

## TikTok formt Werte und Weltbilder: „Soziale Medien, Geschlechterbilder und Werte“ – Wie toxische Männerbilder für Jungen attraktiv werden

München, 13.02.2026

Soziale Medien sind heute das Leitmedium für Jugendliche – und prägen maßgeblich ihre Werte, politischen Einstellungen und Geschlechterbilder. Das zeigt die Studienreihe „Soziale Medien, Geschlechterbilder und Werte“<sup>1</sup> des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI).

Die Ergebnisse sind alarmierend: Neun von zehn Jugendlichen beziehen ihr Weltbild aus sozialen Medien. Plattformen wie TikTok und Instagram sind längst mehr als Unterhaltung, sie sind zentrale Orte politischer Information, sozialer Orientierung und Sinnstiftung.

### Soziale Medien als täglicher Begleiter

TikTok wird von Jugendlichen bereits morgens nach dem Aufstehen genutzt, begleitet sie durch den Tag und ist oft das letzte Medium vor dem Einschlafen.

- 90 % der 13- bis 18-Jährigen nutzen soziale Medien, um sich über Themen zu informieren, die sie interessieren,
- 66 % informieren sich auf TikTok und/oder Instagram über Politik und Zeitgeschehen,
- 84 % lesen Kommentare, um sich an den Meinungen anderer zu orientieren.

Damit bestätigen die Ergebnisse der Studienreihe aktuelle EU-Jugendstudien, nach denen soziale Medien mittlerweile das wichtigste Informationsmedium junger Menschen sind (European Parliament, 2025).

### Vom Fitness-Clip zur extremistischen Ideologie

Ein besonderer Fokus der Studie lag auf Jungen. Die qualitative Analyse zeigt ein klares Muster: Interessen an Fitness, Luxus oder Statussymbolen fungieren auf TikTok als Einstieg in Inhalte der rechtsextremen Szene und der Manosphere, also frauenfeindlichen Online-Communitys.

Obwohl viele Jugendliche angeben, Fake News erkennen zu können, fehlt ihnen im Alltag häufig die konkrete Medienkompetenz. Ideologisch aufgeladene Inhalte, die überzeugend oder scheinbar „wissenschaftlich“ präsentiert werden, werden oft unkritisch übernommen.

### Jeder vierte Junge mit problematischem Weltbild

Besorgniserregend ist der Befund, dass rund 26 % der Jungen ein Weltbild zeigen, das geprägt ist von

- der Vorstellung einer „natürlichen“ männlichen Dominanz,
- politisch rechter Orientierung,
- LGBTQ+-Feindlichkeit,
- Klimakrisenskepsis oder -leugnung,
- Unzufriedenheit mit der Demokratie in Deutschland

So stimmen etwa 63 % dieser Gruppe der Aussage zu, mit der Demokratie unzufrieden zu sein, und nur 43 % befürworten gleiche Rechte und Chancen für Männer, Frauen und non-binäre Personen. Gleichzeitig zeigen Mädchen deutlich häufiger egalitäre Geschlechterbilder. Dieses Auseinanderdriften erschwert Beziehungen und verstärkt gesellschaftliche Spannungen.

### Emotionale Verunsicherung als Einfallstor

Die Studie zeigt, warum Inhalte der Manosphere so wirksam sind: Sie setzen gezielt bei Einsamkeit, Frust und Beziehungskrisen an. Frauen werden darin pauschal abgewertet und für persönliche Verletzungen verantwortlich gemacht. Besonders in der Incel-Szene entsteht so ein frauenfeindlicher Extremismus mit hohem Gewaltpotenzial.

### Zwölf Sekunden können etwas verändern

Die Studienreihe zeigt jedoch auch: Es gäbe Alternativen.

In einem Experiment wurden gezielt TikTok-Clips entwickelt, die ästhetisch an die Lebenswelt von Jungen anschließen, jedoch prosoziale und prodemokratische Botschaften vermitteln.

Ein Clip setzte einen Orientierungspunkt gegen die sogenannte „Red-Pill-Ideologie“, nach der Männer Opfer der Gleichberechtigung sind. In einem zwölf Sekunden langen TikTok-Clip widerspricht ein junger Mann dieser Idee und vermittelt die Botschaft: „Starke Männer verteidigen Frauen und ihre Rechte.“ Nach dem Sehen des zwölfsekündigen Clips sank die Zustimmung zur Aussage „Männer sind Opfer der Gleichberechtigung“ unter politisch rechtsorientierten Jugendlichen von 50 % auf 43 %.

Auch wenn dies nur in einem experimentellen Setting getestet wurde, zeigt das Ergebnis: Werden die Bedürfnisse von Jugendlichen ernst genommen und Orientierung in attraktiver Form geboten, können ihre Weltbilder und Werte messbar prosozial und prodemokratisch erweitert werden.

Studienleiterin Dr. Maya Götz betont: „Wir dürfen die Prägung der Weltbilder von Jugendlichen nicht extremistischen Kräften überlassen. Die Ergebnisse zeigen, dass demokratische Gegenangebote wirksam sein können – wenn sie die Lebensrealität junger Menschen ernst nehmen.“

#### **Ansprechpartnerin:**

Dr. Maya Götz, Leiterin, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen.

E-Mail: [Maya.Goetz@br.de](mailto:Maya.Goetz@br.de), Internet: [www.izi.de](http://www.izi.de), [www.maya-goetz.de](http://www.maya-goetz.de)

Sie möchten keine weiteren Pressemitteilungen von uns erhalten? Dann senden Sie bitte eine kurze Mail an [izi@br.de](mailto:izi@br.de)

---

<sup>1</sup> gefördert in Teilen von der MaLisa Stiftung und dem Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales

## Methodenoutline der Studienreihe

### 1. Qualitative Fallstudien mit Jugendlichen

Zunächst wurden Fallstudien mit Jugendlichen (15 bis 17 Jahre) erhoben, von denen sich jeweils die Hälfte als politisch rechtsstehend identifiziert. In Best-friends-Interviews (Dauer ca. 90-100 Minuten) wurden Alltagsthemen, die Mediennutzung der Jugendlichen sowie ihre Werte und ihre Haltung zu gesellschaftlich relevanten Themen und politischen Einstellungen abgefragt.

### 2. Standardisierte Befragung

Im zweiten Schritt wurden n=705 Jugendlichen im Alter von 13 bis 18 Jahren standardisiert befragt. Die Stichprobe wurde für die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Wohnbevölkerung im Alter von 13 bis 18 Jahren (aktuell 4,7 Mio. Personen) repräsentativ zusammengestellt, quotiert nach Geschlecht, Alter, Wohnort, Bildung und Migrationshintergrund. Die 110 Items umfassten Themen wie die Nutzung von Social Media, die Bedeutung von Influencer\*innen, die Vorstellungen von Geschlechterrollen sowie das Interesse und die Einstellungen zu relevanten gesellschaftlichen Themen wie Politik, Klimawandel, Migration und Gewalt.

### 3. Rezeptionsstudie zu TikTok-Clips

Im letzten Schritt wurden 30 TikTok-affine Clips produziert, die gezielt bei den Bedürfnissen und Wünschen der rechtsorientierten Jugendlichen ansetzten und die Deutungsmuster und die TikTok-Ästhetik existierender Clips aufgriffen. Die Clips wurden um prosoziale und prodemokratische Werte erweitert. 20 dieser Clips wurden in einer Rezeptionsstudie mit n=210 Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren, von denen sich 60 % selbst als politisch rechtsstehend identifizierten, getestet. Die Befragten sahen jeweils 15 Videos, beurteilten sie u. a. hinsichtlich ihres Gefallens und gaben an, ob sie diese auf TikTok teilen würden. Außerdem wurde in einer Pre-Post-Befragung u. a. die Einstellung der Jugendlichen zu Deutschland und Demokratie, zu Geschlechterbildern und zum Thema Gewalt erfragt.

Die drei empirischen Erhebungen mit Jugendlichen wurden von G.I.M, Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH durchgeführt. Die Feldzeit war Februar bis September 2025. Ergänzend führte das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) Analysen zu Algorithmen auf TikTok durch, untersuchte qualitativ und quantitativ politische TikTok-Spots und führte qualitative und quantitative Medienanalysen zu 300 Clips rechtsextremer Influencer auf TikTok und zu 300 Clips der Manosphere auf TikTok durch.