Achse sind die untersuchten Partei-Accounts aufgeführt. Auf der horizontalen x-Achse sind ebenfalls alle Parteien aufgelistet – hier jedoch als Bezug in den verwendeten Hashtags. Die Farbschattierungen innerhalb der Matrix sind logarithmisch skaliert und zeigen die Intensität der gegenseitigen Verweise.

Wir können mit diesem Ansatz recht klare Muster sichtbar machen: Zum einen verweisen Parteien sehr häufig auf sich selbst, was an der hellen Diagonale erkennbar ist. BSW, FDP und Grüne beziehen sich allerdings häufiger auf die CDU als auf sich selbst⁵. Zudem zeigt sich, dass vor allem das BSW sowie CSU und FDP

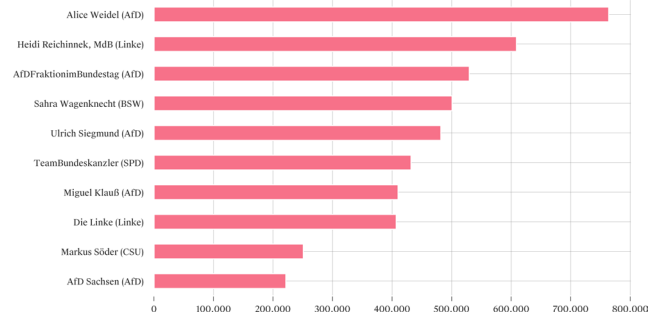


ABBILDUNG 2

TOP-10-ACCOUNTS NACH ANZAHL DER FOLLOWER

von anderen Parteien weniger thematisiert werden (dunkle vertikale Linien) – mit Ausnahme von AfD und SPD, die sich verstärkt mit diesen Parteien auseinandersetzen. Die meisten Referenzen auf andere Parteien gibt es von AfD, CDU und SPD, was sich durch die hellen horizontalen Linien ausdrückt. BSW und Linke verweisen hingegen am wenigsten auf andere Parteien (dunkle horizontale Linien), das hängt aber auch mit der Gesamtmenge ihrer TikToks zusammen (siehe Abb. 3). Am meisten referenzieren sie AfD und CDU.

SCHATTENACCOUNTS: EIN UNSICHTBARES NETZWERK?

Nicht nur offizielle Partei-Accounts spielen im Wahlkampf auf TikTok eine wichtige Rolle. Eine große Zahl von Fan-Accounts ist ebenso festzustellen wie Kampagnen aus dem Umfeld der AfD. Inwieweit insbesondere russische Desinformationsstrategien hier eine Rolle spielen, können wir aus Platzgründen nicht gesondert thematisieren. Um die Dynamik auf der Plattform besser zu verstehen, haben wir in einem zweiten Untersuchungsschritt Accounts einbezogen, die politischen Content verbreiten, ohne offiziell einer Partei zuzuordnen zu sein. Um diesen Content systematisch zu analysieren, haben wir über die TikTok-API Daten zu Videos mit parteispezifischen Hashtags (Parteinamen, Namen der Spitzenkandidierenden) gesammelt, welche jedoch nicht von den bekannten parteinahen Accounts stammten. Es wurden nur TikToks berücksichtigt, die ausschließlich Hashtags zu nur einer Partei enthielten und darüber der Partei zugeordnet wurden. TikToks, die Hashtags mehrerer Parteien enthielten, oder Hashtags, die gegen die getaggte Partei waren (Negativ-Kampagnen, z.B. #noafd), wurden außen vor gelassen. Das schließt jedoch nicht TikToks aus, die zwar nur eine Partei getaggt (z.B. #afd) haben, aber dennoch inhaltlich gegen diese Partei gerichtet sind (*false positives*). Gleichzeitig fehlen TikToks, die für eine Partei sind, jedoch eine andere Partei thematisieren und deshalb diese ebenso taggen (*false negatives*). Wir haben uns jedoch für diese Aufteilung entschieden, da wir eine große Menge an TikToks feststellen konnten, die mehrere Parteien getaggt hatten, vermutlich auch mit dem Ziel in die Feeds der Sympathisantinnen vorzudringen (*hashtag-hijacking*). Die Vorgehensweise erfasst also nicht alle Fan-TikToks, jedoch eine repräsentative Menge, die Vergleiche unter den Parteien zulässt.

1) https://www.tiktok.com/@c_lindner/video/7457899025946201366

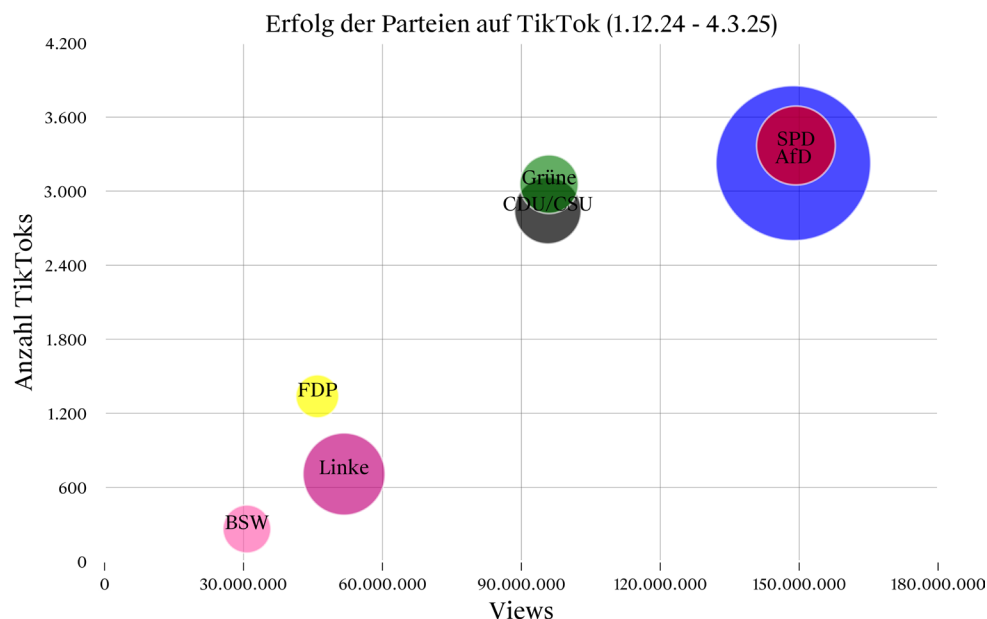


ABBILDUNG 3

ERFOLG DER PARTEIEN (SUMME ALLER VIEWS) AUF TIKTOK 01.12.2024 BIS 14.03.2025

Die Ergebnisse sind eindeutig: Seit Ende Dezember erschienen täglich zwischen 500 und 2.000 TikToks, am Wahltag über 3.000 TikToks mit Bezug zur AfD. Der Höchstwert liegt damit bei etwa dem vierfachen des höchsten Werts für die Linkspartei (ca. 700 Videos am Wahltag). Der Content dieser TikToks ist oft sehr einfach gehalten und besteht überwiegend aus Standbildern mit AfD-Werbung, unterlegt mit Effekten, Sounds und zahlreichen pro-AfD-Hashtags. Als Rohmaterial dienen hierbei oftmals Screenshots von Presse-Schlagzeilen sowie Auszüge aus öffentlichen Reden, Bundestagsreden oder Talk-Shows. Es bleibt die Frage, ob solche Videos

automatisiert generiert werden. Selbst wenn nicht, würden 200 Personen genügen, um durch zehn Videos pro Tag diese Menge zu erreichen. Die rein quantitative Dominanz ist also in jedem Fall mit relativ geringen Mitteln erreichbar. Auffällig ist jedoch, dass das Aufkommen dieser Inhalte nach der Wahl abrupt einbricht. Diese enorme Menge an AfD-bezogenen Videos überdeckt die Sichtbarkeit anderer Parteien in der Darstellung Abb. 7 und Abb. 8 zeigt deshalb dieselben Daten noch einmal ohne AfD-Content. Für beide Abbildungen lassen sich den Peaks mediale Anlässe zuordnen.

Zurückzuführen ist die enorme Anzahl an AfD-nahen TikToks vermutlich auf die bereits im Sommer 2024 aufgedeckte Kampagne „TikTok-Guerilla“ (Scherndl/Nicolaus, 2024). AfD-Sympathisant*innen wurden vor den Landtagswahlen in Brandenburg, Sachsen und Thüringen aufgefordert, massenhaft TikTok-Content zu erstellen. In einem Telegram-Kanal wurde dafür das nötige Rohmaterial hochgeladen und in Video-Tutorials erklärt, wie man dieses mit CapCut möglichst so abändert, dass die TikToks vom Algorithmus nicht als Duplikate erkannt und gelöscht werden⁶. Bis zu 2.000 Mitglieder hatte dieser Kanal während der Landtagswahlen. Für die Bundestagswahl war der Kanal aber nicht mehr relevant, die AfD hatte sich von dessen Betreiber losgesagt (Sand, 2024). Es mutet jedoch an, dass das Konzept weiterhin Verwendung findet.

Ein Großteil der von uns über einschlägige Hashtags identifizierten Fan-Accounts erweckt in einer Stichprobenprüfung den Eindruck eines regulären Accounts. Allerdings fallen auch Accounts mit generischen Inhalten auf

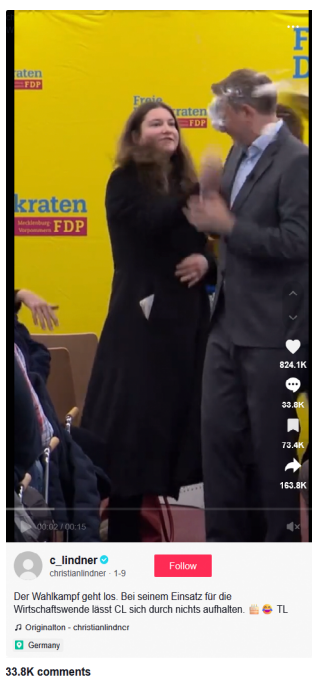


ABBILDUNG 4

TIKTOK MIT DEN MEISTEN VIEWS UND LIKES

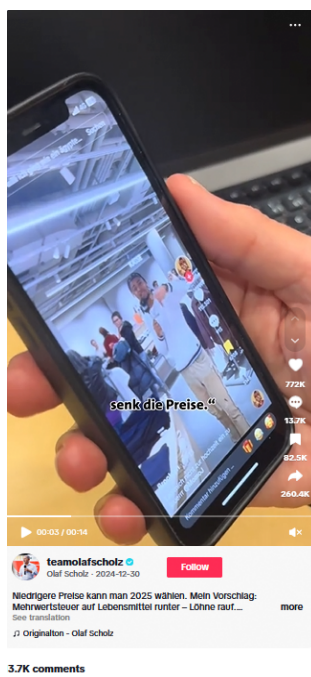


ABBILDUNG 5

TIKTOK MIT DEN ZWEITMEISTEN VIEWS UND LIKES

- 2) <https://www.tiktok.com/@teamolafscholz/video/7454239757107744022>
- 3) <https://www.tiktok.com/@teamolafscholz/video/7454239757107744022>
- 4) <https://www.tiktok.com/@teamolafscholz/video/7458698221364251926> und <https://www.tiktok.com/@teamolafscholz/video/7469432410132860182>
- 5) Um den Verweis auf andere Parteien eindeutig zuzuordnen, trennen wir in dieser Abbildung CDU und CSU.
- 6) <https://www.tiktok.com/community-guidelines/de/integrity-authenticity> und https://www.tiktok.com/transparency/de-de/countering-influence-operations?tc_version=2024

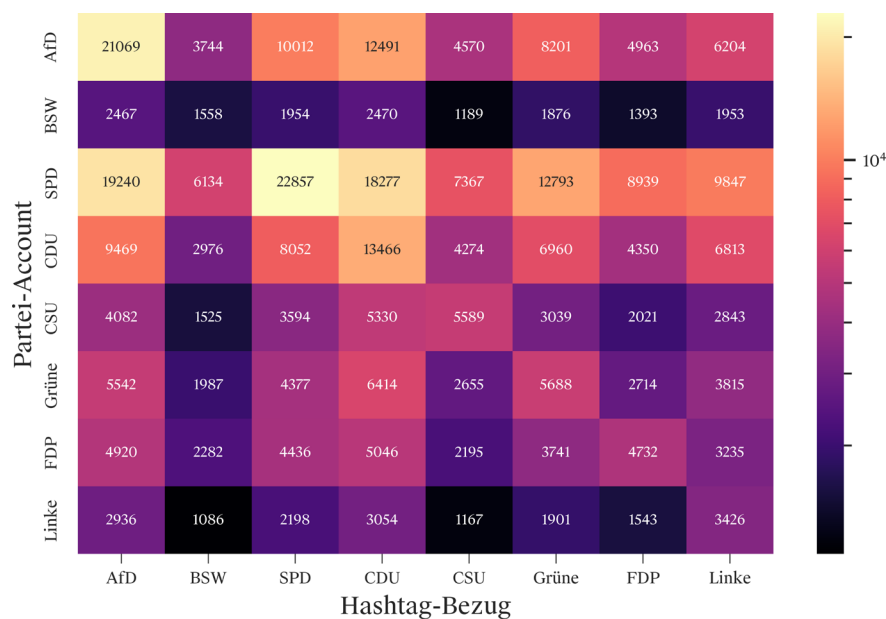


ABBILDUNG 6

KONFUSIONSMATRIX WIE PARTEIEN AUF TIKTOK ÜBEREINANDER REFERENZIEREN

(Suckow, 2025), diese haben oft Zeichenketten wie „afd“, „deutschland“, „patriot“ oder „national“ in verschiedenen Variationen mit Ziffern oder Sonderzeichen in ihrem Profilnamen. Viele davon sind auch nach kurzer Zeit nicht mehr abrufbar, da sie von TikTok gelöscht wurden. In unserem gesicherten Datensatz können wir bezüglich der Inhalte jedenfalls bei verschiedenen Fan-Accounts Duplikate feststellen (siehe Abb. 9 und 10).

Da die Inhalte nicht nur visuell, sondern multimodal wirken, haben wir die Videos der AfD-Fan-Accounts dahingehend untersucht, ob sie dieselben Sounds verwenden. Die zehn am häufigsten verwendeten Sounds geben wie vermutet Aufschluss über eine weitere Dimension des TikTok-Wahlkampfes. Mindestens sechs dieser Sounds wurden mithilfe von KI-Tools erstellt. Spitzenreiter war mit 1.515 TikToks eine treibende elektronische Hymne, die textlich mit der Zeile „Wir sind die AfD, wir steh'n bereit, für Tradition und Kultur“ einsetzt. Darauf folgt mit 1.166 TikToks eine Abwandlung des Chart-Hits „Bla Bla Bla“ von Gigi D'Agostino, jedoch mit dem geänderten Refrain „Nur die A-f-D, Deutschland braucht die AfD“. Daneben findet sich etwa eine Rockballade mit dem Titel „Deutschland wach endlich auf“ bei 450 der untersuchten TikToks und ein KI-Lied im Stil der Kelly-Family besingt bei 333 TikToks einen aufkommenden Aufstand. Auch Schlager werden bedient mit den Textzeilen „Wir brauchen die A-f-D. Olé Olé“ (325 TikToks) und „Ei Ei Ei, wen haben wir da? die Altparteien und ihr bla bla bla“ (322 TikToks). Der Sound auf Platz 10 besteht aus Auszügen einer Höcke-Rede auf einem TikTok-typischen Phonk-Beat. Lediglich zwei Sounds dieser „Top-10“ waren unpolitischer Natur und kommen in der Form auch in den regulären TikTok-Trends vor. Ein Lied war zum Zeitpunkt der Untersuchung bereits gesperrt.

KI-Tools ermöglichen Produktionen mit einem sehr geringen Budget. Die Botschaften lassen sich dadurch massenhaft in verschiedenen Musik-Genres verpacken. Eingängige Refrains verbleiben als Ohrwurm und wirken nach. Musik als Träger von extrem rechten politischen Inhalten ist an sich nichts neues; Rechtsrock wurde bereits in den 1990er Jahren als „Einstiegsdroge“ in die

Szene betitelt (Baumgärtner, 2014). Jedoch sinkt der Aufwand ihrer Erstellung durch den Einsatz von KI – und poppige Hymnen sowie Adaptionen in verschiedenen Stilen sprechen deutlich mehr Leute an. Musik kann auch eine wichtige Einkommensquelle für die extreme Rechte sein. Viele der verwendeten KI-Lieder finden sich auf Plattformen wie Apple Music oder Amazon Music wieder, wo sie zusätzlich Verbreitung finden und zumindest potenziell monetarisierbar sind.

Während unserer Untersuchung fiel außerdem auf, dass viele AfD-Fanseiten plötzlich aus der TikTok-API verschwanden. TikTok scheint hier aktiv zu werden und zum Beispiel Fake-Accounts zu löschen oder auch gegen wiederholte Verstöße vorzugehen. Welche Policy umgesetzt und wie strikt sie verfolgt wird, ist unklar. Dennoch ist davon auszugehen, dass der Algorithmus durch eine derart starke Flutung von ähnlichen Inhalten diesen eine höhere Relevanz beimisst. Während es bei Ereignissen wie z.B. einem großen Unglück, über das viele unabhängige Accounts berichten, grundsätzlich wünschenswert ist, dass der Algorithmus den Nachrichtenwert von Meldungen erkennt und diese in die Feeds der User spült, machen sich die AfD-Fan-Accounts diesen Mechanismus zunutze. Die Influencerin Laura Melina Berling stellte in einem Selbstversuch⁷ fest, dass TikTok bestimmten Nutzer*innen verstärkt AfD-freundliche Inhalte vorschlägt. Sie gab sich mit einem Fake-Account als Mann aus, der Algorithmus spielte ihr dann umgehend AfD-Content zu. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass diese Art von Inhalten vom Algorithmus als „relevant“ eingestuft werden und zwar insbesondere für bestimmte Bevölkerungsgruppen.

KOMMENTARANALYSE: WIE REAGIEREN DIE NUTZENDEN?

TikTok ist stark auf das „Engagement“ der User ausgerichtet. Während die Viewzahlen auch stark von unbewussten bzw. nur teilweise bewussten Sehgewohnheiten

7) <https://www.instagram.com/reel/DFC4YF6Jt2>

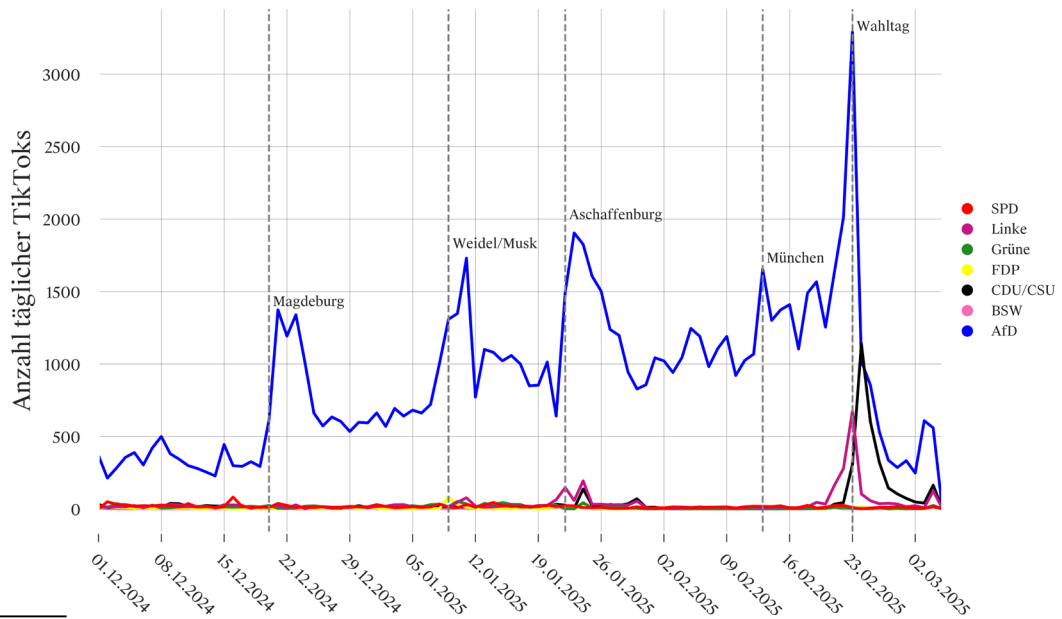


ABBILDUNG 7

ANZAHL VON TIKTOKS NICHT PARTEIZUGEHÖRIGER ACCOUNTS MIT BEZUG AUF DIE JEWEILIGEN PARTEIEN IM ZEITVERLAUF

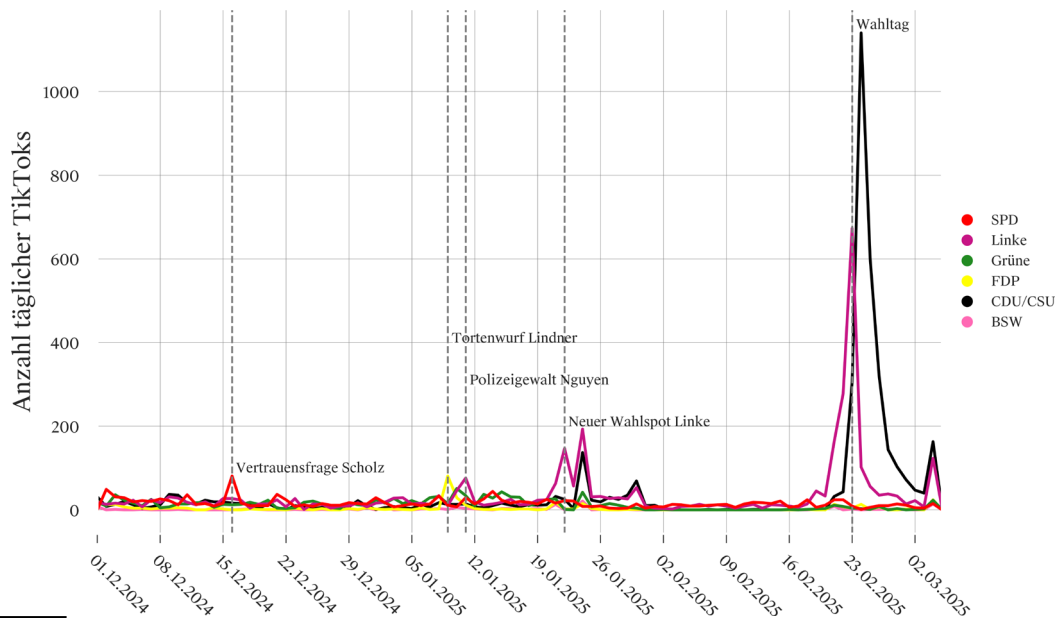


ABBILDUNG 8

ANZAHL VON TIKTOKS NICHT PARTEIZUGEHÖRIGER ACCOUNTS, OHNE AfD, MIT BEZUG AUF DIE JEWEILIGEN PARTEIEN IM ZEITVERLAUF

bedingt sind, können User den ihnen angezeigten Content der Parteien kommentieren. Die erfolgreichsten TikTok der untersuchten Parteien zeigen Kommentarzahlen im fünfstelligen Bereich. Um diese zu untersuchen, haben wir alle Kommentare unter den Videos der offiziellen Partei-Accounts automatisiert ausgewertet. Mit einer sogenannten Sentiment-Analyse lassen sich Inhalte relativ einfach in negativ, neutral und positiv einteilen (Abb. 11). Die Sentiment-Analyse bzw. Stimmungserkennung deutet aus Texten positive, neutrale oder negative Haltungen. Dazu wurde ein Modell mit sehr vielen Texten trainiert, bei denen die Haltung bekannt war. Das Modell leitet von den Trainingsdaten die Haltung bei unbekannten Texten ab. Das verwendete Modell lag in Tests bei 87 Prozent der unbekannten Texte richtig. Es gibt also falsche Zuweisungen (*false positives/false nega-*

tives) auch in unserer Untersuchung. Für einen Vergleich unter den Parteien erhält man dennoch einen guten Eindruck.

Die meisten Kommentare entfielen auf Videos der AfD, wobei über die Hälfte der Reaktionen positiv eingeordnet wurde und nur etwa ein Drittel negativ. Die zweitmeisten Kommentare entfielen auf die SPD – hier war allerdings fast die Hälfte negativ konnotiert. Ähnlich sieht es bei den Grünen und der FDP aus, wo die Sentiment-Analyse ebenfalls etwa 50 Prozent der Kommentare als negativ einordnete. Bei der CDU/CSU sind sogar fast zwei Drittel der Kommentare negativ. Leider erlaubt es die TikTok-API nicht, die Accounts hinter den Kommentaren nachzuvollziehen, sodass unklar bleibt, ob hier gezielte Kampagnen gegen bzw. für die jeweiligen Parteien Stimmung machen.

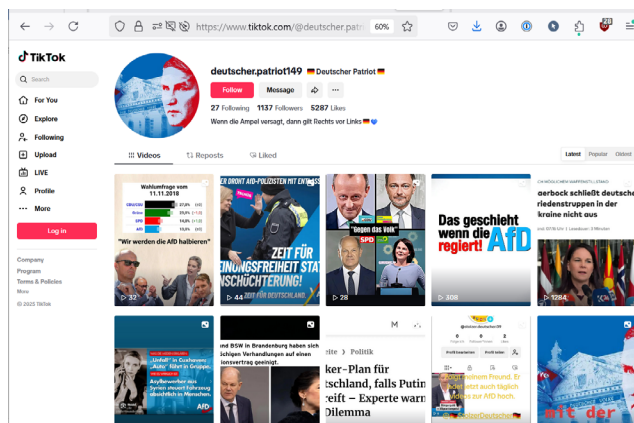


ABBILDUNG 9

BEISPIEL 1 „FAN-ACCOUNT“ MIT EINFACH ERSTELLTEN INHALTEN

Die meisten Kommentare reagieren zustimmend oder ablehnend zum TikTok-Inhalt, hierbei kommen überwiegend verschiedene Kombinationen von Emojis zur Verwendung. Insbesondere blaue Herzen, als Ausdruck von AfD-Sympathie dominieren die Kommentarspalten. Auffällig sind auch die ASCII-Art Banner, die hauptsächlich bei AfD und Linke vorkommen. Diese Art der Kommunikation ist aktuell schwer durch maschinelle Verfahren zu erfassen. Kommentare spielen bei TikTok jedenfalls eine große Rolle und tragen vermutlich stark zur Viralität eines TikToks bei. Dabei ist es zunächst unerheblich, ob die Kommentare zustimmend oder ablehnend sind. Gerade besonders kontroverse TikToks erzielen große Popularität.

GRENZEN DER UNTERSUCHUNG UND FAZIT

Unsere Untersuchung unterliegt mehreren methodischen Einschränkungen. Da die TikTok-API den täglichen

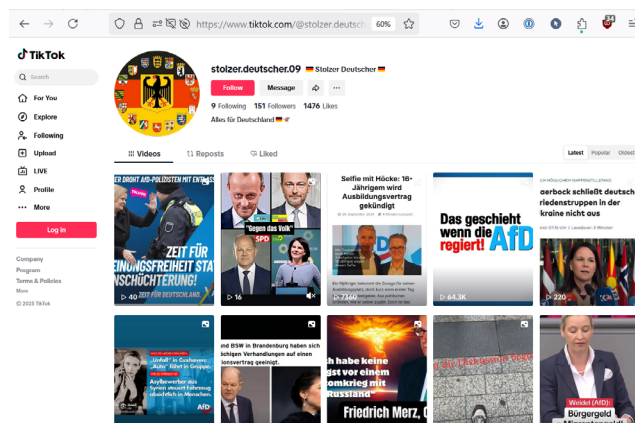


ABBILDUNG 10

BEISPIEL 2 „FAN-ACCOUNT“ MIT TEILWEISE DEN GLEICHEN INHALTEN WIE IN ABBILDUNG 9

Datenabruf limitiert, mussten wir die Erhebung über mehrere Wochen verteilen, wodurch zeitliche Verschiebungen bei Likes, Views und Shares unvermeidlich sind. Auch das regelmäßige Löschen von Accounts durch TikTok kann zu Verzerrungen führen. Zudem fehlen Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen Kommentaren und Nutzeraccounts, was tiefere Netzwerkanalysen erschwert. Darüber hinaus gibt die API keinen Einblick in den kuratierenden Algorithmus, sodass unklar bleibt, wie TikTok politische Inhalte priorisiert oder filtert. Diese Intransparenz erschwert die Bewertung, ob und in welchem Umfang bestimmte Parteien bevorzugt oder benachteiligt werden. Um fundiertere Analysen politischer Kommunikation zu ermöglichen, braucht es besseren Zugang zu Plattformdaten. Der *Digital Services Act* (DSA) setzt zwar erhöhte Transparenzanforderungen für große Plattformen, doch bleibt abzuwarten, ob dies eine umfassendere Offenlegung relevanter Daten bewirken wird.

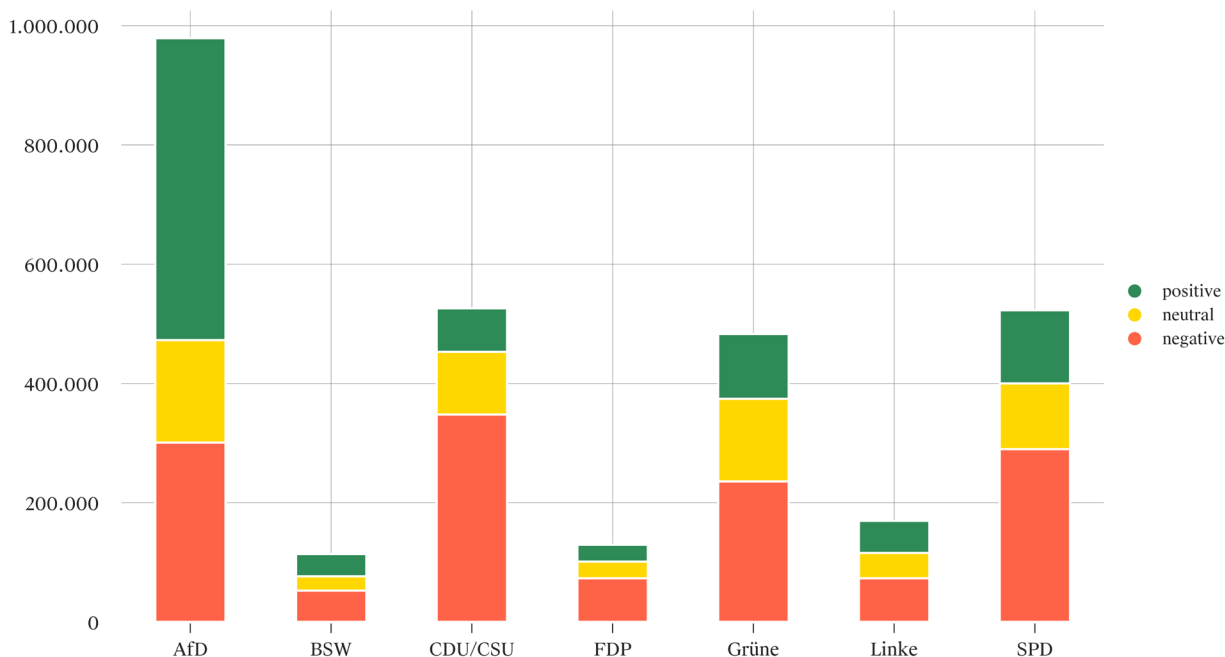


ABBILDUNG 11

SENTIMENT-ANALYSE DER KOMMENTARE UNTER TIKTOKS VON PARTEI-ACCOUNTS

Unsere Analyse zeigt dennoch, dass die AfD auf TikTok nicht mehr dominiert. Andere Parteien, insbesondere SPD und Linke, holen deutlich auf. Das Narrativ vieler Medien, die AfD sei die unangefochtene TikTok-Partei, lässt sich deshalb so nicht mehr halten. Doch digitale Plattformen bleiben besonders für extrem rechte Mobilisierung attraktiv. Denn die Masse nicht-offizieller Accounts, die pro-AfD-Content verbreiten, wirft Fragen auf. Es gibt Hinweise auf koordinierte Kampagnen. Die Gefahr geziel-

ter Desinformationskampagnen, wie sie im rumänischen Präsidentschaftswahlkampf 2024 bereits sichtbar wurden, sollte nicht unterschätzt werden. Hier ist TikTok in der Pflicht, Manipulationsversuche frühzeitig zu unterbinden und das eigene Vorgehen transparent zu machen. Um dies sicherzustellen, müssen digitale Plattformen noch stärker reguliert werden, um deren Macht einzuschränken, ihre Monopolstellung aufzubrechen und die Intransparenz der Algorithmen zu mindern.

DIE NEUE NEONAZI-JUGEND? TIKTOK-DIVISIONEN, ACTIVE CLUBS UND REVOLTE-GRUPPEN

ALEXANDER RITZMANN

KAMERADSCHAFT 2.0?

Seit dem Frühjahr 2024 hat sich die gewaltorientierte rechtsextreme bzw. neonationalsozialistische Szene in Deutschland durch neue Organisationsformen und Strategien verändert (Wetzel, 2024). Die Jungen Nationalisten (JN, die Jugendorganisation der Partei *Die Heimat*, ehemals NPD) verfolgen eine „Revolte-Strategie“, andere Akteure organisieren sich in dezentralen „TikTok-Divisionen“ oder sogenannten Active Clubs. Bei alldem spielen auch Akteure und Gruppierungen in Sachen eine wichtige Rolle. Im Folgenden soll geklärt werden, was hinter diesen neuen Formen steckt und ob sich beispielsweise hinter den Party-Prügel-Posting-Gruppen der „TikTok-Divisionen“ und der „Revolte-Strategie“ ein neues „Kameradschaftsmodell 2.0“ der „alt-rechten“ (Pfahl-Traugher, 2019) Milieus verbirgt. Abschließend werden Ansätze skizziert, wie darauf reagiert werden kann.

Auf den ersten Blick erinnern einige der neuen Gruppen stark an die Kameradschaftsbewegung der 1990er und 2000er Jahre. Kameradschaften wurden damals als Reaktion auf Vereinsverbote der Innenminister des Bundes- und der Länder gegründet (Klarman, 2017). Dahinter steckten Konzepte wie „führerloser Widerstand“ und „Organisation ohne Organisationen“ (ebd.). Bereits in jenen Jahren standen „Party und Prügel“ im Zentrum, das rechtsextreme bzw. neonationalsozialistische Gedankengut war das lose Bindeglied.

Die seit etwa zwölf Monaten beobachtbaren neuen rechtsextremen Mobilisierungs- und Rekrutierungsstrategien zeichnen sich ebenfalls durch niedrigschwellige aktions- und jugendorientierte Strukturen aus, die heute auch über soziale Medien wie TikTok, Instagram und Telegram sichtbar werden (Wetzel, 2024). In den Fokus von Beobachtern und Sicherheitsbehörden geraten ist jedoch meist erst die tatsächliche Mobilisierung auf der Straße, beispielsweise zu den dutzenden Gegenprotesten bei Demonstrationen im Rahmen des Christopher-Street-Day (CSD) im letzten Sommer (Mellea/Düker, 2024) und bei gewalttätigen Angriffen auf politische Gegner (Peter, 2025). Von alteingesessenen Rechtsextremen gibt es teils massive Kritik am Party-Prügel-Posting-Teil dieser Entwicklung, teils aber auch Unterstützung.

DIE „REVOLTE“-STRATEGIE DER JN

Die NPD-Nachfolgepartei *Die Heimat* befindet sich seit Jahren in einer massiven Krise (BMI 2024). Ihre Anhänger waren kaum noch zu mobilisieren (17 Heimat/JN-Demonstrationen bundesweit im Jahr 2021, 4 in 2023) und die Mitgliederzahlen sind seit langem rückläufig (3.000 in 2022, 2.500 in 2024). Auch ihre Jugendorganisation JN verlor an Mitgliedern (2021: 280; 2023: 230; BMI, 2024).

Die Heimat und JN setzen deshalb seit dem Frühjahr 2024 eine neue Strategie ein. Mit ihr sollen erlebnisorientierte, aber parteiferne junge Menschen rekrutiert werden. So werden inzwischen neue JN-Ortsgruppen mit dem Label „Revolte“, wie die *Elblandrevolte* (Wetzel, 2024) in Dresden, die *Pforzheim Revolte* oder die *Hessen Revolte* gegründet.¹ Bei anderen Gruppen, wie der *Chemnitz Revolte*, liegen Anhaltspunkte für eine (versuchte) Steuerung durch die JN bzw. *Die Heimat* vor (ARC, 2025). Die neuen Gruppen haben das Ziel, Jugendliche anzusprechen, die (noch) kein Interesse an traditioneller Parteiarbeit haben. Die „Revoluten“ setzen auf flache Hierarchien, aktionsorientierte Erlebnisse wie Wanderungen oder Proteste. Alkohol und Drogen gehören dazu; auf die bei der JN übliche formale Kadenschulung wird verzichtet.

Die Rekrutierung erfolgt insofern unter falscher Flagge. Dabei werden Themen wie Migration, Krieg und Identitätsverlust betont, die Ängste bei Jugendlichen schüren können. Angeboten werden ein Gemeinschaftsgefühl und ein Status-Upgrade, beispielsweise Verteidiger der weißen Deutschen und der deutschen Kultur zu sein. Die Online-Präsenz, insbesondere auf TikTok, Instagram und Telegram, ist jugendgerecht gestaltet, mit kurzen Videos von Demonstrationen, Musik, Feiern und Sport. Dass mit diesen Gruppen ein signifikantes Gefahrenpotenzial verbunden ist, zeigt das Beispiel der *Elblandrevolte*: Aktivisten der Gruppe haben Angriffe auf politische Gegner durchgeführt und stehen dafür gegenwärtig vor Gericht (MDR Sachsen, 2025a). Auch gibt es Verbindungen zu gewaltbereiten Fußball-Ultra- und Kampfsportmilieus.²

1) In den jeweiligen Telegram/Instagram-Kanalbeschreibung wird auf JN-Verbände verwiesen/verlinkt. Die JN gründet auch Gruppen mit dem Zusatz „verteidigen“, beispielsweise „Württemberg verteidigen!“.

2) Mitglieder der Elblandrevolte, z.B. „Chino“, trainieren mittlerweile beim rechtsextremen Kampfsportnetzwerk „Kampf der Nibelungen“. Post vom 20.04.2025, <https://t.me/KDN2013>.

In Sachsen und bundesweit ist die „Revolte“-Strategie zumindest quantitativ einigermaßen erfolgreich. *Die Heimat* hatte im Jahr 2024 in Sachsen ca. 190 Mitglieder, ca. 10 mehr als 2023 (Staatsministerium des Inneren, 2025a). Die Zahl der sächsischen JN-Mitglieder stieg von ca. 40 im Jahr 2023 auf ca. 60 im Jahr 2024, bundesweit stiegen deren Mitgliedszahlen im selben Zeitraum von 230 auf 300 (BMI, 2025a).

Anfang Juni 2024 erreichte die *Elblandrevolte* bei einer Anti-CSD-Demonstration eine Teilnehmerzahl von ca. 100 Personen (Staatsministerium des Inneren, 2025b). Eine vergleichbare Zahl an Teilnehmern war auch Ende Mai 2025 bei einer weiteren Anti-CSD-Demonstration in Dresden anwesend. Der Block von *Elblandrevolte* bzw. der JN bestand allerdings nur aus einigen Dutzend Personen. Die meisten Teilnehmer liefen hinter dem Banner von „Deutsche Jugend Voran“ (Weichreite TV, 2025a), einer Gruppe, die zu den „TikTok-Divisionen“ gezählt werden kann.

FASCHISMUS-FUSSBALL-FASHION: DEZENTRALE „TIKTOK-DIVISIONEN“

Ebenfalls seit Frühjahr 2024 haben sich dezentrale, lose organisierte rechtsextreme bzw. neonationalsozialistische Gruppen gebildet. Diese präsentieren sich gut sichtbar auf Online-Plattformen wie TikTok und Instagram. Dazu gehören beispielsweise „Deutsche Jugend Voran“ (DJV) und „Jung und Stark“ (JS). Die Gruppen haben bisher keine nachweisbare feste Anbindung an Parteistrukturen, einzelne Personen unterhalten aber Kontakte zur JN und zur neonazistischen Kleinstpartei *Der III. Weg* (Fuchs et al., 2025). Ihr Auftreten erinnert teilweise an Fußball-Ultras, mit einstudierten Formationen und Gesängen. Dies wurde insbesondere bei der Demonstration gegen den CSD in Bautzen am 10. August 2024 sichtbar (Weichreite TV, 2025b; Mellea/Düker, 2024).

Der Begriff „TikTok-Divisionen“ wurde unter anderem von Patrick Schröder (*Die Heimat*/Active Clubs) geprägt (Fuchs et al., 2025) und ist teilweise irreführend. Einerseits verfolgen diese Gruppen eine ausgeklügelte Social-Media-Strategie, indem sie jugendaffine Ästhetiken wie Bomberjacken, Sneakers, Springerstiefel oder Fashwave-Optiken (Amadeu Antonio Stiftung, 2021) nutzen und Themen wie Migration mit Identitäts- und Selbstaufwertungsangeboten kombinieren. In Videos und Memes verbreiten sie klare Feindbilder – queere Menschen, Linke, Migranten. Andererseits erfolgen Radikalisierung und Rekrutierung nicht allein online, sondern gerade auch über das soziale Umfeld: Familie, Freunde, Fußballstadion; einige haben sich auf Montagsdemonstrationen kennengelernt (ZDF, 2025). Dies scheint vor allem für den harten Kern zu gelten. Das heißt: Selbst wenn morgen alle Server in Deutschland ausfallen sollten, könnten diese Gruppen offline weiter agieren. Ein Fokus auf die Online-Dimension dieses Phänomens wäre also irreführend.

Die niedrigschwellige Ansprache (Voraussetzung: „weiß, deutsch, national eingestellt“) und die Möglichkeit zur Selbstdarstellung („meine Stiefel, meine Sneaker, meine Bomberjacke“) machen diese Gruppen attraktiv.³ Die Fluktuation scheint allerdings hoch zu sein (ZDF, 2025). Auch bei diesen Gruppen spielt Gewalt eine Rolle. So wurde der 24-jährige Anführer von DJV Berlin-Brandenburg im April 2025 wegen mehreren Angriffen auf politische Gegner zu drei Jahren Haft verurteilt (Peter, 2025).

WOLF IM SCHAFSPELZ – DAS ACTIVE CLUB-NETZWERK

Die dritte für den hier betrachteten Kontext relevante Entwicklung ist das Aufkommen des Active-Club-Netzwerks im April 2024, das einer „Wolf im Schafspelz“-Strategie folgt (Ritzmann, 2023). Die in den USA entwickelte Active-Club-Strategie zielt im Kern auf den Aufbau militärischer Strukturen, die sich als Sportclubs tarnen. Offene Bezüge zum Nationalsozialismus sollen vermieden werden, um nicht auf dem Radar der Sicherheitsbehörden zu landen. Durch gewollte Mehrfachmitgliedschaften und unter dem Motto „White Unity“ (Weiße Einheit/Einigkeit) sollen zudem Gräben zwischen rechtsextremen Gruppen überbrückt werden (Ritzmann, 2025). Diese Gruppen präsentieren sich sportorientiert, diszipliniert und drogenfrei. Die Active-Club-Strategie kann somit auch als Ergänzung oder Gegenmodell zu den „Revoluten“ und den „TikTok-Divisionen“, die auf Party, Alkohol und Drogen setzen, gesehen werden.

Öffentliche politische Aktionen stehen bei den Active Clubs bisher nicht im Zentrum. Der *Active Club Leipzig* hatte allerdings, gemeinsam mit anderen Gruppen wie der *Elblandrevolte*, anlässlich des CSD im August 2024 in Leipzig dazu aufgerufen, „ein Zeichen“ zu setzen.⁴ Jedoch war die Polizei massiv präventiv eingeschritten und hatte die insgesamt 300 bis 400 rechtsextremen Teilnehmer am Bahnhof festgesetzt (ZEIT ONLINE, 2024). Im Februar 2025 marschierte ein Active-Club-Block bei einem großen sceneübergreifenden rechtsextremen Gedenkmarsch in Dresden mit (Sachsen.de, 2025). Wie die *Elblandrevolte* wurde auch das Active-Club-Netzwerk von einem *Die Heimat*-Funktionär, in diesem Fall Patrick Schröder, gegründet (Ritzmann, 2024a).

KRITIK UND KONFLIKTE INNERHALB DER RECHTSEXTREMEN SZENE

Innerhalb der rechtsextremen Szene gibt es durchaus Kritik an der „Revolte“-Strategie und den „TikTok-Divisionen“: Rechtsextreme Kader wie Alexander Deptolla (Kampf der Nibelungen, Dortmund/Halberstadt) oder Benjamin Moses (Balaclava Graphics, Bautzen) bezeichnen das bei Demonstrationen gezeigte Verhalten (Saufen, Grölen, Pöbeln) als „asozial“ (Wie gesagt, 2024). Negative Stereotype würden bestätigt, es fehle an Disziplin und an der Beherrschung der deutschen Sprache.⁵ Moses legte Anfang Juni 2025 noch einmal öffentlich nach und beschimpfte biertrinkende Demonstrationsteilnehmer als egoistische und respektlose „Provinzprole“.⁶

Und auch zwischen den Akteuren der neuen Gruppierungen herrscht keine Einigkeit. So sagte der Anführer der *Elblandrevolte*, Finley P., im Oktober 2024 auf TikTok live, er fände die polizeilichen Hausdurchsuchungen gegen Anhänger von „Deutsche Jugend Voran“ in Berlin gut, da „die ganzen Leute dann vielleicht mal

3) Siehe diverse diesem Phänomen zuordenbare TikTok und Instagram Profile.

4) Active Club Leipzig. Telegram Kanal. Post vom 05.08.2024. <https://t.me/ActiveClubLeipzig>.

5) Moe's Taverne – Der Balaclava Podcast (2025). Folge # 40 „Demo Temu Senftürk“, Spotify, 13.04.2025. URL: <https://open.spotify.com/episode/22TqfN1wQvHH3HjmUFhn8P?si=7MtSuRoHRG-SF9faAL2jsw> (26.06.2025).

6) Telegram-Kanal von Balaclava Graphics. Post vom 06. 06. 2025. <https://t.me/Balaclavagraphics>

begreifen, dass diese ganzen komischen Gruppen Müll sind“ (ART Dresden, 2025). Ende Dezember 2024 wurde Finley P. selbst wegen des Vorwurfs der schweren Körperverletzung gegen politische Gegner verhaftet (MDR Sachsen, 2025b).

Es gibt aber auch positive Reaktionen. Martin Sellner, Vordenker der „neurechten“ Identitären Bewegung in Europa, hob Anfang Juni 2025 in einem Telegram-Post unter dem Titel „Keine Panik vor jungen Wilden“ die Nützlichkeit der neuen („altrechten“) Nazi-Jugend hervor. Diese Gruppen würden die Ressourcen der politischen Gegner binden und somit mehr Raum für die Neurechten lassen. Außerdem ließen die „jungen Wilden“ Neurechte wie die IB moderater erscheinen. Sellner hofft zudem, dass die neue Energie und Dynamik das rechtsextreme Milieu insgesamt befeuern werde und es „nach dem Abwetzen der Hörner“ neue Mitglieder für die neurechten Gruppierungen wie die IB geben werde: „Jetzt nach rechts zu schlagen wäre falsch“. ⁷ Sellner hatte als 17-Jähriger selbst Plakate mit einem Hakenkreuz an der Außenmauer einer Synagoge angebracht (Die Presse, 2019).

Konkrete Einbindungsversuche der „jungen Wilden“ gab es bereits von Patrick Schröder (*Die Heimat/Aktive Clubs*). Diese scheinen bisher jedoch erfolglos zu sein (Fuchs et al., 2025).

EINORDNUNG DER „KAMERADSCHAFTEN 2.0“

Rechtsextreme bzw. neonationalsozialistische Jugendstrukturen befinden sich wieder einmal im Wandel. In den 1980er waren Gruppierungen wie die der Hitlerjugend nachempfundene „Wiking-Jugend“ besonders relevant (Der Spiegel, 1999). Nach deren Verbot kam in den 1990er und 2000er Jahren die Neonazi-Skinhead- und Kameradschaftsszene auf. Die NPD versuchte damals diese Szene, die im Jahr 2004 bundesweit aus etwa 160 Kameradschaften mit bis zu 4.000 Mitgliedern bestand (BMI, 2005), zu integrieren, und holte dafür Kameradschaftsführer wie Thorsten Heise in die Partei (Budler, o.J.). In Sachsen wurden die *Skinheads Sächsische Schweiz* (SSS), die erst als Saalschutz der NPD fungierten, teils in die Partei integriert (Brenner, 2011). Heise ist bis heute stellvertretender Bundesvorsitzender von *Die Heimat*, ehemals NPD. ⁸ Ob Heise oder andere alte NPD-Kader die „Revolute“-Strategie vorantreiben, ist gegenwärtig unklar.

Nach einer Vielzahl von Vereins- bzw. Kameradschaftsverboten Ende der 2000er Jahre entstanden die „Autonomen Nationalisten“, die rein visuell vom schwarzen Block der Antifa kaum zu unterscheiden waren (Belltower News 2008). In den 2010er Jahren folgte dann die *Identitäre Bewegung*, normal gekleidet und mit Kurzhaarfrisur, manchmal im Hippster-Style (Goetz, 2024).

Die aktuell diskutierten neuen Gruppierungen können als erneuter Modernisierungsversuch der rechtsextremen bzw. neonationalsozialistischen Milieus verstanden werden. Es handelt sich bei Ihnen um eine Art „Kameradschaften 2.0“. Zu den sichtbaren Motivationen der hier zuordenbaren Jugendlichen gehören unter anderem Provokation und Kontrakultur gegen den Mainstream und gegen Autoritäten. Zudem werden Ungleichwertigkeitsvorstellungen, insbesondere rassistische und queer-feindliche Stereotype, verbreitet. In einigen Fällen kommt es zu direkten oder indirekten Bezügen zum Nationalsozialismus. ⁹ Soziale Medien spielen eine offen-

sichtliche Rolle bei der Propaganda, der Vernetzung und der Rekrutierung. Einige junge Menschen sehen aber auch ihr direktes soziales Umfeld (Familie, Freunde, Fußball) als Vorbilder (ZDF, 2025; ARC, 2025). Neonazi-Skinheads der Baseballschlägerjahre (Bangel, 2022) in den 1990er und 2000er Jahren haben heute Kinder im Teenager-Alter. Manche laufen, sozusagen, in den Stiefeln ihrer Väter. ¹⁰

Gesicherte Informationen zur Größe der neuen Gruppierungen liegen derzeit nicht vor. Aktuell geht die Bundesregierung bundesweit von 600 bis 1.000 Personen aus (Deutscher Bundestag, 2025). Die *Junge Alternative* (JA), die 2.500-Mitglieder starke Jugendorganisation der *Alternative für Deutschland* (AfD), hat sich im April 2025 selbst aufgelöst, um einem Vereinsverbot zuvorzukommen (LTO, 2025). Es ist möglich, dass sich besonders radikale JA-Mitglieder den neuen Gruppierungen anschließen werden.

AKTUELLES GEFÄHRDUNGSPOTENZIAL

Diverse Mitglieder von „Revolute“-Gruppen und „TikTok-Divisionen“ sind wegen Gewaltstraftaten angeklagt, vorbestraft oder haben Einträge im Bundeszentralregister (Jugendstrafrecht) (Peter, 2025). Polizeiliche Hausdurchsuchungen fanden in Sachsen (MDR Sachsen 2025), Brandenburg (RBB24, 2024) und anderen Bundesländern statt. Gegen Mitglieder der rechtsextremen Jugendgruppe *Letzte Verteidigungswelle*, die Brandanschläge verübt und weitere geplant haben sollen, wird wegen der Bildung oder Unterstützung einer terroristischen Organisation ermittelt (Götschenberg/Schmidt, 2025).

Infolgedessen rief die sächsische JN am 21. Mai 2025 die teils von ihnen selbst geschaffenen Jugendgruppen zur Mäßigung auf: „Wer glaubt, das System der Bundesrepublik durch Gewalt gegen Migranten oder politische Gegner schwächen zu können, irrt doppelt. Solche Taten geben dem Staat nicht nur den Vorwand zum Durchgreifen – sie festigen ihn. Jeder Brandanschlag macht das System stärker, nicht schwächer. Abgesehen davon wird sich unsere Weltanschauung nicht durch Gewalt durchsetzen, sondern durch ihre Überlegenheit, die aus der Orientierung an einem lebensrichtigen Menschenbild resultiert.“ ¹¹

Die absolute Ablehnung der sogenannten „LGBT-QI-Ideologie“ gehört zum Minimalkonsens des rechtsextremen bzw. neonationalsozialistischen Milieus (Titz, 2024a). Die seit 2023 jährlich mehr als 200 CSD-Paraden in Klein- und Großstädten in Deutschland ¹² (CSD-Termine, 2025) dienen als lokaler und überregionaler Mobilisierungsfaktor für viele rechtsextreme bzw. neonationalsozialistische Gruppen. Dieses Thema überbrückt die Gräben und Kontroversen zwischen den teils zerstrittenen Akteuren (Ritzmann, 2024a). Daher ist auch für den Sommer 2025 – trotz einiger Durchsuchungen, Verhaftungen Verurteilungen und internen Aufrufen zu Mäßigung – erneut mit teils gewaltsamen Angriffen und Anti-CSD-Protesten zu rechnen.

7) Telegram-Kanal von Martin Sellner. Post vom 04.06.2025. <https://t.me/martinsellnervideos>

8) Onlinepräsenz von Die Heimat: <https://die-heimat.de/vorstand/> (12.06.2025).

9) Eigene Recherchen/Beobachtungen.

10) Diverse aktuelle TikTok-Profile weisen rechtsextreme Vater-Sohn und Vater-Tochter Bezüge auf.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

(Rechts-)Extremismus lebt auch von der Provokation und der Selbstinszenierung als Opfer staatlicher Überreaktion. Die Reaktion auf die neuen jugendlichen „Kameradschaften 2.0“ sollte sich auch deshalb stärker am Prinzip „Skalpell“ als an dem des großen „Hammers“ orientieren. Etwa 3,5 Prozent der im Jahr 2024 bundesweit erfassten rechtsextremen Straftaten waren Körperverletzungsdelikte (BMI, 2025b). Das heißt: Nicht jeder 15-Jährige, der ein Hakenkreuz-Meme postet oder einen Hitlergruß zeigt, wird später zum gewaltorientierten Rechtsextremisten oder Neonazi. Die bestehende Jugend-, Sozial-, Bildungs- und Präventionsarbeit sollten deshalb für einen proaktiven Umgang mit dem Phänomen der „Kameradschaften 2.0“ sensibilisiert und befähigt werden, falls das vor Ort noch nicht geschehen ist. Dabei sollten sowohl die aufgezeigten Online- als auch die Offline-Dimension adressiert werden.

Die oben gezeigten strategischen Innovationen, Re-Animationen und Adaptionen der letzten Jahrzehnte wurden oft von führenden Köpfen der davor gescheiterten Gruppierungen initiiert und kontrolliert. Wie beschrieben ist dies teilweise auch heute der Fall. Dadurch werden auch im Wandel einige Konstanten sichtbar, die als Angriffspunkte staatlicher Reaktionen dienen können. Behördliche Gegenmaßnahmen sollten sich auf Gewalttäter und auf die Schlüsselakteure in den jeweiligen Gruppen, also Rekrutierer, Organisatoren und Finanziere, konzentrieren (Ritzmann, 2024b). Verbindungen zu rechtsextremen Hooligan- und Kampfsportmilieus können zudem zu einer „Professionalisierung“ von Gewalt führen, die bisher auch spontan oder unter Alkoholeinfluss stattgefunden hat (Peter, 2025; MDR Sachsen-Anhalt, 2025). Sicherheitsbehörden sollten deshalb Analysen und Gegenstrategien bezogen auf Verbindungen in bestehende gewaltorientierte rechtsextreme Milieus priorisieren.

LITERATUR

- Amadeu Antonio Stiftung (2023): Better fact-checked than sorry! Prebunking und Digital Streetwork auf TikTok. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung.
- Amadeu Antonio Stiftung (2023). Better fact-checked than sorry! Prebunking und Digital Streetwork auf TikTok. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung.
- Antifaschistische Recherche Chemnitz (ARC) (2025). „Alle in schwarz!“ – Neue junge Neonazis und die Gruppe „Chemnitz Revolte“. 25.01.2025. URL: <https://chemnitz.noblogs.org/post/2025/01/08/chemnitz-revolte/> (23.06.2025).
- Baker-White, Emily (2022). Leaked Audio From 80 Internal TikTok Meetings Shows That US User Data Has Been Repeatedly Accessed From China. URL: <https://www.buzzfeednews.com/article/emilybakerwhite/tiktok-tapes-us-user-data-china-bytedance-access> (01.06.2025).
- Bangel, Christian (2022). #baseballschlägerjahre. Bundeszentrale für politische Bildung, 21.12.2022. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/rechte-gewalt-in-den-1990er-jahren-2022/515769/baseballschlaegerjahre/> (26.06.2025).
- Baumgärtner, Maik (2014). Rechtsrock: Millionen mit Hass. bpb. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/185061/rechtsrock-millionsen-mit-hass/> (01.06.2025).
- Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra (2013). The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blumenthaler, Lorenz (2024). Warum die AfD auf TikTok gerade so erfolgreich ist. Amadeu Antonio Stiftung. URL: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/warum-die-afd-auf-tiktok-gerade-so-erfolgreich-ist-110311/> (01.06.2025).
- Brenner, Jochen (2011). Ex-Skinheads in der NPD Vom Schläger zum Kader. Der Spiegel, 25.11.2011. <https://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/ex-skinheads-in-der-npd-vom-schlaeger-zum-kader-a-799882.html> (27.06.2025).
- Budler, Kai (o.J.). „Tausendassa“ im Braunen Netz: Neonazi Thorsten Heise. Mobile Beratung in Thüringen. (<https://www.bundesverband-mobile-beratung.de/wp-content/uploads/2016/03/Mobit-HeftThorsten-Heise-web.pdf>) (27.06.2025).
- Bundesministerium des Innern und Heimat (BMI) (2024). Verfassungsschutzbericht 2023. URL: https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/DE/verfassungsschutzberichte/2024-06-18-verfassungsschutzbericht-2023.pdf?__blob=publicationFile&v=17 (23.5.2025).
- Bundesministerium des Innern und Heimat (BMI) (2025a). Verfassungsschutzbericht 2024. URL: https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/DE/verfassungsschutzberichte/2025-06-10-verfassungsschutzbericht-2024.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (23.05.2025).
- Bundesministerium des Innern (BMI) (2025b). Bundeskriminalamt. Bundesweite Fallzahlen 2024 – Politisch motivierte Kriminalität. URL: https://www.bka.de/SharedDocs/Downloads/DE/UnsereAufgaben/Deliktsbereiche/PMK/2024PMKFallzahlen.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (24.06.2025).
- Conrad, Alexandra (2022). Wie TikTok die Unterdrückung der Uiguren verschweigt. URL: <https://netzpolitik.org/2022/xinjiang-wie-tiktok-die-unterdrueckung-der-uiguren-verschweigt/> (01.06.2025).
- Dawkins, Richard (2007). Meme, die neuen Replikatoren. In: ders. (Hrsg.): Das egoistische Gen, S. 316–334. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.
- Der Spiegel (1999). Wiking-Jugend bleibt verboten. 13.04.1999. URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/bundesverwaltungsgericht-wiking-jugend-bleibt-verboten-a-16986.html> (27.06.2025).
- Deutscher Bundestag (2023). Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Fraktion der CDU/CSU - Drucksache 20/6170 - TikTok. URL: <https://dserver.bundestag.de/btd/20/064/2006487.pdf> (01.06.2025).
- Deutscher Bundestag (2025). Neue Neonazigruppen. Drucksache 21/193. 16.05.2025. <https://dserver.bundestag.de/btd/21/001/2100193.pdf> (01.06.2025).
- Die Presse (2019). Identitären-Chef Sellner klebte Hakenkreuz-Abzeichen auf Synagoge. 05.04.2019. <https://www.diepresse.com/5607618/identitaeren-chef-sellner-klebte-hakenkreuz-abzeichen-auf-synagoge> (27.06.2025).
- Fox, Chris (2020). TikTok admits restricting some LGBT hashtags. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-54102575> (01.06.2025).
- Fuchs, Christian/Nejezchleba, Martin/Schmidt Christina (2025). Neonazi, 12, will Zecken jagen. Die Zeit, 28.04.2025. URL: <https://www.zeit.de/2025/17/deutsche-jugend-voran-rechtsextremismus-jugendliche-gewalt-chats> (23.06.2025).
- Gernsbacher, Morton Ann (2015). Video Captions Benefit Everyone. Policy Insights Behav Brain Sci. 2(1): 195–202.
- Goetz, Judith (2024). (Miss-)Erfolge der „Identitären“. Bundeszentrale für politische Bildung, 16.01.2024. <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/544508/miss-erfolge-der-identitaeren/> (26.06.2025).
- Golovchenko, Yevgeniy (2020). Measuring the scope of pro-Kremlin disinformation on Twitter. Humanities and Social Sciences Communications 7(1), 176.
- Hafeez, Yumna (2023). TikTok Algorithm Explained + Best Tips for Virality in 2025. URL: <https://www.socialchamp.com/ru/blog/tiktok-algorithm/> (01.06.2025).
- Hahne, Silke (2024). Wahlwiederholung in Rumänien. »Manipulation hat in keinem Land ein solches Ausmaß«. Tagesschau. URL: <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/wahl-rumaenien-annullierung-100.html> (01.06.2025).
- Heikkilä, Niko (2017). Online Antagonism of the Alt-Right in the 2016 Election. European Journal of American Studies 12(2): 1–22.
- Howard, Philip N./Hussain, Muzammil M. (2013). Democracy's fourth wave? digital media and the Arab Spring. Oxford: Oxford University Press.
- Hung, Tzu-Chieh, & Hung, Tzu-Wei (2022). How China's Cognitive Warfare Works: A Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars. Journal of Global Security Studies, 7(4), 1–18.
- ISD (2023). Memes & the Extreme Right-Wing. Berlin: ISD.
- ISD (2024). Pro-Kreml-Kampagnen in Deutschland vor der Wahl zum Europäischen Parlament. Berlin: ISD.
- Kendal, Ben (2024). Vier Vorwürfe gegen Tiktok – und was an ihnen dran ist. URL: <https://www.rnd.de/digital/tiktok-was-ist-an-den-vorwuerten-gegen-die-app-dran-UPLNLJWKKFC5HKWUH7CAP67YWY.html> (01.06.2025).
- Klarmann, Michael (2017). Kameradschaften als Strategieelement. Bundeszentrale für politische Bildung. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/253841/kameradschaften-als-strategieelement/> (10.06.2025).
- Legal Tribune Online (LTO) (2025). Junge Alternative löst sich auf. 03.02.2025. URL: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/jugendorganisation-afd-junge-alternative-aufgeloeset> (26.06.2025).
- Literat, Iona; Klügler-Vilenchik, Neta (2022). TikTok as a Key Platform for Youth Political Expression: Reflecting on the Opportunities and Stakes Involved. Social Media + Society 20563051231157595.
- MDR Aktuell (2024). Bundestagswahl 2025 Analyse: AfD dominiert weiter auf TikTok. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/deutschland/wahlen/bundestagswahl/btw-spitzenkandidaten-social-media-tiktok-reichweite-likes-100.html> (01.06.2025).
- MDR Sachsen (2025a). Görlitz: Rechtsextremist Finley P. wieder in Untersuchungshaft. 17.05.2025. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/bautzen/goerlitz-weisswasser-zittau/neonazi-finley-untersuchungshaft-rechtsextrem-gericht-100.html> (23.06.2025).
- MDR Sachsen (2025b). Nach Überfall von Neonazis auf Linke in Görlitz: Tatverdächtiger in U-Haft. 03.01.2025. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/bautzen/goerlitz-weisswasser-zittau/ueberfall-linke-nazis-elbland-revolte-100.html> (23.06.2025).
- MDR Sachsen-Anhalt (2025). Angriff auf SPD-Leute: Vier Männer aus Sachsen-Anhalt verurteilt. 20.06.2025. URL: <https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen-anhalt/prozess-urteil-angriff-spd-berlin-neonazis-100.html> (21.06.2025).
- Mellea, Jessa/Düker, Joe (2024). Eine neue Generation von Neonazis: Mobilisierungen gegen CSD-Veranstaltungen im Jahr 2024 durch rechtsextreme Jugendgruppen im Internet. CeMAS. URL: https://cemas.io/publikationen/neue-generation-neonazis-mobilisierung-gegen-csd-veranstaltungen/cemas_-_2024-11_-_research_paper_-_neue_generation_neonazis.pdf (10.06.2025).
- Metzger, Nils (2024). Jugendlichen „ins Gehirn senden“: AfD hängt alle anderen Parteien auf TikTok ab. ZDF Heute. URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/afd-tiktok-erfolg-strategie-jugendliche-100.html> (01.06.2025).
- mrc/dpa (2025). Rede in Greifswald - Linke Nachwuchspolitikerin bewirft Lindner mit Schaumtorte. Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/christian-lindner-fdp-chef-bei-wahlkampfauftritt-in-greifswald-mit-schaumtorte-beworfen-a-257bea59-6255-4cb7-b3d0-cc9b186e5cab> (01.06.2025).
- Peter, Erik (2025). Neonazi will jetzt friedlich sein. Taz, 09.04.2025. URL: <https://taz.de/Haftstrafe-fuer-Julian-M/!6077719/> (23.06.2025).
- Pogner, Isabel (2024). TikTok Was andere Parteien vom Erfolg der AfD lernen. Tagesschau. URL: <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/rechtsextremismus-jugendliche-100.html> (01.06.2025).
- Pfahl-Traugbber, Armin (2019). Was die „Neue Rechte“ ist – und was nicht. Bundeszentrale für politische Bildung, 21.01.2019. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/284268/was-die-neue-rechte-ist-und-was-nicht/> (22.06.2025).
- RBB24 (2024). Ermittler durchsuchen bei Razzien gegen junge Neonazis zehn Wohnungen. 23.10.2024. URL: <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2024/10/berlin-brandenburg-razzien-jugendliche-neonazis.html> (23.06.2025).
- Reuters, dpa (2024). Wo die Kurzvideo-App Tiktok verboten ist. URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/unternehmen/tiktok-verboten-100.html> (23.06.2025).

- [bot-einschraenkung-staaten-sicherheit-spionage-100.html](https://www.bot-einschraenkung-staaten-sicherheit-spionage-100.html) (01.06.2025).
- Ritzmann, Alexander (2023). Hiding in Plain Sight - The Transnational Right-Wing Extremist Active Club Network. Counter Extremism Project. URL: https://www.counterextremism.com/sites/default/files/2023-09/Hiding%20in%20Plain%20Sight_The%20Transnational%20Right-Wing%20Extremist%20Active%20Club%20Network_Sept%202023.pdf (23.06.2025).
 - Ritzmann, Alexander (2024a). Active Clubs – Die neue rechtsextreme Strategie in Deutschland. Counter Extremism Project, 22.05.2024. URL: https://www.counterextremism.com/sites/default/files/2024-05/CEP%20Policy%20Brief%202.0_Active%20Club%20Germany_22.05.2024.pdf (23.06.2025).
 - Ritzmann, Alexander (2024b). Wirksame Maßnahmen gegen rechtsextreme Netzwerke und Finanzstrategien. Counter Extremism Project, 18.03.2024. URL: <https://www.counterextremism.com/de/content/wirksame-massnahmen-gegen-rechtsextreme-netzwerke-und-finanzstrategien> (23.06.2025).
 - Ritzmann, Alexander (2025). Party-Prügel-Postings: Die neue Neonazi-Jugend? Counter Extremism Project, 09.05.2025. URL: <https://www.counterextremism.com/sites/default/files/2025-05/Neue%20Nazi-Jugend%20oCEP%20Policy%20Brief%2009.05.2025.pdf> (23.06.2025).
 - Sachsen.de (2025). Rechtsextremistische Szene vereinnahmt 80. Jahrestag der Bombardierung Dresdens. 11.02.2025. URL: <https://www.medienservice.sachsen.de/medien/news/1084511> (23.06.2025).
 - Sand, Dennis (2024). Krahs Influencer-Strategie - Der brutale Absturz des neurechten Shootingstars. Welt. URL: <https://www.welt.de/politik/deutschland/plus54093182/Erik-Ahrens-Der-brutale-Absturz-des-neurechten-Shootingstars-hat-Gruende.html> (01.06.2025).
 - Scherndl, Gabriele/Nicolaus, Kimberly (2024). Organisierter Stimmenfang auf TikTok: Verurteilter Volksverhetzer wirbt für die AfD. Correctiv. URL: <https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2024/08/22/rechte-propaganda-afd-werbung-von-tiktok-guerilla-shlomo-finkelstein-angerverse/> (01.06.2025).
 - Schmitt, Josephine B./Harles, Danilo/Rieger, Diana (2020). Themen, Motive und Mainstreaming in rechtsextremen Online-Memes. Medien & Kommunikationswissenschaft 68(1-2), 73–93.
 - Staatsministerium des Inneren (2025). Sächsischer Verfassungsschutzbericht 2024. URL: https://www.verfassungsschutz.sachsen.de/download/Saechsischer_Verfassungsschutzbericht_2024.pdf (23.06.2025).
 - Suckow, Martin (2025). Die TikTok-Armee der AfD. WDR. URL: <https://www.ardmediathek.de/video/die-tiktok-armee-der-afd/wdr/Y3JpZDovL3dkci5kZS9CZWlocmFnLXNvcGhvc-mEtZjRkYTRIMTgtZjZkYyooZjg5LTgyZWEmTMRmNDQ2MDhjZWY2> (01.06.2025).
 - Titz, Una (2024a). Rechtsextreme Kampagne gegen den Pride Month: Der „Stolzmonat“. Amadeu Antonio Stiftung, 25.06.2024. URL: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/rechtsextreme-kampagne-gegen-den-pride-month-der-stolzmonat-114483/> (23.06.2025).
 - Titz, Una (2024b). TikTok als Wahlkampfwaffe - Rechtsextremer in Rumänien in Stichwahl. Belltower. URL: <https://www.belltower.news/tiktok-als-wahlkampfwaffe-rechtsextremer-in-rumaenien-in-stichwahl-157303/> (01.06.2025).
 - Treyger, Elina/Cheravitch, Joe/Cohen, Raphael S. (2022). Russian Disinformation Efforts On Social Media. Washington DC: Rand Corporation.
 - Verwiebe, Roland (2024). Die AfD dominiert TikTok – Studie zur Sichtbarkeit der Parteien in den Sozialen Medien. Universität Potsdam. URL: <https://www.uni-potsdam.de/de/medieninformationen/detail/2024-09-02-die-afd-dominiert-tiktok-studie-zur-sichtbarkeit-der-parteien-in-den-sozialen-medien> (01.06.2025).
 - Voinea, Mădălina (2025). Wahlbeeinflussung durch koordinierte Social-Media-Kampagnen: Ein praktischer Leitfaden für die Zukunft. Berlin: CeMAS.
 - Vombatkere, Karan/Mousavi, Sephehr/Zannettou, Savvas/Roesner, Franziska/Gummadi, Krishna P. (2024). TikTok and the Art of Personalization: Investigating Exploration and Exploitation on Social Media Feeds. Proceedings of the ACM Web Conference 2024 (WWW '24), May 13–17, 2024, Singapore, Singapore. ACM, New York, NY, USA, 9 pages.
 - Weichreite TV (2025a). CSD Dresden & Gegendemo JN Elbland Revolte 31.5.25 [Beginn: 01:02:00]. YouTube, 31.05.2025. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ATntAljVCXE&t=17015s> (23.06.2025).
 - Weichreite TV (2025b). CSD Bautzen Gegendemos Teil 2/4 Jungen Nationalisten, Junge Alternative, Freien Sachsen. YouTube, 10.08.2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bbn1CnofDXc> (26.06.2025).
 - Wetzel, Gideon (2024). Are The Kids Far-Right? EFBI Digital Report 2024-3. Leipzig: Else-Frenkel Brunswick-Institut. URL: https://efbi.de/files/efbi/pdfs/Digital%20Reports/2024_3_Digital%20Report.pdf (23.06.2025).
 - Wetzel, Gideon/Kiess, Johannes (2025). Wahlkampfarena TikTok - Die AfD verliert ihre Dominanz – zumindest offiziell. Belltower News. URL: <https://www.belltower.news/wahlkampfarena-tiktok-die-afd-verliert-ihre-dominanz-zumindest-offiziell-158355/> (01.06.2025).
 - ZDF (2025). Die Spur: Jung. Radikal. Organisiert – Wie gefährlich ist die Neonazi-Jugend? 19.03.2025. URL: <https://www.zdf.de/play/reportagen/die-spur-224/die-spur-jung-radikal-organisiert-rechtsextrem-fussball-100> (23.06.2025).
 - ZEIT ONLINE (2024). CSD in Leipzig: Polizei verhindert rechtsext-

reme Versammlung in Leipzig. 17.08.2024. URL: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2024-08/csd-leipzig-rechtsextreme-demonstration-neonazis> (23.06.2025).

AUTOREN

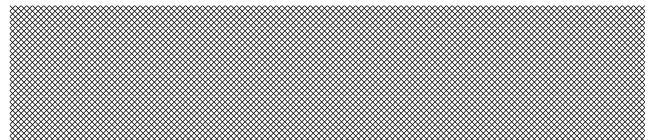
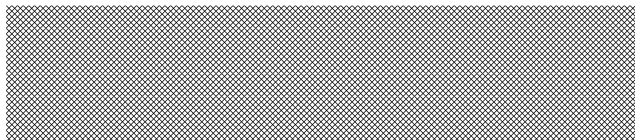
Johannes Kiess ist stellvertretender Direktor des EFBI und leitet dort u.a. den Bereich Monitoring extrem rechter Mobilisierung in Sachsen.

Alexander Ritzmann leitet den Arbeitsbereich Analyse und Strategien gegen gewaltorientierte/ terroristische, rechtsextreme (transnationale) Netzwerke, offline und online, beim Counter Extremism Project (CEP).

Gideon Wetzel arbeitet im Rahmen einer Kooperation zwischen dem EFBI und der AAS bei der AAS im Bereich Online-Monitoring.

KOOPERATIONSPARTNER

Das Projekt *de:bunk. Verschwörungstheoretischem Antisemitismus entgegenzutreten* ist ein Modellprojekt im Bundesprogramm Demokratie leben mit Förderunterstützung des Landesprogramms *Weltoffenes Sachsen*. Es befasst sich mit der Analyse, Prävention und dem Ausprobieren von Handlungsstrategien zu Verschwörungsideologien und Antisemitismus in Sachsen. Im Vordergrund steht die Zusammenarbeit mit Lehrkräften oder Pädagoginnen und Pädagogen, welche wiederum für ihre Arbeit mit Kindern und Jugendlichen sensibilisiert und unterstützt werden. De:bunk arbeitet zudem modellhaft in drei sächsischen Regionen und erprobt dort verschiedene Strategien zum Umgang mit Verschwörungsideologien. Das Projekt unterhält auch ein Fortbildungs- und Vortragsprogramm und kann landesweit hierfür aufgesucht werden.



IMPRESSUM

Redaktion: Dr. Johannes Kiess, Gideon Wetzel

Lektorat: Tilman Meckel

Gestaltung: Markus Dreßen

Satz: Markus Dreßen, Pia Siemer

Redaktionsschluss: 7. Juli 2025

Druck: Merkur Druck, Leipzig

www.efbi.de

ANSPRECHPARTNER BEI DER AAS

Benjamin Winkler, Projektleiter,
debunk@amadeu-antonio-stiftung.de



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Research Centre Global
Dynamics | ReCentGlobe



Das Projekt wird finanziert durch Mittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushalts.