



Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU)

Wandel im Digitalen: (Dis-)Kontinuitäten in der Nutzung Sozialer und politischer alternativer Medien im Kontext extremismus- affiner Einstellungen, 2021–2025

Simon Greipl, Julian Hohner, Heidi Schulze, Diana Rieger

Phänomenmonitoring

Zusammenfassung

Dieser Beitrag untersucht anhand der MiD-Befragungen die Dynamik radikalierungsrelevanter Online-Räume im Zeitraum 2021 bis 2025. Im Fokus steht, wie sich die Nutzung von Sozialen Medien (Teil II) und politischen Alternativmedien (Teil I) im Zusammenhang mit extremismusauffinen Einstellungen entwickelt. Unsere Analysen zeigen, dass sich die Veränderungen weniger in einer breiten Ausweitung der Nutzung, sondern vor allem in einer ideologischen Aufspaltung und Verdichtung bestehender Nutzungsmuster vollziehen. Während die Gesamtverbreitung politischer Alternativmedien jährlichen, teils starken Schwankungen mit leichter Tendenz zum Nutzungsrückgang unterliegt, nimmt die Exklusivnutzung – und damit die Segmentierung der Informationsräume, vor allem im Rechtsaußen-Bereich – deutlich zu. Im Social-Media-Bereich bestätigt sich der Trend hin zu bild- und videolastigen Plattformen: TikTok fällt besonders dadurch auf, dass dort sowohl der relative Anteil rechts- und islamismusauffiner Nutzer:innen steigt als auch Intensivnutzer:innen die höchsten Werte rechtsaffiner Einstellungen aufweisen. Telegram und Facebook bleiben mit hohen Anteils- werten im rechten Spektrum (offen wie geschlossen) relevante Plattformen; zudem gehen Governance-Änderungen auf X/Twitter mit einem deutlichen Zuwachs rechtsaffiner Nutzer:innen einher. Insgesamt deuten die Befunde darauf hin, dass sich extreme Einstellungen zunehmend in abgeschotteten digitalen Öffentlichkeiten bündeln, in denen algorithmische und soziale Mechanismen Radikalisierungsdynamiken zusätzlich stabilisieren können.

Stichworte

Längsschnittmonitoring | Alternative Medien | soziale Mediennutzung | extremismusauffine Einstellungen | Telegram | TikTok



In den letzten Jahren hat sich die Art und Weise, wie Menschen in Deutschland politisch-gesellschaftliche Informationen beziehen, weiter verschoben. Nachrichten werden zunehmend online und immer häufiger im Kontext Sozialer Medien konsumiert (Newman et al., 2025), während klassische Nachrichtenmedien als alleinige „Gatekeeper“ an Bedeutung verlieren (Van Aelst et al., 2017). In denselben digitalen Räumen konkurrieren professionelle Redaktionen, politische Alternativmedien und einzelne Akteur:innen um Aufmerksamkeit. Damit entstehen neue Öffentlichkeiten, in denen sich nicht nur gesellschaftliche Debatten, sondern auch radikale und extremismusaffine Einstellungen herausbilden und verfestigen können.

In diesen Öffentlichkeiten lassen sich auf der Diskursebene im Jahr 2025 festhalten, dass koordinierte ausländische Einflussversuche und KI-generierte Angriffsnarrative gezielt das Vertrauen in die Integrität der Bundestagswahl untergruben, während die Themen Migration sowie die Ukraine- und Gaza-Konflikte als beständige Triggerpunkte für Elitenfeindlichkeit und Verschwörungserzählungen fungierten (SPARTA, 2026; CeMAS, 2025). Dabei erzielten Desinformationskampagnen zu angeblichem Wahlbetrug sowie KI-gestützte Bildkampagnen gegen demokratische Akteure millionenfache Reichweiten auf TikTok und X (CeMAS, 2025). Insbesondere auf Seiten der institutionalisierten politischen Kommunikation aus dem rechten Phänomenbereich ist 2025 daher die innere Sicherheit in Kombination mit einer Migrationsdebatte besonders dominierend gewesen (SPARTA, 2026). Parallel dazu wurde die gerichtliche Aufhebung des Compact-Verbots im Juni 2025 als Sieg gegen den „Zensur-Staat“ inszeniert, was zu massiven Subscriber-Zuwächsen und einer Verdichtung der rechtsalternativen Kommunikation auf Telegram führte (Martini et al., 2025).

Die MiD-Befragungen („Menschen in Deutschland“) ermöglichen es darüber hinaus etwaige Entwicklungen aus Nutzer:innenperspektive über mehrere Jahre hinweg zu beobachten. Bereits der letztjährige Beitrag (Hohner et al., 2025) zeigte eine bemerkenswerte Kombination aus Stabilität und Wandel: Die digitalen Nutzungsgewohnheiten ändern sich oft nur langsam, während zugleich Knotenpunkte entstehen, an denen sich Aufmerksamkeit bündelt und radikalisierungsrelevante Einstellungen verdichtet auftreten. Beispielsweise ist nicht jede Plattform gleichermaßen mit extremismusaffinen Einstellungen assoziiert. Nischenplattformen wie

Vkontakte besitzen einen hohen relativen Anteil extremismusaffiner Nutzer:innen, aber eine geringe absolute Nutzer:innenzahl. Daneben stellten sich insbesondere der Messenger Telegram und die Videoplattform TikTok als relevant heraus. Diese kombinieren hohe absolute Nutzer:innenzahlen mit den gleichzeitig höchsten relativen Anteilen rechts- beziehungsweise islamismusaffinen Nutzer:innen. Die Nutzung von Telegram korreliert konsistent mit rechten und islamismusaffinen Einstellungen, während TikTok durch ähnliche Zusammenhänge, aber auch durch die eher jüngere Zielgruppe an Gewicht gewinnt.

Der vorliegende Beitrag knüpft an diese Befunde an und erweitert das Lagebild um einen zentralen Baustein des digitalen Informationsökosystems: politische Alternativmedien (Teil I). Diese Medien verstehen sich als Korrektiv zum „Mainstream“ und zielen darauf ab, ideologisch gefärbte Narrative zu verbreiten, die sie als im traditionellen Diskurs unterrepräsentiert ansehen. Obwohl ihre absolute Reichweite vergleichsweise gering ist, können sie durch die Abschirmung (Segmentierung) der Nutzerschaft und die Bestätigung bereits extremismusaffiner Einstellungen und bestimmter politischer Identitäten eine zentrale Rolle in Radikalisierungsdynamiken und der Schwächung demokratischer Institutionen spielen. Wir fragen: Wer nutzt diese Angebote? Wie hat sich ihre Nutzung seit 2021 verändert? Und in welchem Zusammenhang stehen sie mit Rechts- und Islamismusaffinität sowie Demokratiedistanz? Im Zentrum stehen dabei zwei Prozesse, die wir im Beitrag immer wieder aufgreifen: Unter *Segmentierung* verstehen wir, dass sich Informationsräume ideologisch aufspalten – also immer mehr Menschen tendenziell einseitige oder gar ausschließlich Angebote eines bestimmten Spektrums nutzen. *Verdichtung* beschreibt, dass sich innerhalb bestimmter Medien oder Plattformen der Anteil radikal- oder extremismusaffiner Personen erhöht. Teil I untersucht, wo sich bei politischen Alternativmedien Nutzung bündelt und ideologisch verengt. Teil II aktualisiert anschließend die Analyse zu Sozialen Medien, überträgt die Logik von Segmentierung und Verdichtung auf diese Plattformen und prüft, welche digitalen Räume strukturell radikalisierungsrelevant sind oder bleiben.

Als Datenbasis nutzen wir MiD-Umfragen der Universität Hamburg 2021 bis 2025. Deren konsistente Skalen zu Rechts-/Islamismusaffinität ermöglichen, Trends, Kipppunkte und (Dis-)Kontinuitäten über Jahre hinweg

als Entwicklungslinie abzubilden. Informationen zum Forschungsdesign sowie die Fragebögen können den ausführlichen Methodenberichten entnommen werden (Endtricht et al., 2022; Fischer et al., 2023; Wetzels et al., 2023). Zudem sind weitere Informationen zu der aktuellen Welle aus 2025 sowie Analysen im Monitor-Beitrag *Krisenwahrnehmungen, Vertrauensverluste und die Verbreitung extremismusaffiner sowie antisemitischer Einstellungen bei Menschen in Deutschland 2021 bis 2025* enthalten. Analog zu den Analysen zur Nutzung Sozialer Medien im letztjährigen Beitrag (Hohner et al., 2025), werden auch hier die multidimensionalen Konstruktvariablen zur Messung der Rechts- und Islamismusaffinität (0 = „keine Affinität“, 1 = „offene Affinität“, 2 = „eindeutig extremistisches Weltbild“; siehe Farren et al., 2025) sowie Demokratiedistanz (binäre Ausprägung) als phänomenübergreifendes Konstrukt zur Messung politisch-extremistischer Einstellungen verwendet (siehe Brettfeld et al., 2021). Personen, die auf einer Vier-Punkte-Skala – welche jeweils durch Bildung von Mittelwertsindizes über mehrere Subdimensionen aus dem jeweiligen Phänomenbereich gebildet wurde – im Wertebereich 2.0 bis 2.8 lagen, wurden als islamismus- beziehungsweise rechtsaffin eingeordnet. Personen oberhalb eines 2.8-Schwellenwertes wurden als Personen mit geschlossen extremistischem Weltbild codiert. Details zu den für die Teilanalysen verwendeten Variablen können den jeweiligen Kapiteln entnommen werden.

Wandel im Digitalen I: Politische Alternativmedien und extremismusaffine Einstellungen

Im Juni 2024 sprach das Bundesinnenministerium ein Verbot des Medienunternehmens der COMPACT-Magazin GmbH aus wegen der Verbreitung „antisemitischer, rassistischer, minderheitenfeindlicher, geschichtsrevisionistischer und verschwörungstheoretischer Inhalte“ sowie der Popularisierung „rechtsextremistischen Gedankenguts der Neuen Rechten“ (BMI, 2024). Nach einer vorläufigen Aussetzung hob das Bundesverwaltungsgericht das Verbot im Juni 2025 auf, da der Umfang der verfassungsfeindlichen Inhalte nicht ausreiche, um das gesamte Unternehmen zu verbieten (BVerwG, 2025).

Die Forschung stützt jedoch weitgehend die Einschätzung des BMI: *Compact* gilt als verschwörungstheoretisch (Schwaiger, 2022) und als „wichtigste deutsche Publikumszeitschrift der extremen Rechten“ (Maier, 2024, S. 119), die gezielt antidemokratische und völkisch-rassistische Anschauungen mit dem Ziel eines politischen Umsturzes verbreite (Andrae, 2022). Die Rechtsaußen-Szene instrumentalisierte die Phase des Verbots und des anschließenden Verfahrens, um über das Narrativ der staatlichen Zensur und Meinungsunterdrückung zu mobilisieren, die *Compact*-Reichweite enorm zu erhöhen sowie sich selbst als Freiheitskämpfer zu inszenieren (Martini et al., 2025), um so die Legitimität demokratischer Institutionen infrage zu stellen und das Vertrauen in diese weiter zu schwächen.

Dieses Beispiel verdeutlicht, dass politische Alternativmedien – trotz geringerer Reichweite – im öffentlichen Diskurs präsent sind, diesen teils aktiv prägen – insbesondere durch strategisches Skandalisieren (Schwaiger, 2022) – und gerade durch den engen Fokus gemeinschaftsbildend (Schwarzenegger, 2023) sowie mobilisierend (Rone, 2022) wirken können. Dass politische Alternativmedien ein relevanter Baustein im Kommunikationsökosystem sozialer, radikaler und extremistischer Bewegungen sind, ist lange bekannt (zum Beispiel Downing, 2000). Die Möglichkeiten des Internets nutzend, Inhalte günstig schnell und weit zu verbreiten, beobachten wir seit Anfang der 2010er-Jahre eine enorme Zunahme politischer Alternativwebsites in vielen westlichen Demokratien (Heft et al., 2020; Schulze, 2020).

Trotzdem konzentrieren sich die meisten Monitorings radikalierungsrelevanter Online-Kommunikation auf Soziale Medien. Um diese Lücke zu adressieren, erhebt das MOTRA-Internetmonitoring seit der ersten MiD-Befragungswelle in 2021 auch die Alternativmediennutzung. In diesem Beitrag präsentieren wir erstmals Ergebnisse aus der Befragung und diskutieren die Relevanz sowie die unterschiedlichen Dimensionen politischer Alternativmedien im Radikalisierungskontext. Empirisch gehen wir den Fragen nach, ob und wie sich die politische Alternativmediennutzung im Zeitverlauf 2021 bis 2025 verändert hat und inwiefern diese Form der Mediennutzung mit Extremismusaffinität und Demokratiedistanz zusammenhängt.

Was sind politische Alternativmedien und warum sind sie relevant?

Die Sammelbegriffe „politische Alternativmedien“ oder auch „alternative Nachrichtenmedien“ subsumieren eine heterogene Gruppe von Medien, die sich selbst als Korrektiv eines wahrgenommenen hegemonialen „Mainstreams“, insbesondere mit Bezug auf „Mainstream-Nachrichtenmedien“ positionieren (Holt et al., 2019). Auch wenn der Grad an Alternativität variiert – beispielsweise hinsichtlich der Professionalisierung in der Nachrichtenproduktion –, liegt der zentrale Unterschied zu traditionellen Nachrichtenmedien darin, dass politische Alternativmedien eher von politischen als von journalistischen Werten geleitet werden (Vliegenthart et al., 2024). Die Beiträge vieler politischer Alternativmedien sind eher meinungsbasiert und daher viel stärker an Einstellungen und Werten orientiert (Strömbäck, 2023). Dabei ist es die Kernmotivation dieser Medien, Themen, Akteur:innen und Einstellungen zu präsentieren, die in der eigenen Wahrnehmung im breiten öffentlichen Diskurs unter- oder auch misrepräsentiert sind.

Obwohl eine deliberative Perspektive alternative Medien als gewinnbringend wertet¹, hat sich innerhalb der letzten Jahre gezeigt, dass politische Partizipation auch darauf ausgerichtet sein kann, demokratische Institutionen wie Pluralität und Meinungsfreiheit zu stören oder abzuschaffen (Quandt, 2018). Innerhalb der letzten Jahre sind zahlreiche politische, primär rechtsaußen-geprägte, *antagonistische* Alternativmedien entstanden, die offen extrem und ideologisch einseitig auftreten, politische Gegner angreifen (Rae, 2020), die demokratische Funktion traditioneller Nachrichtenmedien durch kontinuierliche Kritik und Feindlichkeit untergraben (Reiter & Matthes, 2023) und eine bedrohliche, misstrauische Weltsicht fördern (Boberg et al., 2020). Das heißt nicht, dass diese Gruppe der politischen Alternativmedien zwangsläufig oder ausschließlich Falschinformationen verbreitet, aber mit dem Ziel der Stärkung bestimmter Narrative und Identitäten (Strömbäck, 2023) deuten sie aktuell relevante Themen im Sinne der eigenen Ideologie um und können so alternative Wahrnehmungen einer

¹ Als Form politischer Partizipation ermöglicht sie grundsätzlich Teilhabe, Repräsentation und Vielfalt im öffentlichen Diskurs. Aus diesem Grund wurden politische Alternativmedien in der Forschung lange als progressive Medien untersucht, die den Diskurs demokratisieren und gesellschaftlichen Fortschritt fördern (zum Beispiel Fuchs, 2010). Diese Form der politischen Alternativmedien, deren Schwerpunkt auf Themen wie sozialer Gerechtigkeit, Abschaffung systemischer Ungerechtigkeit und Gemeinschaftswerten liegt, werden unter dem Begriff *agonistische* Alternativmedien erfasst (Eldridge, 2025).

Realität fördern, die einem offenen deliberativen Austausch und demokratischer Konsensfindung schaden. Dies ist dann besonders problematisch, wenn sich diese Alternativmedien strategisch im Auftreten so stark an klassischen Nachrichtenmedien orientieren, dass Nutzer:innen den Unterschied nicht beziehungsweise nicht sofort erkennen (Heft et al., 2020).

Antagonistische politische Alternativmedien können auf unterschiedlichen Ebenen radikale Einstellungen verstärken und Radikalisierungsdynamiken begünstigen. Zunächst ist Misstrauen in wahrgenommene politische Eliten und „Mainstream“-Medien eine zentrale Motivation für Alternativmedien-nutzung, und es zeigt sich auch, dass die Nutzung dieses Misstrauen weiter verstärkt (Tsifti et al., 2025). Oft in Verbindung mit Misstrauen in politische Eliten, ist auch die Rolle von Verschwörungstheorien und -mentalität ein relevanter Faktor in der Alternativmediennutzung – ein zentraler Radikalisierungsindikator (Rieger et al., 2021). Es gibt zahlreiche politische Alternativmedien, die verschwörungsfokussiert berichten und Personen mit ausgeprägter Verschwörungsmentalität nutzen häufig politische Alternativmedien (Puschmann et al., 2024). Ganz allgemein bieten sie Menschen, die offen für radikale Einstellungen sind oder ein geschlossen extremistisches Weltbild vertreten, die Möglichkeit, der ideologisch gefärbten Berichterstattung zu folgen, die den eigenen Einstellungen entspricht, wodurch sich diese noch stärker verfestigen können. Insbesondere für diese Nutzungsgruppe können politische Alternativmedien auch mobilisierend wirken durch Skandalisierung und Emotionalisierung (Rone, 2022). Rechtsaußen-Alternativmedien fokussieren häufig stark skandalisierbare Themen wie Migration, Kriminalität oder „politische Korrektheit“, und insbesondere die negativ zugespitzte Berichterstattung über Migration kann radikale, teils feindselige Verhaltensweisen mobilisieren (Veri & Maier, 2025). Die meinungsbasierte Berichterstattung politischer Alternativmedien ist oft darauf ausgelegt, stark affektive Reaktionen auszulösen (Humprecht et al., 2024). Die emotionale Aufladung der Nachrichten kann das schnelle, emotionale Denken aktivieren, was die Präferenz für feindselige Aktionen wie Gewalt beeinflusst (Veri & Maier, 2025). Auf Makroebene können politische Alternativmedien – insbesondere dann, wenn sie von konservativen Eliten unterstützt werden – durchaus den öffentlichen Diskurs mitgestalten, radikale/extreme Themen und Narrative in die Öffentlichkeit tragen und so zum Mainstreaming radikaler und extremistischer Ansichten beitragen (Rothut et al., 2024).

Zur Messung

Die politische Alternativmediennutzung wurde auf Basis der Nutzungshäufigkeit konkreter Marken (fünfstufige Likert-Skala von 1 = „nie“ bis 5 = „sehr häufig“) erhoben. Um die Konsistenz der Zeitreihe zu gewährleisten, berücksichtigen die nachfolgenden Analysen insgesamt acht Marken, die den Kategorien *rechtsaußen* (Compact, Junge Freiheit, Tichys Einblick), *linksaußen* (Junge Welt, Jungle World) und *islamisch* (IslamiQ, Islamische Zeitung, Al Jazeera) zugeordnet wurden. Während die Verortung der Medien in den Kategorien *linksaußen* und *rechtsaußen* in zahlreichen wissenschaftlichen Publikationen belegt ist (zum Beispiel Kristensen et al., 2023; Puschmann et al., 2024), ist die Kategorie „islamisch“ streitbar und weniger eindeutig. Obwohl in Teilen von Quellen gestützt (Göpfarth & Özyürek, 2021; Guta, 2019; Figenschou, 2011), kann *Al Jazeera* als international agierendes, professionelles Medienunternehmen heute weniger eindeutig als Alternativmedium eingestuft werden als noch vor zehn Jahren. Alle Medien bieten aus dem Referenzsystem der deutschen Medienlandschaft argumentierend Inhalte und Sichtweisen, die kaum bis gar nicht in den traditionellen Nachrichtenmedien präsent sind. Aufgrund der Komplexität der Verortung und Platzmangel in der Befragung wurde die Messung dieser Kategorie in 2024 eingestellt, weswegen die Zeitreihe hier nur die Jahre 2021 bis 2023 berücksichtigt. Zudem konnte in 2024 die Nutzung von *Jungle World* nicht erhoben werden.

Wie verbreitet sind politische Alternativmedien und verändert sich dies im Zeitverlauf?

Aufgrund der Vielzahl und Heterogenität politischer Alternativmedien ist es kaum möglich, die Reichweiten und Nutzungszahlen exakt zu bestimmen. Für die *Junge Freiheit*, die wöchentlich im Printformat erscheint, zeigt die offizielle Reichweitenmessung der IVW, dass die *Junge Freiheit* aktuell mit 22.000 verkauften Exemplaren auf Platz 7 der Wochen- und Sonntagszeitungen liegt (Schröder, 2025). Die *Junge Welt* (2024), die werktäglich erscheint, berichtet von im Schnitt 24.000 Verkäufen pro Ausgabe. Printformate politischer Alternativmedien sind jedoch die Ausnahme. Der Großteil politischer Alternativmedien wird vorwiegend online veröffentlicht und häufig über Soziale Medien rezipiert, wozu jedoch keine exakten öffentlich zugänglichen Daten vorliegen. Befragungsstudien können

zumindest Annäherungen an die Nutzung liefern. Klawier (2024) vergleicht 27 Studien, die politische Alternativmediennutzung in Deutschland untersucht haben, und schlussfolgert, dass zwischen 7 % und 17 % der Deutschen zumindest gelegentlich Kontakt zu politischen Alternativmedien haben, während der Anteil der wöchentlichen Nutzer:innen mit 2 % bis 4 % deutlich geringer ausfällt. Diese Zahlen variieren in Abhängigkeit aktueller Themen und Events, eine generelle Zunahme der Leserschaft im Zeitverlauf zeigen die Studien jedoch nicht.

Unsere **Analysen auf Aggregatsebene** zeigen, dass im Zeitraum von 2021 bis 2025 durchschnittlich 6.2 % der Befragten mindestens gelegentlich politische Alternativmedien nutzen. Rund 1.9 % der Befragten beschäftigen sich häufig oder sehr häufig mit den Inhalten dieser Medien. Unter denjenigen, die überhaupt Alternativmedien nutzten, entsprach dies einem Anteil von durchschnittlich 31 % intensiver Nutzer:innen. Über den Zeitverlauf zeigt sich ein leichter Rückgang der Nutzung von 7.7 % im Jahr 2021 auf 4.1 % im Jahr 2025, die aber vor allem durch den Wegfall der Erhebung der Medien, die der Kategorie islamisch zugeordnet werden ab 2024, zu erklären ist. Die nachfolgende Betrachtung der Gruppenunterschiede verdeutlicht dies. Der Anteil der Intensivnutzer:innen stieg von rund 32 % (2021) auf über 40 % (2025), was darauf hindeuten könnte, dass sich die Nutzung alternativer politischer Informationsquellen zunehmend auf eine kleinere, aber engagiertere Gruppe konzentriert. Im Folgenden werden in Abbildung 1 detaillierte Nutzungstrends getrennt nach Phänomenbereich aufgeschlüsselt. Da zudem die Medien der unterschiedlichen Phänomenbereiche auch überlappend genutzt werden, werden zusätzlich die Zahlen der Exklusivnutzung berichtet, also derjenigen, die jeweils ausschließlich Medien der Kategorien rechtsaußen, linksaußen oder islamisch nutzen.

Die fokussierte Betrachtung der Rechtsaußen-Alternativmediennutzung zeigte keinen Trend über die Jahre 2021 bis 2025 ($\beta = -0.01$, $SE = 0.02$, $z = -0.48$, $p = .63$). Bei Betrachtung des gesamten Zeitraums von 2021 bis 2025 wurden politische Rechtsaußen-Alternativmedien zwar nur von einem kleinen Teil der Bevölkerung genutzt (~3-4 %), die innerhalb der Gruppe der Alternativmediennutzer:innen jedoch klar dominieren. Unter den Personen, die überhaupt Alternativmedien nutzen, erreichte die Rechtsaußen-Nutzung Werte zwischen 50 % (2021) und über 94 % (2024). Die Analyse der Nutzung im Zeitverlauf zeigt, dass die ausschließliche

Rechtsaußen-Alternativmediennutzung weitgehend stabil bleibt (2021: 4 %; 2023: 3 %; 2025: 3 %; siehe Abbildung 1) und es zeigt sich entsprechend kein signifikanter linearer Trend ($\beta = 0.01$, $SE = 0.02$, $p = .55$).

Ein etwas anderes Bild zeigt sich für die *Exklusivnutzung*: Der Anteil derjenigen, die ausschließlich Rechtsaußen-Alternativmedien nutzen, ist in der Bevölkerung niedrig (2–3 %), macht aber einen großen Teil der Rechtsaußen-Nutzer:innen aus (2022: 84 %; 2025: 97 %) und steigt im Zeitverlauf minimal (siehe Abbildung 2).

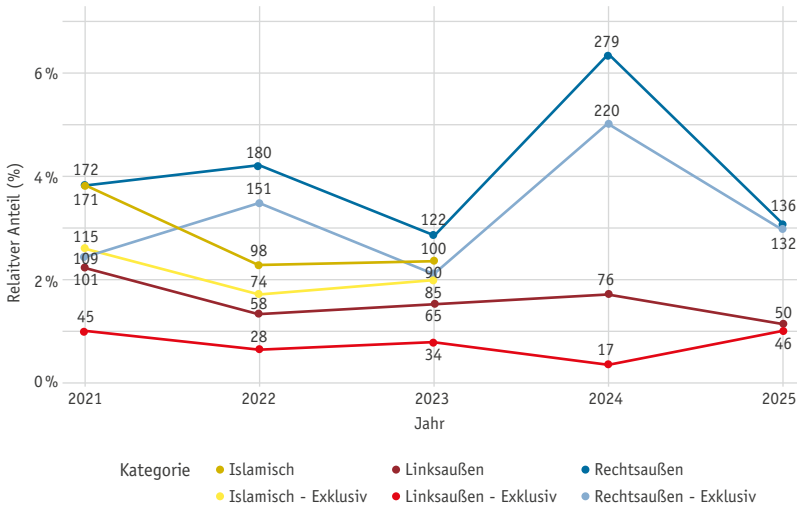


Abbildung 1: Relativer Anteil der Nutzer:innen von Alternativmedien nach Phänomenbereich an der Gesamtstichprobe

Anmerkung. Dargestellt sind die relativen Nutzungsanteile pro Welle und Phänomenbereich. Die Zahlen an den jeweiligen Punkten repräsentieren die gewichteten absoluten Nutzer:innenzahlen in der Stichprobe.

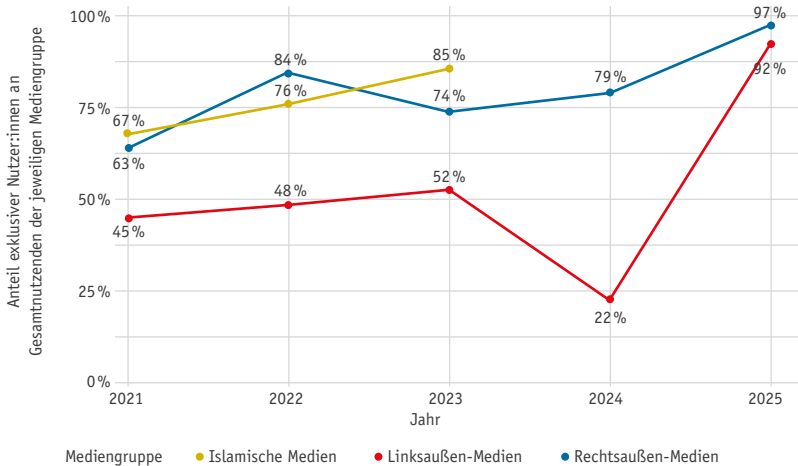


Abbildung 2: Anteil der exklusiven Alternativmediennutzung nach Phänomenbereich (2021–2025)

Anmerkung. Dargestellt ist der Anteil der Nutzer:innen je Kategorie, die ausschließlich diese eine ideologische Medienkategorie verwenden und keine anderen (= Exklusivnutzung). Der auffällige Ausreißerwert für Linksaußen-Medien in 2024 kann damit erklärt werden, dass in diesem Jahr nur ein Linksaußen-Medium erhoben werden konnte.

Linksaußen-Alternativmedien erreichen durchweg einen noch kleineren Teil der Bevölkerung als die untersuchten Rechtsaußen-Angebote. Der Anteil lag je nach Jahr zwischen 1 % und 2,3 % (2021: 2,25 %; 2025: 1,13 %; siehe Abbildung 1). Unter den Alternativmediennutzer:innen selbst bewegen sich die Nutzungsanteile der Linksaußen-Medien zwischen 20 % und 30 % (2021: 29 %; 2023: 26,6 %; 2025: 27,6 %; siehe Abbildung 1). Linksaußen-Alternativmedien sind also unter Alternativmediennutzer:innen durchaus relevant, aber weniger als zum Beispiel Rechtsaußen-Alternativmedien. Die Analyse der Nutzung im Zeitverlauf zeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, Linksaußen-Alternativmedien zu nutzen, über die Zeit signifikant sinkt ($\beta = -0.121$, $SE = 0.038$, $z = -3.17$, $p = .0015$), was aber auch eine Folge der inkonsistenten Messung sein kann.

Und auch für die *Exklusivnutzung* zeigt sich: Nur sehr wenige Befragte gaben an, ausschließlich Linksaußen-Alternativmedien zu nutzen (meist unter 1 % der Bevölkerung; 2021: 1,0 %; 2022: 0,7 %; 2025: 1,0 %; siehe Abbildung 1). In der Gruppe der Linksaußen-Mediennutzer:innen lag der Anteil der

Exklusivnutzer:innen je nach Jahr zwischen 45 % (2021) und 92 % (2025) (siehe Abbildung 2), wobei die Werte insgesamt so niedrig sind, dass diese Ergebnisse nicht überschätzt werden sollten. Je nach Erhebungsjahr zeigt sich demnach, dass ein relevanter Anteil der Gruppe der Linksaußen-Nutzer:innen auch politische Alternativmedien der anderen Gruppen nutzt. Bemerkenswert sind die Ergebnisse der Exklusivnutzung für 2025: Es gibt beinahe keinerlei ideologische Überlappung in der erhobenen Medien-nutzung und die Nutzungsgruppen teilen sich nahezu vollständig auf rechtsaußen (97 %) und linksaußen (92 %) auf.

Die Alternativmedien in der Kategorie islamisch wurden in den Jahren 2021 bis 2023 von etwa 2 bis 4 % der Bevölkerung genutzt (2021: 3.8 %; 2022: 2.3 %; 2023: 2.4 %; siehe Abbildung 1). Damit lagen sie zu Beginn beinahe auf dem Niveau der Rechtsaußen-Medien. In Bezug auf alle Alternativmedien-nutzer:innen war der Anteil recht hoch (2021: 49.5 %; 2023: 40.6 %), das heißt, dass viele Alternativmediennutzer:innen angaben, auch Medien aus der Gruppe islamisch zu nutzen. Dies ist vor allem auf die Nutzung von *Al Jazeera* zurückzuführen. Trotzdem waren Rechtsaußen-Medien für den kompletten Erhebungszeitraum durchweg dominant. Ähnlich wie bei den Linksaußen-Alternativmedien, zeigt die Analyse der Nutzung im Zeitverlauf, dass die Wahrscheinlichkeit, Medien der Kategorie islamisch zu nutzen, signifikant sinkt ($\beta = -0.273$, $SE = 0.066$, $z = -4.15$, $p < .001$). Auch bei den islamischen Angeboten gab es eine relativ hohe Exklusivnutzung (2021: 67 %; 2022: 75 %; 2023: 85 %), die im Zeitverlauf stark zunahm (siehe Abbildung 2).

Insgesamt zeigt sich für den Zeitraum 2021 bis 2025, dass die Alternativmediennutzung weitgehend stabil bleibt (für rechtsaußen) oder leicht abnimmt (linksaußen & islamisch). Aufgrund natürlicher Schwankungen, die sich aus aktuellen Themen ergeben können (Klawier, 2024) und auch mit Blick auf die kleinen Fallzahlen sollten diese Ergebnisse jedoch nicht überinterpretiert werden.

Bemerkenswert hingegen ist, dass der Anteil an Exklusivnutzer:innen – also die Anzahl an Personen, die ausschließlich Medien einer Kategorie nutzen – über alle Kategorien hinweg gestiegen ist (siehe Abbildung 2). Es zeigt sich also, dass die ideologischen Trennlinien bei der politischen Alternativmediennutzung im Zeitverlauf erstarken. Eine aktuelle Analyse

aus 2025 zeigt ähnlich, dass die Alternativmedien *Compact* und *Junge Freiheit* mit Abstand am häufigsten isoliert – das heißt als einziges politisches Alternativmedium – genutzt werden (Buehling et al., 2026). Um dieses Ergebnis weiter zu vertiefen, soll im nächsten Schritt der Zusammenhang zu radikalen und extremistischen Einstellungen untersucht werden.

Besteht ein Zusammenhang zwischen politischer Alternativmediennutzung und Rechts- beziehungsweise Islamismusaaffinität sowie Demokratiedistanz?

Auch wenn die ideologische Verortung vieler politischer Alternativmedien auf Basis der Inhalte oft eindeutig möglich ist (zum Beispiel Buehling et al., 2026), zeigt sich die ideologische Verortung von deutschen Alternativmediennutzer:innen in Befragungsstudien oft weniger eindeutig (zum Beispiel Müller & Schulz, 2021; Schulze, 2020). Ein möglicher Erklärungsansatz hierfür ist, dass diese Studien lediglich ein einzelnes Item zur Ideologiemessung verwenden (Selbstverortung auf einer mehrstufigen Skala von rechts bis links), das es nicht schafft, die Komplexität der Einstellungen abzubilden, und/oder auf Basis sozialer Erwünschtheit die Randbereiche nicht korrekt erfassen kann. Innerhalb der MiD-Befragung werden radikale und extremistische Einstellungen auf Basis multidimensionaler Konstrukte, die zahlreiche Items enthalten, gemessen. Ähnlich wie in der Betrachtung Sozialer Medien in diesem Kapitel und dem letztjährigen Monitor-Beitrag (Hohner et al., 2025), soll daher der Zusammenhang zwischen politischer Alternativmediennutzung und extremismusaaffinen Einstellungen untersucht werden.

Bei Personen mit Rechtsaffinität liegt über die fünf Jahre hinweg der Nutzungsanteil an Rechtsaußen-Alternativmedien bei 43.9 %, die sich aufteilen in 39.8 % Personen, die offen sind für Rechtsextremismus, und 4.8 % mit geschlossen rechtsextremem Weltbild. Im Vergleich zu den anderen Gruppen ist der Anteil rechtsaffiner Personen in der Gruppe der Rechtsaußen-Alternativmediennutzer:innen durchgehend am höchsten und stieg im Untersuchungszeitraum deutlich an (2021: 36.7 %; 2023: 43.6 %; 2025: 50.2 %). Trendanalysen zeigen, dass die Zunahme der Rechtsaffinität primär auf eine Zunahme rechtsoffener, nicht rechtsextremer Einstellungen zurückzuführen ist. Für die Gruppe der Exklusivnutzer:innen zeigt sich über die Jahre eine deutliche Zunahme an rechtsoffenen Einstellungen (2021: 32.5 %; 2023: 44.7 %; 2025: 51.3 %), während der Anteil an

Nutzer:innen mit einem geschlossen rechtsextremen Weltbild tendenziell abnimmt (2021: 1.5 %; 2023: 0.2 %; 2025: 0.3 %). **Der Anteil an Personen mit demokratiedistanten Einstellungen** ist zwar wesentlich niedriger (12.8 %), stieg jedoch auch deutlich an (2021: 5.2 %; 2023: 9.1 %; 2025: 17.9 %). Noch deutlicher werden diese Dynamiken für Personen, die ausschließlich Rechtsaußen-Alternativmedien nutzen. Sowohl der Anteil rechtoffener Einstellungen (2021: 33.9 %; 2023: 44.8 %; 2025: 51.6 %) als auch der Anteil an Demokratiedistanz (2021: 5.9 %; 2023: 6.5 %; 2025: 18.4 %) sind meistens minimal höher.

Bei den Nutzer:innen politischer Linksaußen-Alternativmedien fällt das Bild differenzierter aus. Über den gesamten Untersuchungszeitraum zeigen durchschnittlich 15.3 % der Linksaußen-Alternativmediennutzer:innen **demokratiedistante Einstellungen**. Der Wert liegt also etwas über dem der Rechtsaußen-Alternativmediennutzer:innen, schwankt aber im Zeitverlauf stärker, ohne dabei eindeutig zuzunehmen (2021: 6.3 %; 2022: 24.8 %; 2023: 10.7 %; 2025: 8.9 %). Auffällig ist der temporäre Anstieg der Demokratiedistanz (24.8 %) in 2022, der in den Folgejahren wieder abflacht. Wie schon in der Gruppe der Rechtsaußen-Alternativmediennutzer:innen zeigt sich auch in der Gruppe, die ausschließlich Linksaußen-Medien nutzt, ein ausgeprägter Anteil an Personen mit demokratiedistanten Einstellungen, wobei die Werte im Zeitverlauf weitgehend stabil bleiben, mit Ausnahme in 2022 (2021: 9.8 %; 2022: 36.7 %; 2023: 9.9 %; 2025: 9.6 %).

Der Anteil an Personen mit Islamismusaffinität, die die Medien der Gruppe islamisch nutzen, liegt insgesamt durchschnittlich bei 19.6 %. Im Zeitverlauf zeigt sich ein schwacher Anstieg im Anteil der Personen mit islamismus-offenen Einstellungen (2021: 10.5 %; 2022: 13 %; 2023: 14.5 %) während der Anteil an islamismus-extremen Einstellungen deutlich zunimmt (2021: 3.7 %; 2022: 5.5 %; 2023: 11.3 %). **Der Anteil demokratiedistanter Mediennutzer:innen** liegt in 2021 und 2022 stabil bei 8 %, steigt jedoch ebenfalls im Jahr 2023 deutlich an (2021: 8.1 %; 2022: 8.3 %; 2023: 22.4 %). Für Exklusivnutzer:innen islamischer Alternativmedien zeigen sich ähnliche, teils noch ausgeprägtere Dynamiken. Die durchschnittliche Anteil an Personen mit islamismusaffinen Einstellung liegt hier bei 20.6 %, also etwas höher. Dies zeigt sich über alle Jahre und wir beobachten einen stärkere Zunahme an Personen mit islamismusaffinen Einstellungen (2021: 16.8 %; 2022: 19.7 %; 2023: 25.2 %). Der Anteil an Demokratiedistanz beträgt

im Durchschnitt 12.5 %, wobei auch hier ein Anstieg von 2021 auf 2023 festzustellen ist (2021: 10.4 %; 2022: 6.8 %; 2023: 20.2 %). Insgesamt zeigt sich bei den exklusiven Nutzer:innen islamischer Alternativmedien ein ähnliches, aber etwas stärker ausgeprägtes Muster zunehmender Islamismusaffinität und demokratischer Distanz.

Bei Personen, die sowohl Rechtsaußen- als auch Linksaußen-Alternativmedien nutzen, zeigt sich über die Jahre hinweg ein gemischtes Bild. Der Anteil demokratiedistanter Einstellung liegt im Durchschnitt bei 12.9 % und damit weder deutlich höher noch niedriger als in den anderen Gruppen. Zudem schwanken die Werte stark im Zeitverlauf (2021: 4.3 %; 2022: 16.6 %; 2023: 11.4 %; 2024: 30.8 %; 2025: 1.3 %). Der Anteil rechtsaffiner Personen beträgt im Mittel 40.5 % und ist damit nur minimal niedriger als der Anteil in der Gruppe der Rechtsaußen-Alternativmediennutzer:innen. Auch hier schwanken die Werte im Verlauf deutlich (2021: 50.8 %; 2022: 44.9 %; 2023: 38.1 %; 2024: 61.5 %; 2025: 7.3 %). Die Werte deuten darauf hin, dass diese Gruppe wesentlich volatiler ist.

Zwischenfazit

Politische Alternativmedien dürfen in ihrer Bedeutung im Kontext politischer Radikalisierung nicht unterschätzt werden, auch wenn deutlich wird, dass sie nur von einem relativ kleinen Teil der Bevölkerung genutzt werden. Über den Zeitraum 2021 bis 2025 bleibt die Alternativmedien-nutzung weitgehend stabil. Jedoch verfestigen sich scheinbar gleichzeitig die ideologischen Grenzen innerhalb der Nutzerschaft: Der Anteil an Personen, die ausschließlich Angebote eines bestimmten Spektrums nutzen, nimmt über die Jahre hinweg zu. Dies deutet darauf hin, dass sich die Nutzung zunehmend ideologisch segmentiert und sich innerhalb dieser Segmente relativ geschlossene Nutzungsmuster herausbilden. Besonders deutlich zeigt sich dies für Rechtsaußen-Alternativmedien: Innerhalb der hier untersuchten Gesamtheit der Alternativmediennutzer:innen dominieren sie klar und werden überwiegend ohne inhaltliche Ergänzung aus anderen Phänomenbereichen genutzt. Damit strukturieren Rechtsaußen-Alternativmedien die alternativen Informationsräume in Deutschland recht stark, auch wenn ihre absolute Reichweite begrenzt bleibt (siehe Abbildung 1).

Für die anderen untersuchten Spektren zeigt sich ein komplexeres Bild: Linksaußen-Angebote erreichen ebenfalls nur eine kleine Gruppe und weisen teils deutliche jährliche Schwankungen auf, während islamisch verortete Medien – bis 2023 – einen vergleichsweise hohen Anteil unter den Alternativmediennutzer:innen hatten, ihre Nutzung jedoch insgesamt im Untersuchungszeitraum zurückgeht. Auffällig ist, dass in einzelnen Jahren politisch heterogene Nutzer:innengruppen entstehen, die sowohl rechtsaußen als auch linksaußen orientierte Medien nutzen und deren Einstellungsprofile hohe Volatilität aufweisen. Dies kann darauf hindeuten, dass jenseits der klar segmentierten Räume neue, weniger eindeutig verortbare Öffentlichkeiten entstehen, in denen vor allem Skepsis gegenüber politischen Institutionen eine verbindende Rolle spielt.

Insgesamt war die Alternativmediennutzung im Zeitraum 2021 bis 2025, trotz gesellschaftlicher Krisen und dynamischer Medienumgebungen, weitgehend stabil beziehungsweise je nach Phänomenbereich sogar leicht rückläufig und hat sich nur minimal und langsam verändert (vgl. Klawier, 2024). Die beobachteten Veränderungen vollziehen sich weniger in der Breite der Bevölkerung als vielmehr in der Tiefe einzelner, zunehmend abgeschotteter Gruppen. Die wachsende Exklusivnutzung innerhalb der Phänomenbereiche zeigt, dass sich alternative Nachrichtenökologien weiter ausdifferenzieren und Politisierungstendenzen eher zu einer intensiveren Nutzung im jeweiligen ideologischen Lager führen als zu einer Ausweitung der Gesamtverbreitung. Politische Alternativmedien bleiben damit wichtige, wenn auch zahlenmäßig begrenzte, Akteur:innen in radikalierungsanfälligen Informationsökosystemen.

Wandel im Digitalen II: Soziale Mediennutzung und extremismusaffine Einstellungen

Während politische Alternativmedien primär als inhaltliche Impulsgeber fungieren, bilden Soziale Medienplattformen die infrastrukturelle Basis, auf der sich extremistische Kommunikation entfaltet und verbreitet. Diese Plattformen sind jedoch keine neutralen Kanäle; sie strukturieren durch ihre technischen Merkmale und Affordanzen – also die Möglichkeiten, die

eine Plattform ihren Nutzer:innen bietet – maßgeblich (Schulze et al., 2024), wie politische Inhalte rezipiert und wie Vergemeinschaftungsprozesse ablaufen. Bisherige Forschungsbefunde verdeutlichen bereits, dass unterschiedliche Plattformlogiken – etwa die geschlossenen Gruppenstrukturen auf Messengern oder die Reichweitenlogik öffentlicher Feeds – jeweils spezifische Gelegenheitsstrukturen für Radikalisierung bieten. Doch diese digitalen Umgebungen sind hochgradig volatil. Insbesondere in den letzten zwei Jahren haben fundamentale Verschiebungen in den Plattformarchitekturen stattgefunden, die eine neue Dynamik erzeugen und die Rahmenbedingungen für extremistische Mobilisierung grundlegend verändern.

Beispielhaft ist die zunehmende „TikTokisierung“ der Aufmerksamkeitsökonomie, die algorithmisch kuratierte Kurzvideoformate als zentrales Informationsvehikel etabliert hat und zu Anpassungen bei Plattformen wie YouTube („Shorts“) und Instagram („Reels“) geführt hat (Malik et al., 2025). Diese Verschiebung hin zum algorithmusgesteuerten Endlosscrollen verändert die Rezeption politischer Inhalte: Inhalte verbreiten sich primär durch affektive Resonanz, nicht durch soziale Beziehungen (Schellwald, 2023). Diese Aufmerksamkeitsökonomie ist emotional geladen, häufig bewusst kontrovers und vereinfachend und weniger dadurch geprägt, welche Inhalte mein persönliches Netzwerk auf der Plattform konsumiert. Häufig gilt das Konzept: Quantität statt Qualität. Extremistische Akteur:innen passen ihre Strategien dieser hochfrequenten, visuellen Logik an. Ihr Kommunikationsstil aus emotionaler oder moralischer Ansprache und einer Schwarz-Weiß-Dichotomisierung der Welt wird durch die neue algorithmisierte Struktur sogar strukturell übervorteilt (Hohner et al., 2024).

Parallel zu diesem formatbasierten Wandel vollzogen sich signifikante Brüche in der Governance-Struktur zentraler Plattformen. Nach der Übernahme von Twitter durch Elon Musk und der Umbenennung in X kam es zu einer umfassenden Deregulierung der Inhaltsmoderation. Die Entlassung von Trust-and-Safety-Teams, die Reaktivierung gesperrter Accounts sowie die algorithmische Bevorzugung bezahlter Inhalte haben die Plattform für Desinformation und Hassrede durchlässiger gemacht (Hickey et al., 2025). Gleichzeitig kündigte der Meta-Konzern (Facebook, Instagram) zum einen eine Reduktion politischer Nachrichteninhalte in den Feeds der Nutzer:innen an, zum anderen Maßnahmen zur „Liberalisierung“ – gemeint ist hier eine Reduzierung der Inhaltsmoderation (Meta, 2025a, 2025b).

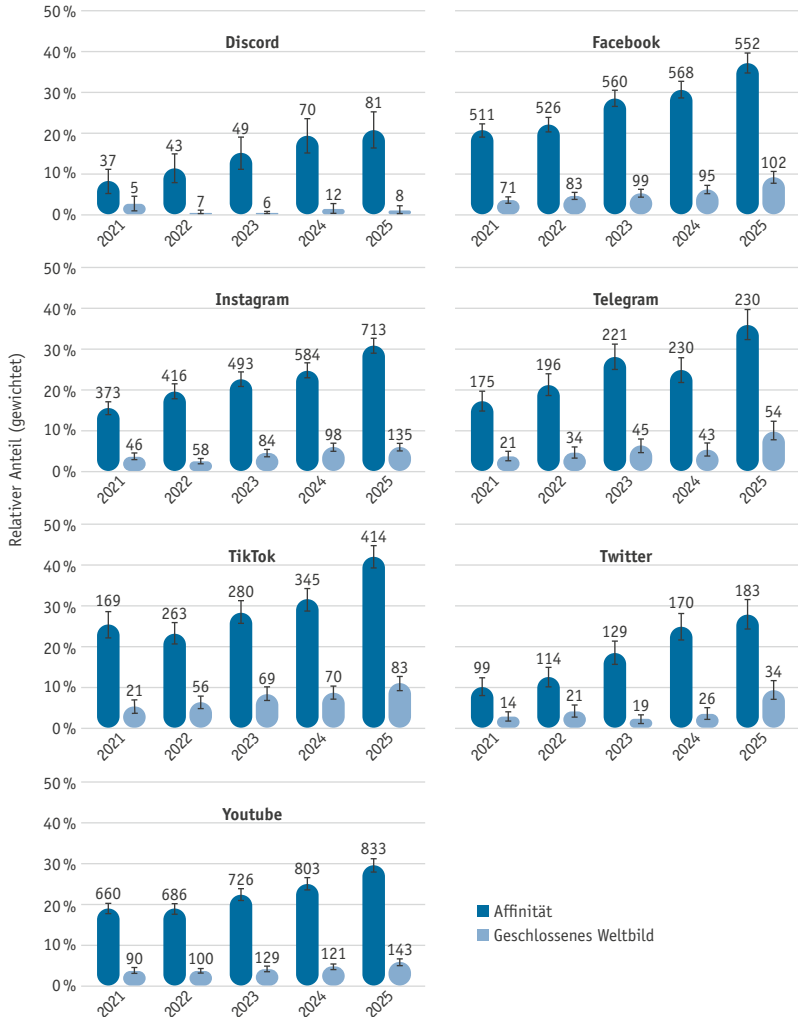
Vor diesem Hintergrund widmet sich dieser Teil der dynamischen Entwicklung dieser Nutzungsmuster unter Einbezug der neuesten Erhebungswelle der MiD-Befragung für das Jahr 2024 und 2025. Bereits letztes Jahr konnten wir feststellen, dass die Relevanz von TikTok für radikale Akteur:innen enorm ansteigt und bestehende Plattformen wie vor allem Telegram und Facebook zunehmend ergänzt werden (Hohner et al., 2025). Ein erstes Ziel ist die Beantwortung der Frage: Wie haben sich die in den Vorjahren identifizierten Mediennutzungs-Trends fortgesetzt, verstärkt oder möglicherweise verschoben und lassen sich auch hier Segmentierungs- beziehungsweise Verdichtungsprozesse feststellen?

Im Zentrum der Analyse steht die Nutzungshäufigkeit spezifischer Sozialer Medien, die mittels einer fünfstufigen Skala (von 1 = „nie“ bis 5 = „sehr häufig“) gemessen wurde. Dieser Beitrag konzentriert sich auf jene Plattformen, die im gesamten Untersuchungszeitraum konsistent erhoben wurden und als die beliebtesten Sozialen Medien gelten (Newman et al., 2025): Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter/X, Telegram und Discord. Die Nutzung der Plattformen, ohne jeglichen ideologischen Bezugsrahmen, gestaltet sich 2025 wie folgt: Den höchsten Anteil Nutzer:innen hat YouTube (n = 2 590; 58.24 %), gefolgt von Instagram (n = 1 933; 43.46 %), Facebook (n = 1 576; 35.51 %), TikTok (n = 852; 35.51 %), Telegram (n = 493; 11.08 %), Twitter (n = 373; 8.40 %) und Discord (n = 342; 7.70 %).

Welche Veränderungen zeichnen sich im Zusammenhang Sozialer Medien und extremismusaffiner Einstellungen bis 2025 ab?

Um Veränderungen in der Mediennutzung von Personen mit extremistischen Affinitäten empirisch nachzuvollziehen, nutzen wir eine kontinuierliche quantitative Bestandsaufnahme. Dabei fungieren sowohl die absolute Zahl der Nutzer:innen mit entsprechenden Einstellungen als auch ihr relativer Anteil an der Gesamtnutzerschaft einer Plattform (in unserer Stichprobe) als entscheidende Indikatoren für die potenzielle Reichweite und Resonanz extremistischer Inhalte. Abbildung 3 visualisiert diese Entwicklung im Längsschnitt, differenziert nach den Phänomenbereichen *Rechts* (obere Abbildung) und *Islamismus* (untere Abbildung). Die y-Achse bildet den gewichteten relativen Anteil ab, den die jeweilige Gruppe innerhalb der Gesamtnutzerschaft der Plattform einnimmt.

Phänomenbereich Rechts



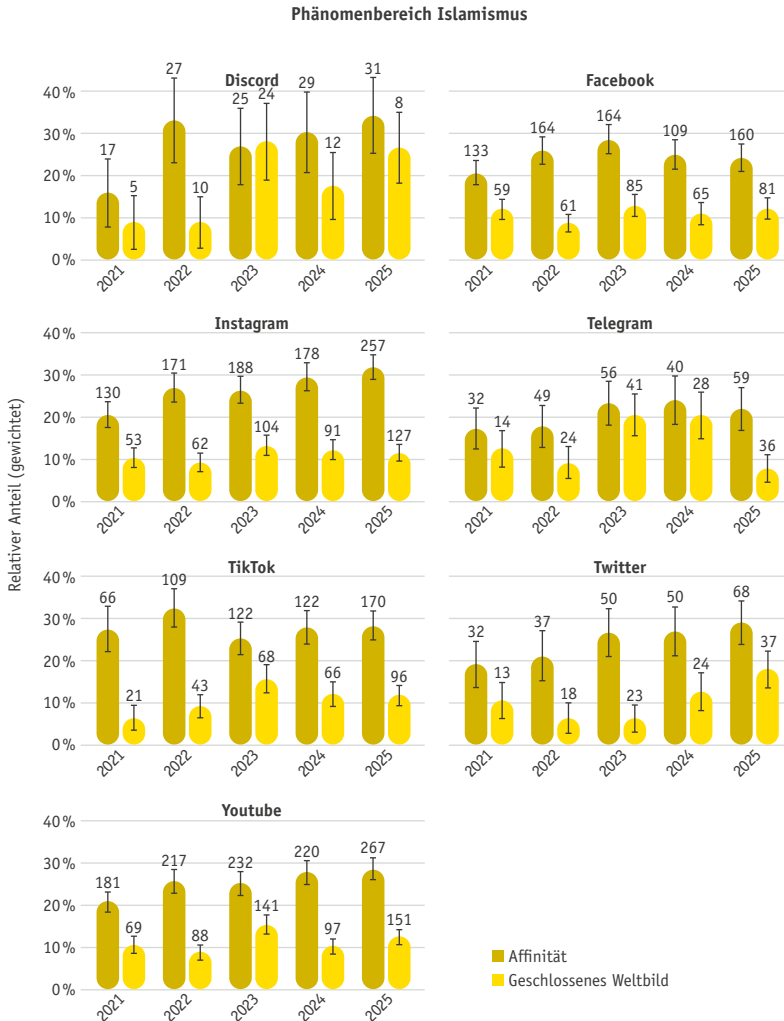


Abbildung 3: Relativer Anteil rechts- beziehungsweise islamismusaaffiner und geschlossen extremistischer Nutzer:innen nach Plattform

Anmerkung: Die schwarzen Balkenlinien stellen das 95%-Konfidenzintervall dar. Über den jeweiligen Balken sind die absoluten Zahlen der Nutzer:innen (größer oder gleich der Nutzungshäufigkeit 2 „selten“) pro Plattform und Kategorie dargestellt. Rechts- beziehungsweise Islamismusaaffinität wurden codiert, sofern die Person im Wertebereich 2.0 bis 2.8 auf einer Vier-Punkt-Skala lag. Personen oberhalb des Wertes 2.8 wurden als geschlossen extremistisch codiert (siehe Farren et al., 2025).

Für die Kategorie der rechtsaffinen Nutzer:innen lässt sich plattformübergreifend ein kontinuierlicher Anstieg der relativen Anteile an der Gesamtnutzerschaft konstatieren. Der mittlere relative Anteil über alle untersuchten Plattformen hinweg verdoppelte sich nahezu von 16.46 % im Jahr 2021 auf 31.95 % im Jahr 2025. Im gesamten Untersuchungszeitraum weisen dabei TikTok, Telegram und Facebook die höchsten relativen Anteile auf; im Jahr 2025 überschreiten alle drei die 35 %-Marke (Telegram: 35.6 %; Facebook: 37.1 %; TikTok: 42.0 %). Besonders TikTok (+10.6 Prozentpunkte) und Telegram (+10.8 Prozentpunkte) verzeichneten im aktuellen Erhebungsjahr nochmals deutliche Anstiege im rechtsaffinen Spektrum (vergleiche Beitrag der Universität Hamburg zur generellen Entwicklung von Extremismusaffinität in der Bevölkerung). Eine Sonderrolle nimmt die Plattform Twitter/X ein: Nach einer bis 2023 unauffälligen Entwicklung ist seitdem ein drastischer Anstieg des relativen Anteils rechtsaffiner Nutzer:innen zu beobachten – von 18.4 % (2023) auf 27.9 % (2025). Betrachtet man die absoluten Fallzahlen, dominieren aufgrund ihrer hohen Gesamtreichweite weiterhin YouTube (n = 833), Instagram (n = 713) und Facebook (n = 552), wobei TikTok (n = 414) auch hier einen starken Zuwachs (2024: 345; 2023: 280) verzeichnet.

Für die Kategorie des geschlossenen rechtsextremen Weltbilds fällt der Anstieg über die Erhebungswellen hinweg moderater aus, ist jedoch ebenfalls deutlich erkennbar (Mittelwert geschlossen rechtsextremer soziale Mediennutzer:innen 2021: 3.50 % versus 2025: 7.31 %). Auf Plattformebene zeigen sich konstante Wachstumstrends, insbesondere bei TikTok (Anstieg von 5.2 % auf 10.9 %) und Facebook (von 3.4 % auf 9.0 %). Auch auf YouTube (von 3.3 % auf 5.4 %) und Twitter/X (von 2.1 % auf 9.2 % seit 2023) sind Aufwärtstrends in der Nutzung dieser Plattformen und dem Vorhandensein rechtsextremer Einstellungen zu verzeichnen. Die geringsten relativen Anteile an Nutzer:innen mit geschlossenem rechtsextremen Weltbild finden sich auf YouTube, Instagram und Discord. Ein Blick auf die absoluten Fallzahlen offenbart jedoch ein konträres Bild: Bedingt durch ihre generelle Popularität, weisen YouTube (n = 143) und Instagram (n = 135) weiterhin die größte absolute Anzahl an Nutzer:innen mit geschlossenem rechtsextremen Weltbild auf, während Facebook (n = 102; 2024: 93) und TikTok (n = 83; 2024: 70) im Jahr 2025 zunehmend aufschließen.

Der Phänomenbereich Islamismus weist eine deutlich heterogenere Entwicklungsdynamik auf. Betrachtet man zunächst die Gruppe der Nutzer:innen mit islamismusaffinen Einstellungen, so lassen sich zwei unterschiedliche Muster beobachten: Während ein Teil der Plattformen kontinuierliche Zuwächse verzeichnet, ist das Bild bei anderen durch Volatilität ohne klaren Richtungstrend geprägt. Der mittlere relative Anteil islamismusaffiner Nutzer:innen über alle Plattformen hinweg stieg dabei moderater an als im rechten Phänomenbereich (von 20.35 % auf 28.30 %). Den stärksten Zuwachs verzeichnete Discord (+18.2 Prozentpunkte), das im Jahr 2025 mit 34 % zugleich den höchsten relativen Anteil islamismusaffiner Nutzer:innen aufweist. Es folgen Instagram (+11.4 Prozentpunkte auf 32 %) und Twitter/X (+9.9 Prozentpunkte auf 29.1 %). Demgegenüber zeigen Facebook und Telegram im Zeitverlauf einen leicht rückläufigen Trend, während die Anteile auf TikTok (28.4 %) und YouTube (28.4 %) vergleichsweise stabil blieben. Ein Blick auf die absoluten Fallzahlen relativiert die Dominanz von Discord (n = 31); stattdessen zeigen insbesondere bild- beziehungsweise videolastige Plattformen wie Instagram (n = 267), YouTube (n = 267) und TikTok (n = 170) aufgrund ihrer Reichweite eine quantitativ hoch relevante Basis islamismusaffiner Nutzer:innen.

Ein ähnlich uneindeutiges Bild zeigt sich für den relativen Anteil von Nutzer:innen mit einem geschlossenen islamistischen Weltbild. Auch hier verzeichnet Discord im Zeitverlauf den stärksten Anstieg (+17.6 Prozentpunkte) und weist 2025 mit 26.5 % den höchsten relativen Anteil islamistischer Nutzer:innen auf. Während die meisten Plattformen keine eindeutigen linearen Trends erkennen lassen, bilden Twitter/X und Telegram signifikante Ausnahmen: Twitter/X verzeichnet seit 2023 einen deutlichen Aufwärtstrend und stellt mit 18.1 % den zweithöchsten Anteil im Plattformvergleich. Telegram hingegen, das während der Pandemie seinen Höchstwert erreichte, fällt bis 2025 rapide ab und weist mit 8.0 % nun den geringsten Anteil an Nutzer:innen mit geschlossenem islamistischen Weltbild auf. In absoluten Zahlen dominieren auch hier Instagram (n = 127), YouTube (n = 151) und TikTok (n = 96), während Personen mit geschlossenem islamistischen Weltbild auf Discord in absoluter Hinsicht am seltensten in der Stichprobe vertreten sind.

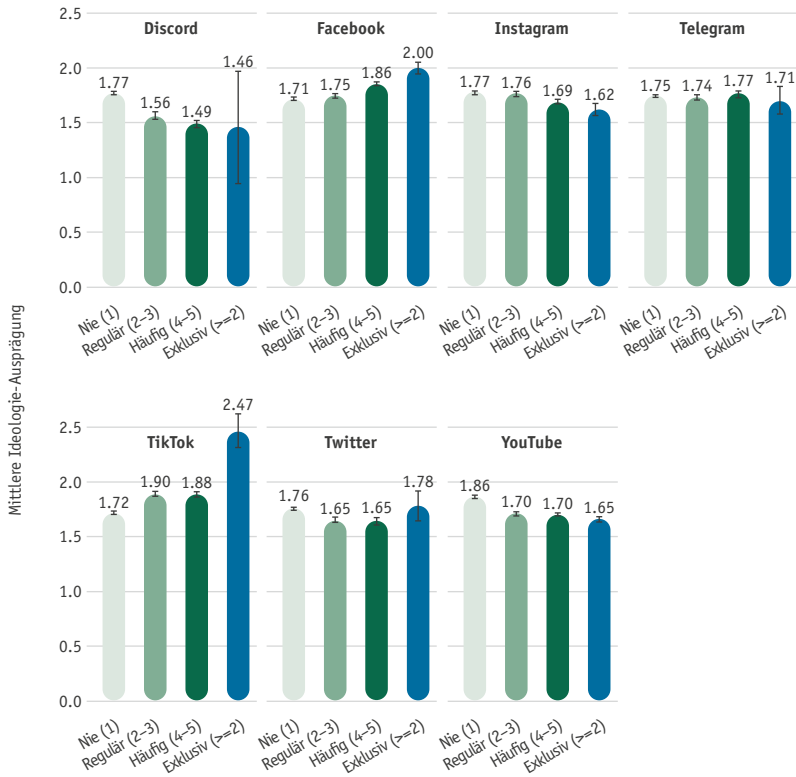
Zusammenhang von Nutzungsintensität, Exklusivität und radikalen Einstellungen?

Die Betrachtung relativer Anteile liefert nur ein unvollständiges Bild der Mediennutzung und dem Zusammenhang mit radikalen Einstellungen, da sie keine Rückschlüsse auf die tatsächliche Nutzungsintensität zulässt. Eine Plattform kann zwar regelmäßig genutzt werden, im gesamten Medienrepertoire einer Person jedoch nur eine periphere Funktion einnehmen. Umgekehrt stellt sich die Frage, ob eine intensivere Nutzung spezifischer Plattformen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit für extremere Einstellungen korreliert. Um dieses Bild zu vervollständigen, differenziert Abbildung 4 zwischen vier Stufen der Nutzungsintensität je Plattform und Phänomenbereich. Dargestellt sind die mittleren gewichteten Werte der zentralen Einstellungsskalen (Rechts- beziehungsweise Islamismusaffinität) für die Gruppen der Nicht-Nutzer:innen, Gelegenheitsnutzer:innen, regelmäßigen Nutzer:innen sowie für die Gruppe der *Exklusivnutzer:innen* – definiert als Personen, die ausschließlich die jeweilige Plattform nutzen und keine weitere².

Im Phänomenbereich Rechts zeigt sich, analog zu den Befunden aus Abbildung 1, dass eine intensivere Nutzung von Facebook und TikTok mit signifikant höheren Mittelwerten der Rechtsaffinität korrespondiert. Die Zustimmungswerte steigen über die Nutzungsgruppen hinweg linear an und erreichen ihr Maximum in der Gruppe der Exklusivnutzer:innen – also jenen Personen, die die jeweilige Plattform ohne Ergänzung durch andere Soziale Medien verwenden. Mit einem Mittelwert von 2.47 (auf einer Vier-Punkt-Skala) weisen exklusive TikTok-Nutzer:innen dabei die mit Abstand stärkste Ausprägung rechtsaffiner Einstellungen auf. Im Kontrast dazu lässt sich für Discord, Instagram und YouTube ein signifikant negativer Trend beobachten: Mit steigender Nutzungsintensität beziehungsweise bei Exklusivnutzung sinkt hier der mittlere Wert rechtsaffiner Einstellungen. Telegram und Twitter/X erweisen sich in dieser Betrachtung als unauffällig; hier lässt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Intensität der Nutzung und der Einstellungsausprägung nachweisen.

² Die Nutzung von WhatsApp wurde im Kontext der Exklusivnutzung ausgeschlossen, da nahezu jede befragte Person in den verschiedenen Wellen angab, die Plattform zumindest selten zu nutzen.

Phänomenbereich Rechts (2021–2025)



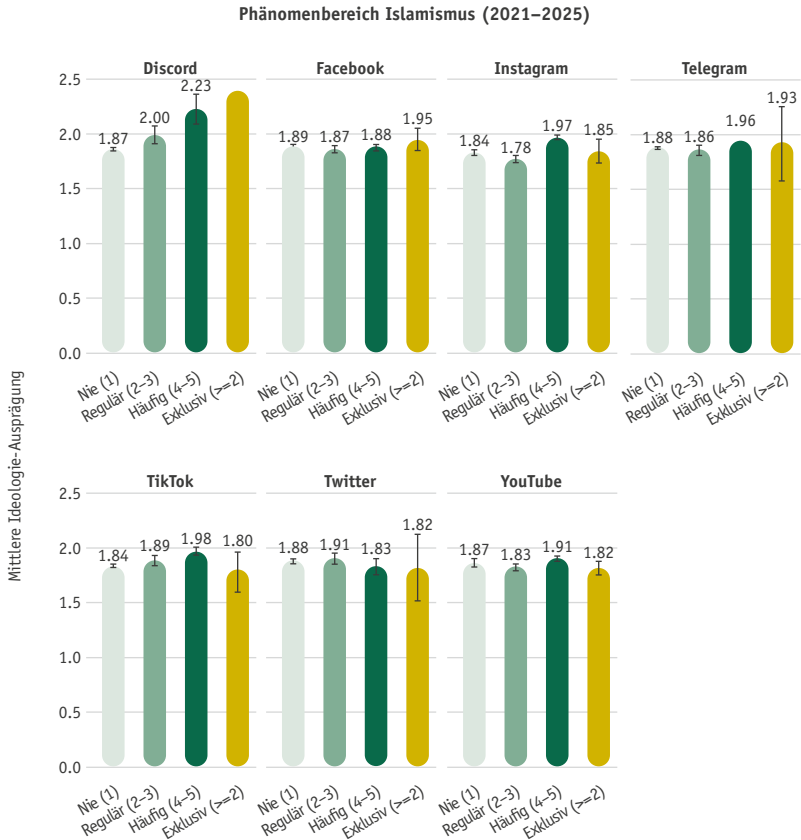


Abbildung 4: Mittlere rechts- beziehungsweise islamistische Einstellungen getrennt nach Nutzungsintensität einer Plattform. Exklusivnutzung: Benutzt nur diese Plattform und keine andere (außer WhatsApp)

Anmerkung: Die schwarzen Balkenlinien stellen das 95 %-Konfidenzintervall dar. Insgesamt gab es nur eine Person, die Discord als alleinige Plattform nutzte, weswegen für diese Gruppe kein Konfidenzintervall gebildet werden konnte. Zahlen oberhalb eines Balkens stellen den genauen Mittelwert der Nutzungsgruppe in der Stichprobe dar.

Im Phänomenbereich Islamismus zeichnet sich erneut ein diffuseres Bild ab. Einen konsistenten, signifikanten Aufwärtstrend über alle Intensitätsstufen hinweg weist lediglich Discord auf. Ähnliche Tendenzen sind bei TikTok erkennbar, wo eine regelmäßige sowie häufige Nutzung mit signifikant höheren Zustimmungswerten einhergeht; bemerkenswerterweise

unterscheidet sich die Gruppe der Exklusivnutzer:innen hier jedoch statistisch nicht signifikant von den Nicht-Nutzer:innen. Für Facebook, Telegram und Twitter lassen sich keine signifikanten Effekte feststellen; die Nutzungsintensität scheint hier keine Assoziation mit der Ausprägung islamistischer Einstellungen zu haben. Bei Instagram und YouTube zeigt sich lediglich in der Gruppe der Intensivnutzer:innen („häufig“) ein höherer Wert gegenüber den anderen Vergleichsgruppen. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass eine intensivere Nutzung primär bei Discord und TikTok – sowie mit Einschränkungen bei Instagram und YouTube – mit einer stärkeren Ausprägung islamismusaffiner Einstellungen assoziiert ist, während für die übrigen Plattformen kein gerichteter Trend erkennbar ist.

Zwischenfazit

Für das rechtsaffine Spektrum setzt sich ein Trend fort: Die relativen Anteile rechtsaffiner Nutzer:innen steigen plattformübergreifend entsprechend dem allgemeinen Zuwachs an Rechtsaffinität in der Bevölkerung (Siehe Monitor-Beitrag *Krisenwahrnehmungen, Vertrauensverluste und die Verbreitung extremismusaffiner sowie antisemitischer Einstellungen bei Menschen in Deutschland 2021 bis 2025* in diesem Buch). Jedoch lassen sich einige Entwicklungen feststellen, die überproportional zum generellen Anstieg von rechtsaffinen Einstellungen sind. Die zentrale Rolle nehmen dabei TikTok und Facebook ein, die konstant positiv mit rechten Einstellungen assoziiert sind und bei intensiver/exklusiver Nutzung die höchsten Zustimmungswerte aufweisen. Instagram und YouTube sind zwar aufgrund ihrer absoluten Reichweite relevant, zeigen jedoch keinen verstärkenden Effekt durch Nutzungsintensität; hier ist sogar ein gegenläufiger Trend (intensivere Nutzung → geringere Rechtsaffinität) zu beobachten.

Der Phänomenbereich Islamismus präsentiert sich weniger eindeutig und volatil. Lediglich Discord, Instagram und TikTok zeigen tendenziell steigende Anteile beziehungsweise Mittelwerte in Bezug auf Islamismusaffinität. Für andere Plattformen lassen sich keine klaren Assoziationen oder signifikanten Effekte einer Exklusivnutzung feststellen.

Digitale Räume zwischen Stabilität und Verschiebung

Der vorliegende Monitor-Beitrag verdeutlicht, dass die Landschaft radikalisierungsrelevanter Online-Räume im Zeitraum von 2021 bis 2025 weniger durch abrupte Brüche als durch graduelle Verschiebungen gekennzeichnet ist. Die maßgebliche Dynamik liegt dabei nicht in einer massenhaften Ausweitung, sondern in der ideologischen Segmentierung und der Verdichtung extremer Einstellungen innerhalb bestehender Nutzungsmuster.

Sowohl im Bereich Sozialer Medien als auch bei politischen Alternativmedien zeigen sich stabile Nutzungsmuster beziehungsweise -gewohnheiten, bei jedoch gleichzeitig zunehmender Exklusivnutzung. Diese Beobachtung legt nahe, dass Prozesse der Meinungsbildung, Identifikation und Mobilisierung sich zunehmend innerhalb abgeschotteter digitaler Öffentlichkeiten vollziehen. Relevanter als die absolute Reichweite der Angebote scheint der Grad an Binnenkohärenz dieser Medienräume zu sein – also, wie stark sich Nutzung, Weltbild und kommunikative Orientierung innerhalb eines Ausschnitts der (Online-)Öffentlichkeit überlappen. Von Binnenkohärenz sprechen wir, wenn diese Segmentierung mit einer Verdichtung bestimmter – etwa rechts- oder islamismusaffiner – Nutzer:innengruppen zusammenfällt. Dadurch steigt das Potenzial, dass Inhalte, bestimmte Informationsquellen beziehungsweise jene Interpretationen von Informationen dominieren, die zu den bereits vorherrschenden Einstellungen passen.

Insbesondere Plattformen wie TikTok treten als Schlüsselakteur:innen hervor und gewinnen in beiden untersuchten Phänomenbereichen (Rechts- und Islamismusaffinität) an Relevanz. Ihre algorithmische Logik, die auf schnellem Konsum und affektiver Resonanz basiert, begünstigt die Verbreitung radikaler Narrative. Zudem stehen Governance-Änderungen – etwa der Wandel von Twitter zu X – im Zusammenhangsverdacht zur Zunahme rechtsaffiner und extremistischer Nutzer:innenanteile. Im Gegensatz dazu zeigen Plattformen wie YouTube und Instagram für das rechtsaffine Spektrum einen fast gegenläufigen Trend: je häufiger die Nutzung, desto geringer der Anteil an extremismusaffinen Personen. Obwohl YouTube in der Forschungslandschaft zu Online-Radikalisierung auffällig war und ist (Lechner et al., 2022), scheint sich die Relevanz dieser Plattformen eher aus ihrer allgemeinen Popularität und den Vorteilen visueller Informationsvermittlung zu extremistischen Zwecken zu speisen.

Generell aber müssen Soziale Medien als komplexe Opportunitätsstrukturen aus Angebot und Nutzung gesehen werden; ihre unterschiedlichen technischen Architekturen und die daraus resultierenden Möglichkeiten – sogenannte Affordanzen – bedingen fundamental, wie extremistische Akteur:innen ihre Ideologien verbreiten, neue Anhänger:innen rekrutieren oder zur Mobilisierung aufrufen (Schulze et al., 2024). Während Plattformen wie Telegram primär der internen Vernetzung und Organisation in einem Umfeld geringer Moderation dienen (Rogers, 2020; Greipl et al., 2024), ermöglichen algorithmisch kuratierte Plattformen wie TikTok eine ungleich effizientere Ansprache breiter, insbesondere jüngerer Zielgruppen (Hohner et al., 2024) und könnten so zu einer Normalisierung radikaler Narrative im öffentlichen Diskurs beitragen (Bonansinga, 2024; Rothut et al., 2024).

Die Interpretation dieser Dynamiken muss die unterschiedliche statistische Belastbarkeit der Phänomenbereiche berücksichtigen: Während die Befunde zur Rechtsaffinität durch einen stetig ansteigenden Anteil in den MiD-Wellen robust untermauert werden (2025: 29.6 % Rechtsaffinität), ist die Entwicklung im Islamismus-Bereich aufgrund sinkender Fallzahlen (von 15.1 % auf 10.9 % geschlossen islamistische Weltbilder zwischen 2023 und 2024) kritischer zu bewerten. Trotz dieser Volatilität zeigen die MiD-Daten, dass ideologische und phänomenübergreifende Übergänge bestehen bleiben – etwa dort, wo sich verschiedene Szenen in gemeinsamen Narrativen von Systemmisstrauen, Krisendeutung und emotionalisierender Konfliktkommunikation überlappen. In solchen übergreifenden Kommunikationsräumen können rechtsaffine, verschwörungsideologische und auch andere Positionen aneinander andocken, auch wenn die Gruppen dahinter weiterhin getrennt voneinander existieren.

Insbesondere radikalierungsrelevante Verschiebungen im Digitalen stellen sich somit aktuell eher als eine fortschreitende Differenzierung sozialer und ideologischer Räume dar. Für zukünftige Forschung bedeutet dies, neben der Beobachtung extremer Ränder auch die alltäglichen Mechanismen digitaler Selektion und Resonanzbildung systematisch in den Blick zu nehmen und die Verschränkung folgender Dimensionen zu untersuchen:

1. **Inhaltsdimensionen und Rezeptionskontexte** – Welche Themen, Narrative und emotionales Klima prägen die konsumierten Inhalte und wie tragen sie zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Bedrohung oder Ungerechtigkeit bei?
2. **Vernetzungs- und Austauschstrukturen** – In welchem Maße wirken Plattformen und politische Alternativmedien als Brücken oder Verstärker ideologisch homogener Cluster?
3. **Langfristige Muster der Mediennutzung und gesellschaftlicher Dynamiken** – Wie stabilisieren sich Nutzungsgewohnheiten und Vertrauensstrukturen über Zeiträume, in denen Plattformen, politische Lagen und Generationen sich verändern?

Literatur

- Andrae, J. (2022). Antisemitismus im Compact-Magazin: Eine Analyse der Diskursstränge um die Krisen der Asyl- und Migrationspolitik 2015/16 und der Covid-19 Pandemie 2020. *ZRex – Zeitschrift Für Rechtsextremismusforschung*, 2(1), 110–127. <https://doi.org/10.3224/zrex.v2i1.07>
- Boberg, S., Quandt, T., Schatto-Eckrodt, T. & Frischlich, L. (2020). Pandemic populism: facebook pages of alternative news media and the corona crisis — a computational content analysis. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.02566>
- Bonansinga, D. (2024). visual de-demonisation: a new era of radical right mainstreaming. *The British Journal of Politics and International Relations*, 27(2), 603–611. <https://doi.org/10.1177/13691481241259384>
- Brettfeld, K., Endtricht, R., Farren, D., Fischer, J. & Wetzels, P. (2021). Menschen in Deutschland 2021. *Erste Welle der bundesweit repräsentativen Befragung. Entwicklung, Inhalt und Aufbau des Erhebungsinstruments* (Forschungsbericht No. 1). Universität Hamburg. <https://www.jura.uni-hamburg.de/die-fakultaet/professuren/kriminologie/media/uhh-forschungsbericht-1.pdf>
- Buehling, K., Becker, J. D., Zhang, X. & Heft, A. (2026). Rechte Verschwörungstheorien in hyperparteiischen Medien – Was hätte ein Verbot des Compact-Magazins für das anti-demokratische Online-Ökosystem bedeutet? In I. für D. und Zivilgesellschaft (Hrsg.), *Wissen schafft Demokratie. Schwerpunkt Demokratiegefährdung online* (Vol. 18). Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft.
- Bundesministerium des Innern und für Heimat (2024, 16. Juli). *Rechtsextreme Organisationen COMPACT-Magazin GmbH und Conspexit Film GmbH verboten* [Meldung]. Bundesministerium des Innern und für Heimat. <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/kurzmeldungen/DE/2024/07/verbot-compact.html>
- Bundesverwaltungsgericht (2025). *Urt. V. 24. Juni 2025 – 6 A 4.24 (ECLI: DE:BVerwG:2025:240625 U6A4.24.0)*. <https://www.bverwg.de/240625U6A4.24.0>
- CeMAS – Center für Monitoring, Analyse und Strategie (Hrsg.). (2025). *Autoritäre Strategien im Netz: Analyse und Monitoring digitaler Risiken rund um die Bundestagswahl 2025*. https://assets.ctfassets.net/jxoi5zxxh0flm/70yEyJMOWcjJUAyO3wQzQa/9402073ee4f72fb7c685c26a36843e95/CeMAS_Report_BTW2025.pdf
- Downing, J. D. (2000). *Radical media: rebellious communication and social movements*. Sage Publications.
- Eldridge, S. A. (2025). *Journalism in a fractured world*. Peter Lang Publishing Inc. 10.3726/b22400
- Endtricht, R., Farren, D., Fischer, J. M. K., Brettfeld, K. & Wetzels, P. (2022). *Menschen in Deutschland 2021. Erste Welle der bundesweit repräsentativen Befragung. Durchführung und Rücklauf der Erhebung – Methodenbericht* – (Forschungsbericht No. 2). Universität Hamburg. <https://www.jura.uni-hamburg.de/die-fakultaet/professuren/kriminologie/media/uhh-forschungsbericht-2-neu.pdf>
- Farren, D., Brettfeld, K., Wetzels, P., Fischer, J. M. K. & Endtricht, R. (2025). *Menschen in Deutschland 2024. Vierte Welle der bundesweit repräsentativen Befragung. Durchführung, Rücklauf, Erhebungsinstrument und Codebuch* (Forschungsbericht No. 17). Universität Hamburg. <https://doi.org/10.25592/UHHFDM.16817>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Figenschou, T. U. (2011). Suffering up close: the strategic construction of mediated suffering on Al Jazeera English. *International Journal of Communication*, 5, 233–253. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/851>

- Fischer, J. M. K., Farren, D., Brettfield, K., Endtricht, R. & Wetzels, P. (2023). *Menschen in Deutschland 2022. Zweite Welle der bundesweit repräsentativen Befragung. Durchführung, Rücklauf, Erhebungsinstrument und Codebuch* (Forschungsbericht No. 6). Universität Hamburg. <https://www.jura.uni-hamburg.de/die-fakultaet/professuren/kriminologie/media/uhh-forschungsbericht-6.pdf>
- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173–192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Göppfarth, J. & Özyürek, E. (2021). Spiritualizing reason, rationalizing spirit: Muslim public intellectuals in the German far right. *Ethnicities*, 21(3), 498–520. <https://doi.org/10.1177/1468796820932443>
- Greipl, S., Hohner, J., Schulze, H., Schwabl, P. & Rieger, D. (2024). “You are doomed!” Crisis-specific and dynamic use of fear speech in protest and extremist radical social movements. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 4. <https://doi.org/10.51685/jqd.2024.icwsm.8>
- Guta, H. A. (2019). Al Jazeera: Non-violence and peace journalism. In Sadig, H. (Hrsg.), *Al Jazeera in the Gulf and in the World. Is It Redefining Global Communication Ethics?* (S. 191–220). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3420-7_7
- Heft, A., Mayerhöffer, E., Reinhardt, S. & Knüpfer, C. (2020). Beyond Breitbart: comparing right-wing digital news infrastructures in six western democracies. *Policy & Internet*, 12(1), 20–45. <https://doi.org/10.1002/poi3.219>
- Hickey, D., Fessler, D. M. T., Lerman, K. & Burghardt, K. (2025). X under Musk’s leadership: Substantial hate and no reduction in inauthentic activity. *PLOS ONE*, 20(2), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313293>
- Hohner, J., Kakavand, A. E. & Rothut, S. (2024). Analyzing radical visuals at scale. How far-right groups mobilize on TikTok. *Journal of Digital Social Research*, 6(1), 10–30. <https://doi.org/10.33621/jdsrv6i1.200>
- Hohner, J., Schulze, H., Greipl, S. & Rieger, D. (2025). Soziale Medien und Radikalisierung: Kommunikation, Mediennutzung und extremismusaffine Einstellungen seit 2020. In U. Kemmesies, P. Wetzels, B. Austin, C. Büscher, A. Dessecker, S. Hutter & D. Rieger (Hrsg.), *MOTRA-Monitor 2023/2024* (S. 50–86).
- Holt, K., Ustad Figenschou, T. & Frischlich, L. (2019). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 860–869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Humprecht, E., Amsler, M., Esser, F. & Van Aelst, P. (2024). Emotionalized social media environments: how alternative news media and populist actors drive angry reactions. *Political Communication*, 41(4), 559–587. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2350416>
- Junge Welt (2024, November). *Mediadaten: Anzeigenpreisliste Nr. 33 vom 01.11.2024*. <https://www.jungewelt.de/werbung/Mediadaten.pdf>
- Klawier, T. (2024). How many people use alternative media in Germany and how can we measure it? *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 4. <https://doi.org/10.51685/jqd.2024.016>
- Kristensen, J. B., Henriksen, F. M. & Mayerhöffer, E. (2023). Did COVID-19 blur partisan boundaries? A comparison of partisan affinity and source heterophily in online alternative news-sharing networks before and during the COVID-19 pandemic. *Social Media + Society*, 9(3), 1–25. <https://doi.org/10.1177/20563051231192963>
- Lechner, M., Hohner, J., Greipl, S., Schulze, H. & Rieger, D. (2022). Eine systematische Typologisierung von radikalislamischen Akteur*innen und Narrativen in YouTube-Videos. In U. Kemmesies, P. Wetzels, B. Austin, C. Büscher, A. Dessecker, S. Hutter & D. Rieger (Hrsg.), *MOTRA-Monitor* (S. 446–458).

- Maier, M. G. (2024). „Meine Zielgruppe ist das Volk.“ Die Querfront als populistische Strategie rund um Jürgen Elsässers Compact-Magazin. *ZRex – Zeitschrift Für Rechtsextremismusforschung*, 4(1), 119–135. <https://doi.org/10.3224/zrex.v4i1.08>
- Malik, N. I., Ramzan, M. M., Malik, Z., Tariq, I. & Shafiq, S. (2025). The rise of reels: analyzing the communicative power of short-form videos on social media. *Qlantic Journal of Social Sciences*, 6(2), 138–145. <https://doi.org/10.55737/qjss.vi-ii.25350>
- Martini, F., Donner, C., Brodersen, W. & Marcks, H. (2025). *Bruchstellen im Mosaik. Das Compact-Verfahren im Spiegel der rechtsalternativen Szene*. Machine against the Rage. <https://machine-vs-rage.net/blog/bruchstellen-im-mosaik/>
- Meta (2025a, 7. Januar). More speech and fewer mistakes. *Meta Newsroom*. <https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/>
- Meta (2025b, 25. Juli). Ending political, electoral and social issue advertising in the EU in response to incoming european regulation. *Meta Newsroom*. <https://about.fb.com/news/2025/07/ending-political-electoral-and-social-issue-advertising-in-the-eu/>
- Müller, P. & Schulz, A. (2021). Alternative media for a populist audience? Exploring political and media use predictors of exposure to Breitbart, Sputnik, and Co. *Information, Communication & Society*, 24(2), 277–293. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1646778>
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K. & Fletcher, R. (2025). *Reuters Institute digital news report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-8QQF-JT36>
- Puschmann, C., Stier, S., Zerrer, P. & Rauxloh, H. (2024). Politicized and paranoid? Assessing attitudinal predictors of alternative news consumption. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 68(4), 489–518. <https://doi.org/10.1080/08838151.2024.2383411>
- Quandt, T. (2018). Dark Participation. *Media and Communication*, 6(4), 36–48. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1519>
- Rae, M. (2020). Hyperpartisan news: Rethinking the media for populist politics. *New Media & Society*, 23(5), 1117–1132. <https://doi.org/10.1177/1461444820910416>
- Reiter, F. & Matthes, J. (2023). Correctives of the mainstream media? A panel study on mainstream media use, alternative digital media use, and the erosion of political interest as well as political knowledge. *Digital Journalism*, 11(5), 813–832. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1974916>
- Rieger, D., Schulze, H., Hohner, J. & Greipl, S. (2021). Wie das Internet Radikalisierungsprozesse fördert – 5 Ansatzpunkte für die Forschung. In U. Kemmesies, P. Wetzels, B. Austin, A. Dessecker, E. Grande, I. Kusche & D. Rieger (Eds.), *MOTRA-Monitor 2020* (S. 206–239). Aumüller Druck GmbH & Co. KG. https://doi.org/10.53168/isbn.978-3-9818469-9-7_2021_MOTRA
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213–229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>
- Rone, J. (2022). Far right alternative news media as ‘indignation mobilization mechanisms’: How the far right opposed the Global Compact for Migration. *Information, Communication & Society*, 25(9), 1333–1350. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1864001>
- Rothut, S., Schulze, H., Rieger, D. & Naderer, B. (2024). Mainstreaming as a meta-process: A systematic review and conceptual model of factors contributing to the mainstreaming of radical and extremist positions. *Communication Theory*, 34(2), 49–59. <https://doi.org/10.1093/ct/qtiae001>
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568–1582. <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>

- Schröder, J. (2025). *Die wichtigsten Rankings der neuen Print-IVW auf einen Blick*. Meedia. <https://meedia.de/news/beitrag/20405-die-wichtigsten-rankings-der-neuen-print-ivw-auf-einen-blick.html>
- Schulze, H. (2020). Who uses right-wing alternative online media? An exploration of audience characteristics. *Politics and Governance*, 8(3), 6–18. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i3.2925>
- Schulze, H., Greipl, S., Hohner, J. & Rieger, D. (2024). Social Mmdia and radicalization: an affordance approach for cross-platform comparison. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 72(2), 187–212. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2024-2-187>
- SPARTA (2026). *German Federal Election 2025*. A Data Dashboard. <https://dtecbw.de/sparta/elections/ger-25>
- Schwaiger, L. (2022). *Gegen die Öffentlichkeit: Alternative Nachrichtenmedien im deutschsprachigen Raum* (Vol. 46). Transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839461211>
- Schwarzenegger, C. (2023). Understanding the users of alternative news media – media epistemologies, news consumption, and media practices. *Digital Journalism*, 11(5), 853–871. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2000454>
- Strömbäck, J. (2023). Political alternative media as a democratic challenge. *Digital Journalism*, 11(5), 880–887. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2178947>
- Tsfati, Y., Vliegenthart, R., Strömbäck, J. & Lindgren, E. (2025). An asymmetrical reinforcing spiral? Disentangling the longitudinal dynamics of media use and mainstream media trust. *Journal of Communication*, 75(1), 16–26. <https://doi.org/10.1093/joc/jqae039>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Štepińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheaffer, T. & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Veri, F. & Maier, F. (2025). Migration discourses from the radical right: Mapping and testing potential for political mobilization. *Political Psychology*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1111/pops.70004>
- Vliegenthart, R., De Bruin, K., De Haan, Y. & Kruikemeier, S. (2025). The news avoidance paradox? Exploring the relationship between news repertoires and intentional news avoidance. *Communications*. <https://doi.org/10.1515/commun-2024-0062>
- Vliegenthart, R., Stromback, J., Boomgaarden, H., Broda, E., Damstra, A., Lindgren, E., Tsfati, Y. & Van Remoortere, A. (2024). Taking political alternative media into account: Investigating the linkage between media repertoires and (mis)perceptions. *Mass Communication and Society*, 27(5), 877–901. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2251444>
- Wetzels, P., Fischer, J. M. K., Farren D., Brettfeld, K. & Endtricht, R. (2023). *Menschen in Deutschland 2023. Dritte Welle der bundesweit repräsentativen Befragung: Durchführung, Rücklauf, Erhebungsinstrument und Codebuch* (Forschungsbericht No. 12). Universität Hamburg. <https://www.fdr.uni-hamburg.de/record/13846>
- Zilinsky, J., Theocharis, Y., Pradel, F., Tulin, M., De Vreese, C., Aalberg, T., Cardenal, A. S., Corbu, N., Esser, F., Gehle, L., Halagiera, D., Hameleers, M., Hopmann, D. N., Koc-Michalska, K., Matthes, J., Schemer, C., Štětka, V., Strömbäck, J., Terren, L., ... Zoizner, A. (2024). Justifying an invasion: When is disinformation successful? *Political Communication*, 41(6), 965–986. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2352483>