

Social Media

Mini-Guide



HINTERGRUND- WISSEN

Was ist Social Media?

FAKE NEWS UND FILTERBLASEN

Bilden Algorithmen unsere
Meinung?

KINDER UND SOCIAL MEDIA

Tipps für Eltern und
Großeltern

Social Media

Darum gehts!?

Ein **Troll** ist für dich ein Fabelwesen mit bunten Haaren, bei dem Wort **Influencer** denkst du immer noch zuerst an eine Krankheit, X ist für dich lediglich der drittletzte Buchstabe des Alphabets und von **Memes** hast du noch nie gehört? Dann gehörst du wohl zu den etwa **20 Prozent** aller Deutschen, die nicht in den **sozialen Medien** unterwegs sind.

Von etwa 84 Millionen Menschen in Deutschland nutzten im Januar 2025 knapp 79 Millionen das Internet. Von diesen 79 Millionen Internetnutzern wiederum nutzten knapp 66 Millionen soziale Medien – oder auf Englisch: Social Media. Das bedeutet, dass etwa **78 %**¹ – und hier sind auch Kinder mit eingerechnet – mindestens einmal pro Monat **soziale Medien** konsumieren.

Vielleicht bist du nun überrascht, weil du zu einer nur noch kleinen Minderheit zählst und den Anschluss an die Gesellschaft anscheinend verpasst hast. Vielleicht bist du auch stolz darauf, dass du nicht jedem neuen Trend hinterherläufst – doch ehrlich gesagt: Über einen neuen Trend ist Social Media schon längst hinaus.

Wenn dir Plattformen wie Instagram, X oder Snapchat wie ein schwarzes Loch erscheinen, in das man ohne Account nur schwer Einblicke bekommen kann oder wenn du Kinder (vielleicht auch schon Enkel) hast, die Stunden auf TikTok oder Snapchat verbringen, während du es gerade mal zu Facebook oder WhatsApp geschafft hast, dann solltest du unbedingt weiterlesen. Denn die sozialen Medien prägen unsere Gesellschaft und unser Leben – sogar wenn wir nicht selbst Teil davon sind.

Doch auch wenn du dich zu der großen Mehrheit der Social-Media-User zählst, regelmäßig Instagram, LinkedIn oder Xing nutzt, solltest du dein Wissen kurz reflektieren: Wie sicher bist du bei den Themen **Datenschutz**, **Deepfakes** und **Filterblasen**? Weißt du, wie du dich oder deine Kinder vor **Cybergrooming**, **Sexting** und **Hate-speech** schützen kannst? Falls hier bei dir noch Unsicherheiten bestehen, solltest du das dringend ändern.

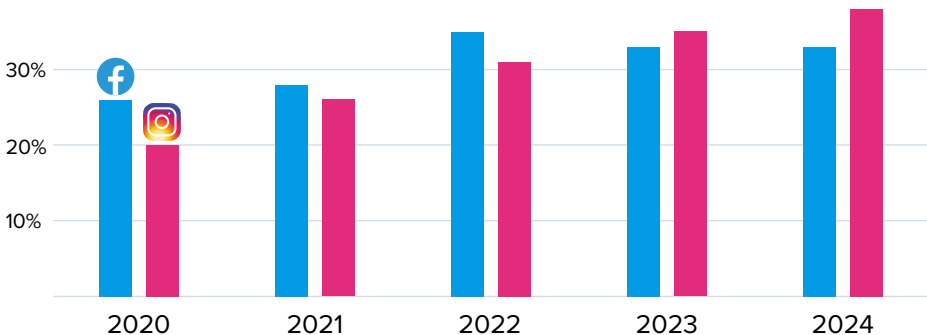
Social Media zu kennen, ohne es zu nutzen, ist nicht einfach. Denn ohne Account bleibt man von dieser Welt größtenteils ausgeschlossen. Dieser Mini-Guide kann dir helfen, Social Media und den Reiz, den sie auf die Menschen ausüben, besser zu verstehen und dich gleichzeitig für einen verantwortungsvollen und bewussten Umgang damit sensibilisieren.

Von StudiVZ über Facebook zu Instagram

20 Jahre ist es nun schon her, dass eines der ersten **sozialen Netzwerke** den deutschen Markt eroberte: Im Oktober 2005 wurde die deutsche Plattform **StudiVZ** gegründet. Vielleicht hast du dich auch durch endlose Listen an Gruppen durchgescrollt und über die lustigen Namen amüsiert? Oder deine Freunde „gegruselt“? Einige Jahre konnten sich StudiVZ und seine Ableger **SchülerVZ** sowie **meinVZ** sogar gegenüber der großen Konkurrenz aus den USA behaupten. Erst 2011 wurde das soziale Netzwerk von seinem Vorbild **Facebook** überholt und nach und nach völlig vom Markt verdrängt.

Facebook, eine Erfindung von **Mark Zuckerberg**, war ursprünglich als Online-Netzwerk für Studierende einer Universität gedacht, entwickelte sich jedoch schnell zu einem beliebten sozialen Netzwerk für User aus aller Welt: Bereits vier Jahre nach seiner Gründung konnte Facebook 100 Millionen Nutzer vorweisen. Auch heute, rund 20 Jahre später, zählt Facebook immer noch zum beliebtesten sozialen Netzwerk weltweit – mit mehr als 3 Milliarden monatlich aktiven Nutzern.

Doch die Konkurrenz ist groß und so wurde Facebook in Deutschland von Instagram bereits vom Thron gestoßen:



Nutzung von Social-Media-Plattformen 2020 bis 2024 – mindestens einmal wöchentlich genutzt in %
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2019 bis 2023; ARD/ZDF-Medienstudie 2024

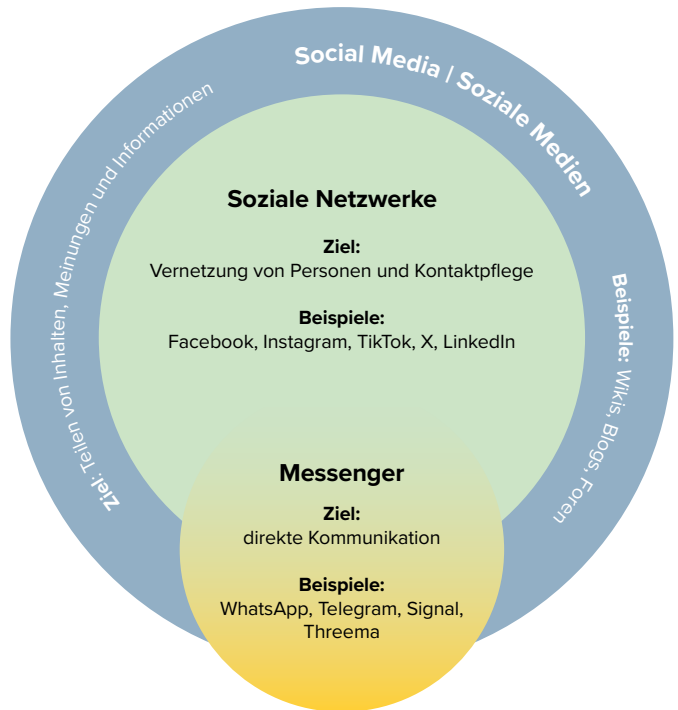
Es gibt unzählige Studien zum Social-Media-Konsum und die Zahlen sind gigantisch, denn Social Media bietet Inhalte für jedes noch so kleine Nischen-Thema: Sogenannte **Momfluencer** präsentieren ihren Familienalltag im Netz – oft perfekt inszeniert und kommerzialisiert. **Granfluencer** – eine Kombination aus grandparents und influencer – zeigen, wie bunt und vielfältig das Leben auch im höheren Alter noch sein kann.

Und **Finfluencer** – zusammengesetzt aus den Wörtern Finanzen und Influencer – geben Tipps zum Sparen oder Investieren.

Soziale Medien prägen den politischen und gesellschaftlichen Diskurs, setzen aktuelle Trends in Mode oder Technik und beeinflussen so unser Privatleben, ob wir wollen oder nicht.

Wovon sprechen wir hier eigentlich?

Soziale Medien sind aus dem Leben der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken und doch ist nicht immer klar, was wir unter dem Begriff eigentlich verstehen: Werden die Begriffe **soziale Netzwerke** und **soziale Medien** synonym verwendet oder gibt es dabei Unterschiede? Und wie verhält es sich mit der **Abgrenzung zu Messengern**? Zählen auch WhatsApp, Telegram, Signal oder Discord zu den sozialen Netzwerken?



Im Alltagsgebrauch wird oft nicht zwischen sozialen Netzwerken und sozialen Medien unterschieden und auch die Grenzen zu Messengern sind nur noch fließend. Korrekterweise ist soziale Medien bzw. Social Media der Oberbegriff, der sowohl soziale Netzwerke als auch viele Messengerdienste umfasst.

Vor allem bei Statistiken und Umfragen gilt es also, genau darauf zu achten, was unter Social Media verstanden wird und ob beispielsweise **WhatsApp** oder **YouTube** dazugezählt werden. Bei den 78 % Social-Media-Usern in Deutschland werden beispielsweise WhatsApp-Nutzer mit eingerechnet, was die Zahl etwas relativiert und vielleicht auch dich – wenn du zwar Whatsapp-Nutzer

bist, jedoch soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook und X meidest – einschließt.

Zählt auch YouTube zu den sozialen Netzwerken?

Ja, YouTube kann ebenfalls zu den sozialen Netzwerken gezählt werden, auch wenn es häufig nur als Suchmaschine genutzt wird. Videos können dort geteilt, geliked und kommentiert werden. User können Profile („Kanäle“) anlegen und eine Community aufbauen. Auf diese Weise können **Youtuber** sehr viele Menschen erreichen und zu großer Bekanntheit gelangen.

DIE BELIEBTESTEN PLATTFORMEN IM VERGLEICH

Diese Plattformen nutzen die Deutschen am liebsten

Prozentsatz der Internetnutzer ab 16, die die jeweilige Plattform monatlich nutzen.¹

	Nutzer	beliebt bei der Altersgruppe	gehört zu	gibt es seit
 WhatsApp	85,1 %	🧑🧒🧓	 Meta Platforms, Inc.	2014
 Instagram	62,8 %	🧑🧒	 Meta Platforms, Inc.	2010
 Facebook	59,7 %	🧑🧓	 Meta Platforms, Inc.	2004
 TikTok	39,4 %	🧑	 ByteDance	2016
 Messenger	35,5 %	🧑	 Meta Platforms, Inc.	2011
 Pinterest	31,4 %	🧑🧒	 Pinterest	2009
 Telegram	23,7 %	🧑🧒🧓	 Telegram FZ-LLC	2013
 Snapchat	21,6 %	🧑	 Snap Inc.	2011
 X	18,4 %	🧑	 X Corp. (X.AI)	2006
 LinkedIn	17,5 %	🧑🧓	 Microsoft	2003
 iMessage	15,8 %	🧑🧒🧓	 Apple, Inc.	2011
 Xing	12,9 %	🧑🧓	 New Work SE	2003
 Reddit	11,9 %	🧑	 Reddit Inc.	2005
 Signal	11,6 %	🧑🧒🧓	 Signal Foundation	2014
 Discord	11,2 %	🧑🧒	 Discord Inc.	2015

HINWEIS: YouTube wurde bei dieser Umfrage nicht als Antwortoption angeboten.
Plattform-Icons: Icons8

Instagram und TikTok: Dauerwerbesendungen 2.0?



BEST SMILE STUDIO/SHUTTERSTOCK

Younes Zarou filmte im Jahr 2019 sein eigenes Auge durch einen Wassertropfen. Die Zwillinge **Lisa und Lena** wurden 2015 durch Tanzvideos berühmt – damals waren die beiden 13 Jahre alt. Heute zählen Younes Zarou und Lena Mantler (eine der Zwillinge) zu den einflussreichsten **Influencern** Deutschlands. Younes Zarou erreicht auf TikTok mehr als 54 Millionen Follower weltweit, Lena Mantler hat eine Community von über 30 Millionen Followern.

Während die meisten Menschen auf Werbeunterbrechungen im Fernsehen sehr genervt reagieren, lassen sie sich von Werbung auf Social Media scheinbar nicht abschrecken. Im Gegenteil, gerade im Bereich **Marketing** ist Social Media unverzichtbar geworden. Marken entwickeln daher Strategien, die darauf ausgerichtet sind, eine möglichst große Zahl an Menschen über die sozialen Netzwerke zu erreichen. Eine zentrale Rolle dabei spielen Influencer wie Younes Zarou oder Lena. Aufgrund der engen Bindung an ihre **Follower** genießen sie großes Vertrauen bei ihrer Zielgruppe. Sie zeigen Bilder von sich, geben Rat und Empfehlungen oder unterhalten ihr Publikum mit lustigen, spannenden und kreativen Inhalten. Younes Zarou beispielsweise ist bekannt für seine kreativen und humorvollen Videos, die oft mit überraschenden

Farb-Effekten aufwarten und scheinbar nebenbei **Markenprodukte integrieren**.

Algorithmen sorgen im Hintergrund der Plattformen dann dafür, dass die Inhalte die richtige Zielgruppe erreichen. So enthält beispielsweise die „**For You Page**“ auf TikTok – so wird dort die Startseite bezeichnet – Videos, die individuell auf den jeweiligen Nutzer zugeschnitten sind. Dies führt dazu, dass vor allem die jüngeren Generationen bei ihrem Kaufverhalten stark durch Social Media beeinflusst werden.

Da die Grenzen zwischen Unterhaltung und Werbung gerade in den sozialen Netzwerken immer mehr verschwimmen, müssen in Deutschland seit 2022 Produkte, die kostenlos zur Verfügung gestellt wurden oder für die Influencer ein Honorar bekommen, **als Werbung gekennzeichnet** sein.

Eine neue Dimension erreicht die **Kommerzialisierung der sozialen Medien** durch **Social Shopping**. Integrierte Shops wie der **TikTokShop** ermöglichen es Marken und Influencern, Produkte direkt innerhalb der App zu verkaufen. Vor allem Jugend- und Verbraucherschützer sehen darin eine große Gefahr, da die Grenzen zwischen Shopping und Unterhaltung nahezu verschwinden.