



Autoritäre Strategien im Netz: Analyse und Monitoring digitaler Risiken rund um die Bundestagswahl 2025

Herausgeber

CeMAS – Center für Monitoring,
Analyse und Strategie gGmbH
Konstanzer Straße 15A,
D-10707 Berlin

E-Mail: info@cemas.io
www.cemas.io
Berlin, April 2025

ISBN: 978-3-9825777-4-6

V.i.S.d.P. ist Josef Holnburger
für CeMAS gGmbH.

Konzept und Projektleitung:

Julia Smirnova, Simone Rafael
Text: Joe Düker, Miro Dittrich,
David Faßbender, Lea Frühwirth, Corinne
Heuer, Pia Lamberty, Anna Meyer, Jan
Rathje, Simone Rafael, Julia Smirnova,
Leonard Tiedemann

Redaktion: Gregor Bauer, Corinne Heuer,
Josef Holnburger, Janina Mainzer

Design: PARAT.cc

Lektorat: Benjamin Triebe

Bildnachweis:

CeMAS/Eigene Screenshots. Die
Bildrechte verbleiben bei CeMAS gGmbH.
Seite 9: PARAT.cc / IMAGO / SNA;
Pexels / Max Avans
Seite 26, 62: PARAT.cc

© Copyright 2025

CeMAS – Center für Monitoring, Analyse
und Strategie gGmbH. Alle Rechte
vorbehalten. Diese Publikation wird für
nichtkommerzielle Zwecke kostenlos zur
Verfügung gestellt. Der Herausgeber
behält sich das Urheberrecht vor.
Texte und Abbildungen dürfen nur nach
vorheriger schriftlicher Genehmigung
vervielfältigt werden.

Zum Bundestagswahl-Monitoring gehört
die Website <https://btw2025.cemas.io>
Konzeption und Umsetzung: Lu
Kalkbrenner, Jan Kabel, Martin
Müller mit externer Unterstützung durch
Johannes Filter und PARAT.cc

Inhaltsverzeichnis

- 04 EXECUTIVE SUMMARY
- 06 EINLEITUNG
- 08 ILLEGITIME AUSLÄNDISCHE EINFLUSS-VERSUCHE
- 15 VERBREITUNG VON FALSCHINFORMATIONEN
ÜBER DIE INTEGRITÄT DER WAHL
- 24 DIE AFD AUF DEN PLATTFORMEN TIKTOK
UND X IM WAHLKAMPF
- 38 RECHTSEXTREMES UND VERSCHWÖRUNGS-
IDEOLOGISCHES MILIEU AUF TELEGRAM:
THEMEN IM WAHLKAMPF
- 49 DER EINSATZ KI-GENERierter BILDER
DURCH DIE AFD AUF X
- 61 FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
- 66 LITERATURVERZEICHNIS
- 69 ÜBER CEMAS
- 70 ÜBER DIE AUTOR:INNEN UND MITARBEITENDEN

Executive Summary

- **Mindestens vier russische Kampagnen und Akteur:innen versuchten, die Stimmung vor der Bundestagswahl zu beeinflussen.** Die *Doppelgänger*-Kampagne imitierte weiterhin bekannte Medien auf X, wobei die von CeMAS dokumentierten 1.374 Beiträge nach Metriken der Plattform 5,1 Millionen Views erreichten. Der bisher eher im US-amerikanischen Raum auftretende Desinformations-Akteur *Storm-1516* mischte sich mit gefälschten Dokumenten und KI-manipulierten Videos in den deutschen Wahlkampf ein. Die ihm nahestehende russische Organisation *Foundation to Battle Injustice (R-FBI)* verbreitete ähnliche Inhalte. Kombiniert erreichten *Storm-1516* und *R-FBI* mindestens 23 Millionen Views auf X, Facebook, Instagram, TikTok und Telegram. Ein weiteres Kampagnenmuster versuchte auf X mithilfe von Zitatkacheln und Videos ein pro-russisches Framing des russischen Angriffskriegs zu verbreiten und unterstützte die AfD sowie das BSW.
- ***Doppelgänger* fokussierte sich erstmals stärker auf die CDU.** Während die Kampagne bisher vor allem Ampel-Parteien angriff, attackierte sie im Wahlkampf Grüne, SPD und erstmals im größeren Umfang auch die CDU. Die Grünen machte sie für wirtschaftliche Probleme verantwortlich, während sie Bundeskanzler Scholz vorwarf, er unterstütze die Ukraine zum Schaden Deutschlands. Die Kampagne zielte darauf ab, die CDU als nicht vertrauenswürdig und Kanzlerkandidat Merz als zu wirtschaftsnah darzustellen. Dabei bedienten *Doppelgänger*-Konten widersprüchliche Narrative: Merz wurde sowohl ein zu schwacher als auch ein autoritärer Führungsstil vorgeworfen. Im Kontext positiver Erwähnungen der AfD unterlief der *Doppelgänger*-Kampagne ein Fehler: Statt der deutschen Abkürzung AfD wurde zweimal die russische genutzt (ADG, Alternatiwa Dlja Germanii).
- **Falschbehauptungen über die Integrität der Bundestagswahl wurden millionenfach gesehen.** CeMAS dokumentierte zwischen 6. November 2024 (Bruch der Ampel-Koalition) und 2. März 2025 (eine Woche nach dem Wahltag) die 221 Beiträge mit der größten Reichweite auf X, YouTube, Facebook, Instagram und Telegram. Sie erzielten insgesamt 10,6 Millionen Views. Am häufigsten wurde die Falschbehauptung verbreitet, die Wahl würde im Fall eines AfD-Sieges annulliert (93 Beiträge, 5,3 Millionen Views). Weitere Narrative thematisierten vermeintliche Wahlmanipulationen etwa aufgrund einer behaupteten Diskrepanz zwischen dem von der Bundeswahlleiterin gemeldeten vorläufigen Wahlergebnis und den Ergebnissen auf den Webseiten einzelner Gemeinden, der angeblichen

Vernichtung von Stimmzetteln mit AfD-Stimmen in Hamburg oder des vermeintlichen Fehlens der Partei auf Stimmzetteln in Leipzig.

- **TikTok und X etablieren sich als strategisch relevante Plattformen für die Wahlkampfkommunikation der AfD – mit unterschiedlichen Wirkweisen.** AfD-Accounts teilten zwischen November 2024 und Februar 2025 mindestens 44.000 Beiträge auf X und 5.700 Videos auf TikTok. Dabei erreichten ihre Videos auf TikTok im Durchschnitt viermal so viel Engagement in Form von Likes, Shares und Kommentaren wie Posts auf X. Die akkumulierten Likes aller AfD-Beiträge blieben während des Wahlkampfs zwischen beiden Plattformen ähnlich hoch und nahmen einen ähnlichen Verlauf: Während die AfD im November wöchentlich circa 700.000 Likes jeweils auf TikTok und X generierte, waren es in der Woche der Wahl 2,2 Millionen (X) und 2,6 Millionen (TikTok).
- **Das verschwörungsideologische und rechtsextreme Milieu auf Telegram unterstützte mehrheitlich die AfD.** Kanäle und Gruppen der Szene kritisierten die Ampel-Regierung scharf, schürten Ängste vor Inflation oder Einwanderung und verbreiteten Verschwörungsnarrative über den sogenannten „Deep State“. Von ihnen geteilte Quellen umfassten sowohl etablierte journalistische Medien wie BILD (circa 43.000 Erwähnungen), Die Welt (17.000) oder Berliner Zeitung (12.500) als auch Alternativmedien wie *Apollo News* (24.500), *AUF1* (13.000) oder *Nius* (13.000). Beiträge des X-Kontos von Elon Musk wurde in mindestens 592 verschwörungsideologischen oder rechtsextremen Gruppen und Kanälen geteilt. Es war damit die am meisten verbreitete Quelle der Microblogging-Plattform X.
- **Die AfD nutzte KI-generierte Bilder als Wahlkampfinstrument, allerdings in einem bisher geringen Umfang.** 6,5 Prozent der untersuchten Bilder in AfD-Beiträgen auf der Plattform X enthielten KI-generierte Elemente, die jedoch vermehrt Verwendung fanden, um tagesaktuelle Geschehnisse und politische Feindbilder zu inszenieren. In 47 Prozent der Fälle enthielten sie Angriffsnarrative; vor allem gegen demokratische Parteien und Migrant:innen. Etwa 22 Prozent der Bilder glorifizierten die Partei oder ihre Vertreter:innen und rund 16 Prozent verwendeten Opfernarrative, beispielsweise indem Deutschland als Opfer der Gewalt durch Migrant:innen dargestellt wurde. Lediglich bei 25 Prozent wurde die Nutzung von KI kenntlich gemacht. 71 Prozent der von der AfD verwendeten KI-Bilder wurden fotorealistisch gestaltet, wodurch die Möglichkeit besteht, Betrachter:innen zu täuschen und zu manipulieren.

Einleitung

Die vorgezogene Bundestagswahl 2025 fand im Kontext einer zunehmenden weltweiten Stärkung autoritärer Kräfte statt. Das transatlantische Bündnis sowie die Unterstützung der Ukraine in ihrem Kampf gegen die russische Aggression wurden von den USA infrage gestellt, während gleichzeitig der Dialog mit Moskau gesucht wurde.

Hochrangige Vertreter der US-Administration bekundeten offen ihre Unterstützung für rechtsextreme und rechtspopulistische Kräfte in Europa und verstärkten ihre Narrative. Elon Musk, Trumps Berater und Inhaber der Plattform X, rief in zahlreichen Beiträgen auf seiner Plattform und in einem Gastbeitrag in der Welt am Sonntag dazu auf, die AfD zu wählen. Mit der AfD-Vorsitzenden Alice Weidel führte er ein Interview, wodurch er ihr eine erhebliche Reichweite auf X verschaffte. Gleichzeitig intensivierte Russland seine Bemühungen, durch gezielte Einflusskampagnen das Vertrauen in demokratische Institutionen und Prozesse zu untergraben und die AfD sowie deren Narrative zu fördern. CeMAS konnte mindestens vier pro-russische Kampagnen und Desinformationsakteure identifizieren, die den Bundestagswahlkampf zu beeinflussen versuchten. Deren Narrative über vermeintlichen Wahlbetrug wurden millionenfach gesehen und nicht zuletzt von der verschwörungsideologischen und rechtsextremen Szene auf Telegram breit diskutiert.

Der deutsche Wahlkampf wurde auch von den Anschlägen in Magdeburg, Solingen und Aschaffenburg überschattet, was zu einer Welle von migrationsfeindlicher Rhetorik führte. Im Zusammenhang mit den Abstimmungen über den 5-Punkte-Plan zur Migrationspolitik und dem Antrag der Unionsparteien zum sogenannten Zuwanderungsbeschränkungsgesetz wurde auch die Abgrenzung zur rechtsextremen AfD zu einem der dominierenden Wahlkampfthemen. Auch die AfD selbst griff das Thema Brandmauer auf und instrumentalisierte es, um etablierte Parteien anzugreifen und für die Anschlagsserie verantwortlich zu machen.

Für die Bundestagswahl 2025 wurden fundamentale Veränderungen im Online-Wahlkampf prophezeit: Es war die erste bundesweite Wahl, seitdem generative KI-Tools für die breite Öffentlichkeit zur Verfügung stehen. Die Sorgen um den Einsatz einer Flut manipulierter Bilder im Wahlkampf können aber (noch) nicht bestätigt werden. Auch wurde vermutet, dass TikTok eine zentrale Rolle für den Wahlkampf der AfD spielen würde. CeMAS konnte 191 TikTok-Konten der AfD und ihrer Vertreter:innen identifizieren, doch scheint X mit 284 Konten noch immer die etabliertere Plattform für AfD-Akteure zu sein.

Im Kontext der Bundestagswahl führte CeMAS ein umfassendes Monitoring der ausländischen Einflusskampagnen und demokratiefeindlichen Aktivitäten inländischer politischer Kräfte durch. Die Ergebnisse und aktuellen Daten wurden kontinuierlich auf der Website btw2025.cemas.io veröffentlicht. Dieses Sammelwerk bietet eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse mit vertiefenden retrospektiven Auswertungen.

Illegitime ausländische Einflussversuche

Lea Frühwirth

Während illegitime Einflussversuche wie Desinformationskampagnen als Grundrassen eine dauerhafte Belastung des demokratischen Diskurses darstellen, sind die Wochen rund um Wahlen typischerweise besonders betroffen. Auch während des Wahlkampfs zur vorgezogenen Bundestagswahl 2025 und in deren Nachgang konnte CeMAS Manipulationsversuche dokumentieren.

Masse statt Klasse: Die russische Dauerkampagne Doppelgänger im Bundestagswahlkampf 2025

Die russische Desinformationskampagne *Doppelgänger* veröffentlicht kontinuierlich irreführende pro-russische Inhalte, so auch zur Bundestagswahl 2025. Während die Kampagne typischerweise eher langfristige Kernnarrative verbreitet, etwa um die öffentliche Meinung zu Gunsten russischer Interessen im Angriffskrieg gegen die Ukraine zu beeinflussen, waren auch direktere Aussagen zum Wahlkampf zu beobachten. Zwischen 17. Dezember 2024 und 17. Februar 2025 hat CeMAS insgesamt 1.374 *Doppelgänger*-Beiträge auf X dokumentiert, davon 880 auf Deutsch.

Doppelgänger-Beiträge auf X			
CeMAS-Untersuchungen zur Doppelgänger-Kampagne auf X zur Bundestagswahl 2025			
	Doppelgänger allgemein	Doppelgänger gegen Merz	Doppelgänger Sanktionenvideo
Zeitraum	17.12.2024 - 14.1.2025	27.12.2024 - 2.2.2025	3.-17.2.2025
Postings	630	119	637 (143 Deutsch)
Views gesamt	2.800.000 bis 15.1.2025	522.000 bis 3.2.2025	1.830.000 (414.000 Deutsch) bis 19.2.2025
Inhalt	Alle deutschen Doppelgänger Posts	Alle deutschen Doppelgänger Posts zu CDU, Union, Friedrich Merz	Alle Doppelgänger Posts mit Sanktionenvideo auf deutsch, englisch, französisch, italienisch, polnisch, türkisch, griechisch oder spanisch

CeMAS

Abbildung 1. Übersicht zu den CeMAS-Untersuchungen zur *Doppelgänger*-Kampagne auf X vor der Bundestagswahl 2025.

Die 1.374 Beiträge erreichten laut X-Metriken insgesamt mindestens 5,1 Millionen Views. Diese Metrik ist als grobe Orientierung zu interpretieren, da durch die künstliche Amplifizierung der Originalbeiträge durch die Kampagne selbst eine Verzerrung der Metrik nicht ausgeschlossen werden kann.

Negative Frames für verschiedene Parteien über den Jahreswechsel

Zwischen 17. Dezember 2024 und 14. Januar 2025 postete die Kampagne 630 deutschsprachige Beiträge auf X, die laut Plattformdaten insgesamt 2,8 Millionen Views erreichten (Frühwirth 2025a). Inhaltliche Schwerpunkte lagen dabei auf dem Schüren von Sorgen zu Energie und Wirtschaft sowie der Verbreitung spalterischer Aussagen zur Ukraine und den USA. Während direkte Aufrufe zur Wahl ausblieben, brachten Beiträge zu relevanten Parteien und Kandidat:innen diese mit unterschiedlichen Themen in Verbindung. Negative Äußerungen betrafen vor allem die Grünen, die für wirtschaftliche Probleme verantwortlich gemacht wurden. Olaf Scholz wurde vor allem für Unterstützungsleistungen an die Ukraine kritisiert, die CDU als nicht vertrauenswürdig dargestellt. Die AfD wurde viermal, ausschließlich positiv, erwähnt. Zwei dieser Beiträge enthielten einen auffälligen Fehler: Statt der deutschen Abkürzung AfD wurde die russische genutzt (ADG, Alternatiwa Dlja Germanii).

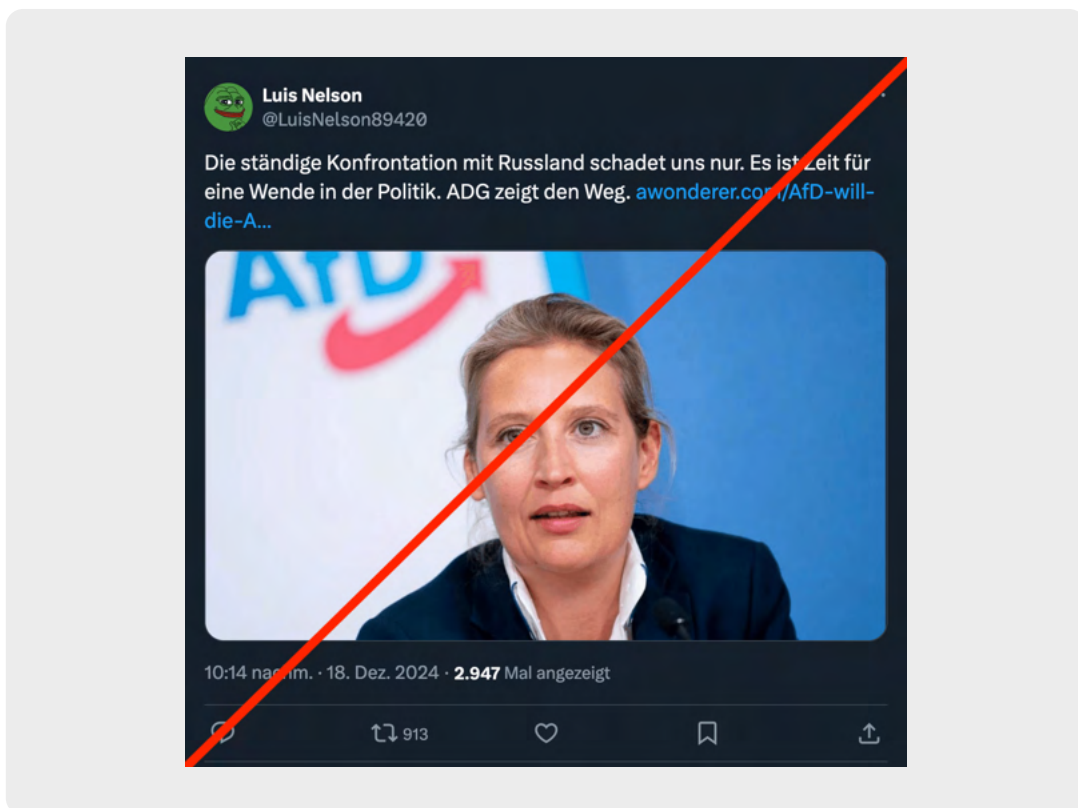


Abbildung 2. Screenshot eines AfD-freundlichen Beitrags der *Doppelgänger*-Kampagne, in dem die russische Abkürzung ADG verwendet wird.

Diskreditierung von CDU und Friedrich Merz

Während die Kampagne zuvor eher die Ampel-Regierung oder die Grünen kritisiert hatte, zeigte sich im Verlauf des Wahlkampfs ein zusätzliches Augenmerk auf die CDU und Friedrich Merz. Zwischen 27. Dezember 2024 und 2. Februar 2025 konnte CeMAS insgesamt 119 entsprechende *Doppelgänger*-Beiträge auf X verzeichnen,¹ wobei eine Häufung Ende Januar 2025 vorlag ([Frühwirth 2025c](#)). Merz und die CDU wurden in diesen Postings über verschiedene Argumentationswinkel kritisiert. So sei Merz etwa zu wirtschaftsnah (19) und würde als Kanzler eine Bedrohung für die soziale Sicherheit darstellen (29), zum Beispiel im Hinblick auf das Renten- oder Gesundheitssystem. Aussagen zu Merz politischem Stil (26) fielen ebenfalls negativ, inhaltlich aber widersprüchlich aus: Neben Unsicherheit oder Desinteresse warfen manche Beiträge dem Kanzlerkandidaten einen schwachen Führungsstil vor, während andere ihn als zu autoritär darstellten. Die Beiträge erreichten laut X-Daten insgesamt 522.000 Views.

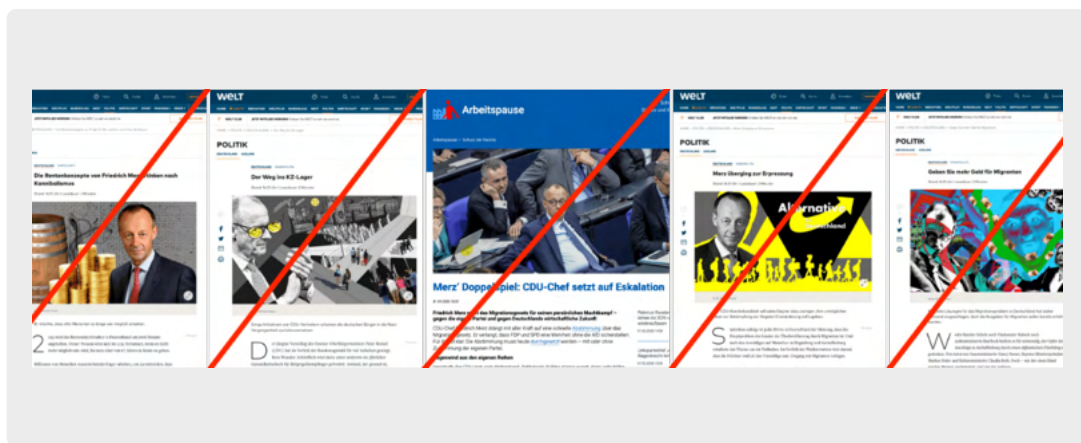


Abbildung 3. Screenshots von *Doppelgänger*-Artikeln zu Friedrich Merz.

Anti-Sanktionen-Video verhöhnt Kanzlerkandidaten mittels KI

In den Tagen vor der Wahl konnte die mehrsprachige Verbreitung eines KI-basierten Videos in 637 Doppelgänger-Beiträgen dokumentiert werden, davon 143 Beiträge auf Deutsch ([Frühwirth2025d](#)). Während das Video primär Sanktionen gegen Russland kritisierte, wurden darin auch mehrere westliche Politiker:innen verunglimpft, augenscheinlich unter Zuhilfenahme von generativer KI sowie von Schauspieler:innen. Auch die beiden Kanzlerkandidaten Olaf Scholz und Robert Habeck wurden im Video verhöhnt und für Probleme wie vermeintlich fehlendes Gas verantwortlich gemacht. Die Beiträge kamen laut X-Daten auf insgesamt 1,8 Millionen Views, wovon 414.000 Views auf deutsche Beiträge entfielen.

¹ Die Untersuchung „*Doppelgänger* gegen Merz“ enthält zwecks zeitlicher Darstellung 12 Beiträge, die bereits in der vorherigen allgemeinen *Doppelgänger*-Untersuchung enthalten waren.

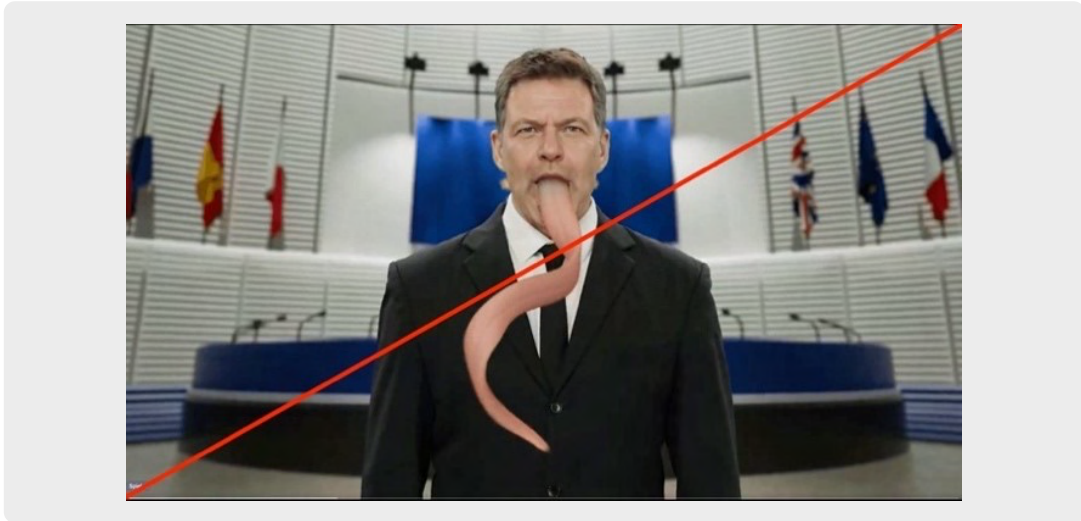


Abbildung 4. Verhöhnende Darstellung Habecks im Anti-Sanktionen-Video.

Verifizierte Konten verbreiten pro-russische Selbstdarstellung und Lob für die AfD auf X

Neben X-Beiträgen im bekannten *Doppelgänger*-Muster zeigte ein weiteres, bereits im Juli 2024 durch Reset.Tech dokumentiertes Kampagnenmuster weitere Aktivitäten während des Wahlkampfes ([Reset.Tech 2024](#)). So konnte CeMAS zwischen 20. Dezember 2024 und 21. Januar 2025 563 deutschsprachige pro-russische Beiträge dokumentieren, die von 18 Accounts stammten – davon 15 kostenpflichtig verifiziert ([Frühwirth 2025b](#)). Die Beiträge enthielten Videos und Zitatkacheln, in denen insbesondere positive Darstellungen Russlands, kritische Beschreibungen der Ukraine sowie pro-russisches Framing des russischen Angriffskriegs vermittelt wurden. Weitere 28 Beiträge thematisierten die AfD, stets in positivem Ton. Elf wohlwollende Posts zum BSW nutzten eine Rede Oskar Lafontaines, in der dieser die USA kritisiert hatte. Laut X-Daten erreichten die Beiträge bis zum 22. Januar 2025 über 190.000 Views.

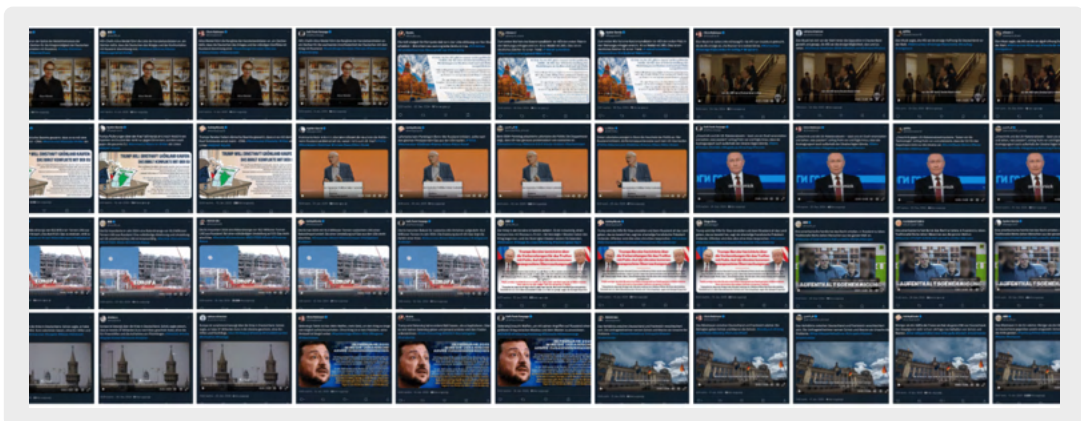


Abbildung 5. Screenshots von Kampagnenbeiträgen auf X verdeutlichen die koordinierte Content-Verbreitung.

Gefälschte Videos auf gefälschten Seiten

Nicht nur die *Doppelgänger*-Kampagne setzte auf gefälschte Websites zur Verbreitung pro-russischer Impulse. Wie Recherchen von CORRECTIV, NewsGuard und Gnida Project zeigten, schwenkte der zuvor vor allem aus dem US-amerikanischen Raum bekannte Desinformationsakteur *Storm-1516* auf den deutschen Wahlkampf um und richtete nach dem Bruch der Ampel-Koalition knapp 100 neue Domains mit deutschsprachigen Namen ein ([Hock, Bernhard, Eckert & Thust 2025](#)). Während des Wahlkampfs versuchte *Storm-1516*, vor allem Politiker:innen der Grünen und der CDU/CSU zu diskreditieren, beispielsweise durch Missbrauchsvorwürfe. Darüber hinaus sollten auch migrationsfeindliche Stimmungen und Kriegsängste geschürt werden. Dabei wurden bereits bekannte *Storm-1516*-Taktiken verwendet: In gefälschten Dokumenten und mit KI erzeugten Videos wurden erfundene Augenzeug:innen und Whistleblower:innen präsentiert, um die Desinformationsnarrative glaubhaft wirken zu lassen. Die Inhalte wurden auf dafür erstellten Websites platziert und von mehreren Influencer:innen in sozialen Medien geteilt. Auch die mit *Storm-1516* in Verbindung stehende russische Organisation *Foundation to Battle Injustice (R-FBI)* verbreitete entsprechende Inhalte.

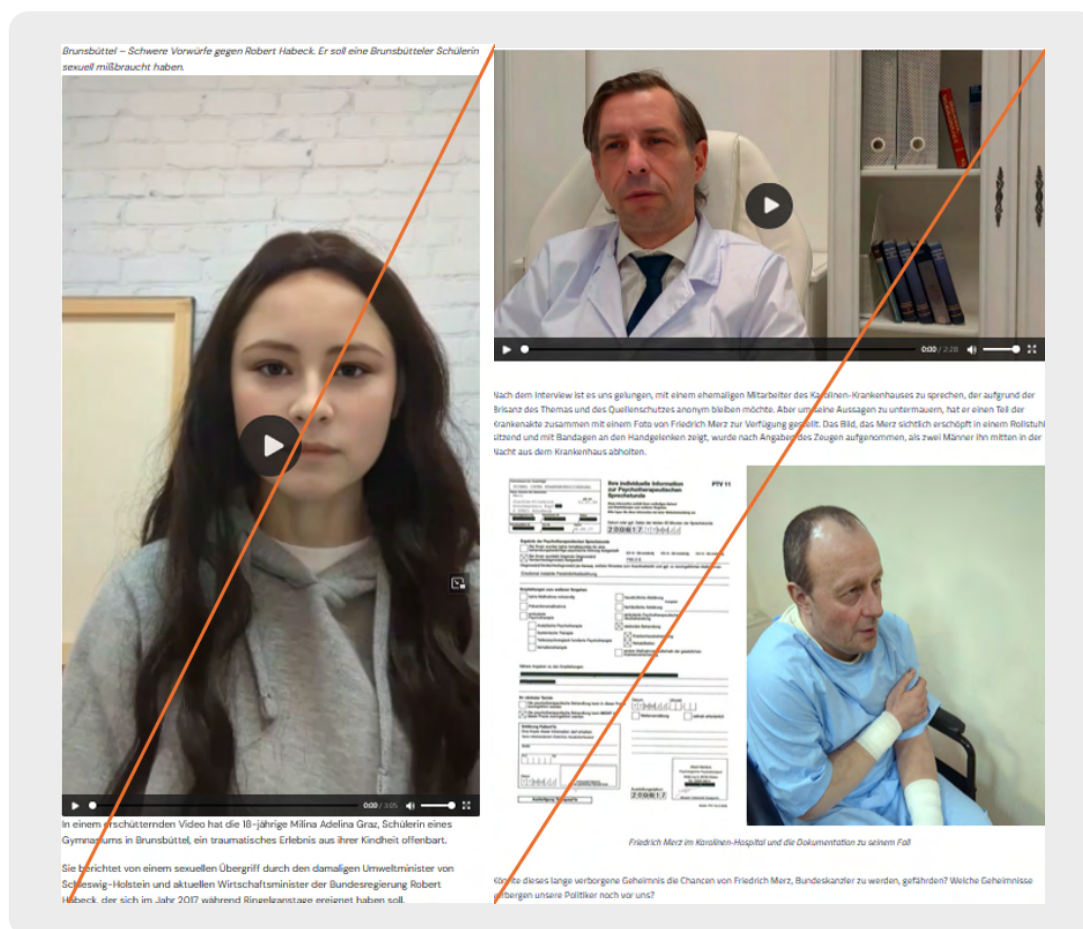


Abbildung 6. Links: Ein KI-manipuliertes Video behauptet, eine junge Frau zu zeigen, die von Robert Habeck missbraucht worden sei. Rechts: Ein manipuliertes Bild, ein gefälschtes Dokument und ein Video mit einem erfundenen Augenzeugen sollen das Desinformationsnarrativ belegen, Friedrich Merz sei psychisch krank.

Nach Dokumentation von CeMAS und Alliance4Europe erreichten deutschsprachige Inhalte von *Storm-1516* und *R-FBI* während des Wahlkampfes mindestens 23 Millionen Views auf X, Facebook, Instagram, TikTok und Telegram. In mindestens zwei Fällen griffen auch AfD-Accounts Inhalte von *R-FBI* auf und verbreiteten sie auf Facebook, X und Telegram. Für den Zeitraum Juli 2024 bis Februar 2025 konnten auf X zudem 3.280 Beiträge dokumentiert werden, die zu *Storm-1516* Seiten verlinkten. Auf Telegram teilten rechtsextreme und verschwörungsideologische Kanäle und Gruppen zwischen Juli 2024 und Januar 2025 entsprechende Links 692-mal ([Smirnova, Schwarz & Nazari 2025](#)).

Gestellte Videos schüren Falschbehauptungen von Wahlbetrug

Falschbehauptungen zu vermeintlichem Wahlbetrug stellen ein wiederkehrendes Phänomen manipulativer Einflussversuche rund um Wahlen dar, so auch bei der Bundestagswahl 2025. Ab 17. Februar 2025 waren mehrere Videos im Umlauf, die in verschiedenen Erzählrichtungen angebliche Wahlmanipulation zum Nachteil der AfD unterstellten ([Smirnova 2025](#)).

Darin wurde beispielsweise behauptet, Briefwahlstimmen für die AfD würden vernichtet oder die Kandidat:innen der AfD fehlten auf Stimmzetteln. Die behaupteten Vorfälle wurden geprüft und widerlegt ([Stadt Leipzig 2025](#); [Behörde für Inneres und Sport 2025](#)). Deutsche Sicherheitskreise vermuten laut Medienberichten den russischen Desinformationsakteur *Storm-1516* hinter den Videos ([Hoppenstedt 2025](#)). Eine Untersuchung von CeMAS bestätigt diese Einschätzung ([Smirnova 2025](#)). Darauf weisen die Verbreitungsmuster sowie die für *Storm-1516* typischen Taktiken hin. Trotz Richtigstellung zirkulierte das gestellte Video, in welchem Wahlzettel vernichtet werden, weiter in sozialen Medien (Posts mit dieser Falschbehauptung bekamen mindestens 809.000 Views auf X, Facebook, Instagram und YouTube). Es wurde auch nach der Wahl noch verbreitet, um Zweifel an der Legitimität der Wahl und ihres Ergebnisses zu säen ([Frühwirth 2025e](#)). Eine tiefergehende Analyse der verbreiteten Falschbehauptungen zu angeblichem Wahlbetrug während der Bundestagswahl 2025 behandelt das folgende Kapitel „Verbreitung von Falschinformationen über die Integrität der Wahl“, Seite 15.

Fazit

Die von CeMAS dokumentierten Desinformationskampagnen verdeutlichen die koordinierten illegitimen Einflussversuche Russlands auf die deutsche Bundestagswahl 2025. Weitere Studien anderer Forschungsorganisationen ergänzen das Sichtfeld und zeigen die Breite und Variation des Problems ([Insikt Group 2025](#); [Nazari & Schwarz 2025](#); [Institute for Strategic Dialogue 2025](#)). Irreführende Inhalte in unterschiedlichen Formen sollten die politische Meinungsbildung in der deutschen Bevölkerung

systematisch manipulieren. Inhaltlich richteten sich diese besonders gegen Politiker:innen und Parteien und die Legitimität der Wahl. Auch die irreführende Verbreitung pro-russischer Perspektiven zu aktuellen politisch relevanten Themen wurde fortgesetzt. Während die Viewzahlen der Beiträge aufgrund Einschränkungen dieser Metrik und künstlicher Amplifikation eher als Orientierung zu interpretieren sind und nicht zwingend der tatsächlichen Reichweite entsprechen, zeigt sich hier dennoch weiterhin eine Schwachstelle in den Schutzmaßnahmen der Plattformbetreiber.

Wo Menschen von diesen manipulativen Inhalten erreicht wurden, stellt eine einmalige Exposition allein noch keinen Automatismus veränderter Haltungen dar, sondern ist eher als Risikofaktor zu betrachten. Es ist unwahrscheinlich, dass sich viele Menschen von einem einzelnen irreführenden Beitrag massiv beeinflussen lassen. Allerdings ist Desinformation als manipulatives Kommunikationsphänomen nicht auf den einen Beitrag, sondern auf Langfristigkeit und Streuung ausgelegt: Die vermittelten Kernnarrative werden über Jahre hinweg immer wieder platziert, denn Wiederholung kann verhänglich sein. In verschiedensten Formen wird immer wieder vermittelt, Qualitätsmedien, politische Vertreter:innen sowie demokratische Institutionen wie Wahlprozesse seien nicht vertrauenswürdig. Langfristig wird so systematisch Misstrauen gegenüber wichtigen Eckpfeilern demokratischer Gesellschaften geschürt, um diese schleichend zu destabilisieren. Der Umgang mit den fortwährenden Herausforderungen durch illegitime ausländische Einflussversuche sollte das Problem also weder bagatellisieren noch katastrophisieren, sondern es auf Basis fundierter und aktueller Erkenntnisse ernst nehmen und sachorientierte Schutz- und Gegenmaßnahmen schaffen.

Verbreitung von Falschinformationen über die Integrität der Wahl

Julia Smirnova

Mitarbeit: Anna Meyer, Lu Kalkbrenner

Falschbehauptungen über die Integrität von Wahlen, die sowohl in der Zeit unmittelbar vor einem Wahltag als auch in den darauffolgenden Tagen und Wochen verbreitet werden, stellen ein besonderes Risiko für den demokratischen Prozess dar. Für eine funktionierende Demokratie ist es grundlegend, dass alle Parteien und die Öffentlichkeit Wahlergebnisse als legitim anerkennen. Wenn jedoch Falschinformationen über Unregelmäßigkeiten, Betrug oder andere Manipulationen kursieren, kann dies das Vertrauen der Bürger:innen in das Wahlsystem erheblich untergraben. Solche Falschbehauptungen waren im Kontext aller europäischen Wahlen im Jahr 2023 ([EDMO 2023](#)) und der jüngsten Präsidentschaftswahlen in den USA zu beobachten. Sie gefährden nicht nur die Akzeptanz des Wahlergebnisses, sondern können auch das gesellschaftliche Klima belasten und zu politischer Instabilität führen.

Auch rund um die Bundestagswahl 2025 in Deutschland wurden Falschbehauptungen über die Integrität der Wahl auf allen großen Social-Media-Plattformen verbreitet. CeMAS dokumentierte mindestens 221 deutschsprachige Postings auf X, YouTube, Telegram, Facebook und Instagram, die Falschbehauptungen über die Integrität der Wahl enthielten und im Zeitraum zwischen 6. November 2024 (Bruch der Ampel-Koalition) und 2. März 2025 (eine Woche nach dem Wahltag) veröffentlicht wurden. Diese Posts erhielten insgesamt 10,6 Millionen Views nach den Metriken der Plattformen.

Methodik

Die Posts auf den verschiedenen Plattformen wurden rückblickend anhand einer Liste von deutschsprachigen Schlüsselwörtern, die sich auf die Integrität der Wahl beziehen, gesammelt. Auf X erfolgte die Sammlung mithilfe des Analysetools Meltwater, auf YouTube und Telegram über APIs, wobei die Suche auf Telegram in einer Liste von rund 3.000 rechtsextremen, pro-russischen und verschwörungsideologischen Kanälen erfolgte. Auf Facebook und Instagram wurde die Sammlung über die Meta Content Library durchgeführt. Die Posts, welche die meisten Aufrufe erhielten (mehr als 5.000 Aufrufe auf X, Telegram, Facebook sowie Instagram und mehr als 200 auf YouTube), wurden individuell analysiert und kodiert, um irrelevante Beiträge auszuschließen und übergeordnete Narrative zu ermitteln.

Die ausgewählte Stichprobe von 221 Posts umfasst nicht alle Beiträge mit Falschbehauptungen über die Integrität der Wahl, sondern fokussiert die Postings mit der

größten Anzahl an Views, die auch nach der Wahl auf den Plattformen öffentlich blieben und individuell auf ihren Bezug zur Bundestagswahl in Deutschland geprüft wurden.²

Narrative und ihre Reichweite

In der Stichprobe trat am häufigsten die Falschbehauptung auf, die Wahl könne im Falle eines Sieges der AfD annulliert werden. Insgesamt wurden 93 deutschsprachige Beiträge mit dieser Behauptung identifiziert, die auf allen analysierten Plattformen zusammen 5,3 Millionen Aufrufe erzielten. 54 Beiträge enthielten unbelegte pauschale Behauptungen, dass in Deutschland Wahlbetrug stattfindet oder die Wahlergebnisse nur durch Wahlbetrug zustande gekommen seien. Diese Beiträge erhielten insgesamt 1,3 Millionen Aufrufe.



Abbildung 7. Verteilung der Narrative in der Stichprobe.

² Eine ausführliche Beschreibung der Methodik findet sich unter <https://osf.io/82vgt/>.



Abbildung 8. Anzahl der Views nach Narrativen.

Weitere Narrative thematisierten Wahlmanipulationen, die angeblich die AfD oder das Bündnis Sahra Wagenknecht (BSW) benachteiligten. Diese Vorwürfe wurden auf unterschiedliche Weise untermauert: etwa durch eine behauptete Diskrepanz zwischen dem von der Bundeswahlleiterin gemeldeten vorläufigen Wahlergebnis und den Ergebnissen auf den Webseiten einzelner Gemeinden, durch gefälschte Videos, die zeigten, wie angeblich Wahlzettel mit Stimmen für die AfD in Hamburg vernichtet worden seien oder dass auf Stimmzetteln in Leipzig die AfD fehlen würde. Außerdem wurden unverschlossene Wahlurnen, die Veröffentlichung von Umfragen vor der Wahl oder Schwierigkeiten bei der Stimmabgabe im Ausland als Beweise für einen angeblichen Wahlbetrug interpretiert.

Annullierung der Wahl beim Sieg der AfD

Die Behauptung, dass die Bundestagswahl im Falle eines AfD-Sieges annulliert werden könne, wurde vor allem im Dezember 2024 und Januar 2025 verbreitet. Dabei

wurde auf die annullierte Präsidentschaftswahl in Rumänien Bezug genommen. Warnungen vor ausländischer Einmischung in Deutschland wurden missinterpretiert. So wurde beispielsweise behauptet, Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier habe in einer Rede damit gedroht, die Bundestagswahl bei einem Sieg einer „falschen“ Partei für nichtig zu erklären. Tatsächlich hat der Bundespräsident keine Befugnis, eine Bundestagswahl zu annullieren. In seiner Rede äußerte Steinmeier lediglich die Hoffnung, dass der Wahlkampf mit fairen und transparenten Mitteln geführt werde, und wies auf die Gefahr ausländischer Einmischung hin (Thust 2025).

Im Januar 2025 wurde außerdem eine Aussage des ehemaligen EU-Kommissars Thierry Breton falsch interpretiert. In einem Interview äußerte sich Breton zur Umsetzung des Digital Services Acts (DSA) und sagte, die Verordnung werde sowohl im Kontext der Wahl in Rumänien als auch in Deutschland implementiert. Dieser Ausschnitt wurde falsch interpretiert: Es wurde behauptet, dass Breton gesagt habe, die EU plane eine Annullierung der deutschen Wahl, ähnlich wie in Rumänien. In Wirklichkeit hat die EU keinerlei Kompetenz, Wahlen in Mitgliedstaaten zu annullieren (Lehn 2025). Diese Falschbehauptung wurde unter anderem von der Berliner Zeitung auf X verbreitet sowie von verschiedenen Alternativmedien wie dem *Deutschlandkurier*, dem *COMPACT-Magazin*, *Apollo News* und *AUF1*.



Abbildung 9. Posts mit Falschbehauptungen über angebliche Drohungen mit Annullierung der Bundestagswahl im Fall eines AfD-Sieges. Links: Ein Kachelbild, das in einem Facebook-Post des Alternativmediums Deutschlandkurier verwendet wurde (das Bild ist als KI-generiert gekennzeichnet). Rechts: Ein Telegram-Post des Alternativmediums AUF1.

US-Vizepräsident J.D. Vance bezog sich auf der Münchner Sicherheitskonferenz (Vance 2025) auf diese Fehlinformation, was wiederum von deutschsprachigen Accounts zitiert wurde. Eine englischsprachige Version wurde von Elon Musk auf X geteilt

und erzielte dabei 21,4 Millionen Views (Stand 17. März 2025; der Beitrag ist nicht Teil der analysierten Stichprobe, die ausschließlich deutschsprachige Posts umfasst).

Pauschale unbelegte Behauptungen

In dieser Kategorie von Beiträgen wurde pauschal und ohne Zulieferung von Beweisen behauptet, dass in Deutschland Wahlbetrug stattfindet. So wurden unter anderem die vermeintlich unzureichenden Ergebnisse der AfD am Wahlabend erklärt. Schon vor der Wahl suggerierten Beiträge, dass in Deutschland systematisch Wahlbetrug vorbereitet werde. Die Posts in dieser Kategorie lieferten keine konkreten Hinweise für eine mutmaßliche Manipulation, sondern setzten voraus, die Lesenden seien bereits der Ansicht, dass organisierter Wahlbetrug ein verbreitetes Phänomen in Deutschland sei und eine plausible Erklärung für Umfrage- oder Wahlergebnisse darstelle.



Abbildung 10. Beispiel eines X-Posts mit einer pauschalen Behauptung über Wahlbetrug, der am Wahlabend veröffentlicht wurde.

Angebliche Unstimmigkeiten bei Ergebnissen von AfD und BSW

Nach dem Wahltag wurden Behauptungen über mutmaßlichen Wahlbetrug zum Nachteil der AfD und des BSW verbreitet. Diese stützten sich auf angebliche Diskrepanzen zwischen den von der Bundeswahlleiterin gemeldeten vorläufigen Wahlergebnissen und den Zahlen, die auf den Websites einzelner Gemeinden veröffentlicht wurden. Die Bundeswahlleiterin wies diese Darstellungen zurück ([Bundeswahlleiterin 2025](#)).

Das irreführende Video wurde unter anderem von zwei AfD- und einem BSW-Politiker verbreitet ([Frühwirth 2025](#)). Die Fehlinformation wurde auch in einem Text des russischen Staatssenders *RT DE* aufgegriffen, der Wahlbetrug suggerierte. Links zum Artikel von *RT DE* verbreitete wiederum die deutschsprachige verschwörungsideologische Szene.



Abbildung 11. Ein Telegram-Post eines verschwörungsideologischen Influencers verlinkt den Artikel von RT DE, der Wahlbetrug suggeriert.

Weitere Falschbehauptungen

Unmittelbar vor der Wahl wurden mehrere gefälschte Videos verbreitet, die unzutreffend behaupteten, auf Stimmzetteln in Leipzig fehle die AfD und in Hamburg seien Stimmen für die AfD vernichtet worden. Die Videos wurden vermutlich im Rahmen einer russischen Desinformationskampagne erstellt (siehe Kapitel „Illegitime ausländische Einflussversuche“, Seite 10). Weitere in der Stichprobe gesichtete Beiträge behaupteten, dass unverschlossene Wahlurnen auf Wahlbetrug hindeuteten, dass per Bleistift gesetzte Kreuze für die AfD wegradiert worden, dass Umfragen im Wahlkampf zu Manipulationszwecken eingesetzt worden oder dass Schwierigkeiten bei der Stimmabgabe im Ausland als Hinweis auf Wahlbetrug zu werten seien. Zudem verbreiteten Reichsbürger-Kanäle auf Telegram die verschwörungsideologische Behauptung, die Wahl sei illegal, da die Bundesrepublik selbst illegal sei.

Verwendung von „Wahlbetrug“ in irreführenden Kontexten

Nach der Wahl häuften sich Posts, in denen der Begriff „Wahlbetrug“ verwendet wurde, um dem CDU-Kanzlerkandidaten Friedrich Merz vorzuwerfen, er habe durch die Einigung mit der SPD auf ein Sondervermögen entgegen seiner eigenen Position im Wahlkampf zum Thema Schuldenbremse gehandelt und damit sein Wahlversprechen gebrochen. Diese Posts wurden nicht in die Stichprobe aufgenommen, da sich

die Behauptungen nicht direkt auf die Wahlintegrität bezogen. Die Verwendung von „Wahlbetrug“ im Sinne der „Wählertäuschung“ ist irreführend, da er sich auf vorsätzliche Manipulation der Wahlprozesse mit dem Ziel, das Ergebnis zu verfälschen, bezieht. Auch wenn Politiker:innen für ihre Aussagen und Entscheidungen in einer Demokratie zweifellos zur Verantwortung gezogen werden müssen, kann die häufige irreführende Wiederholung des Begriffs „Wahlbetrug“ dazu beitragen, den Eindruck zu verfestigen, dass Deutschland Probleme mit der Wahlintegrität habe, und Zweifel an der Institution der Wahl säen.

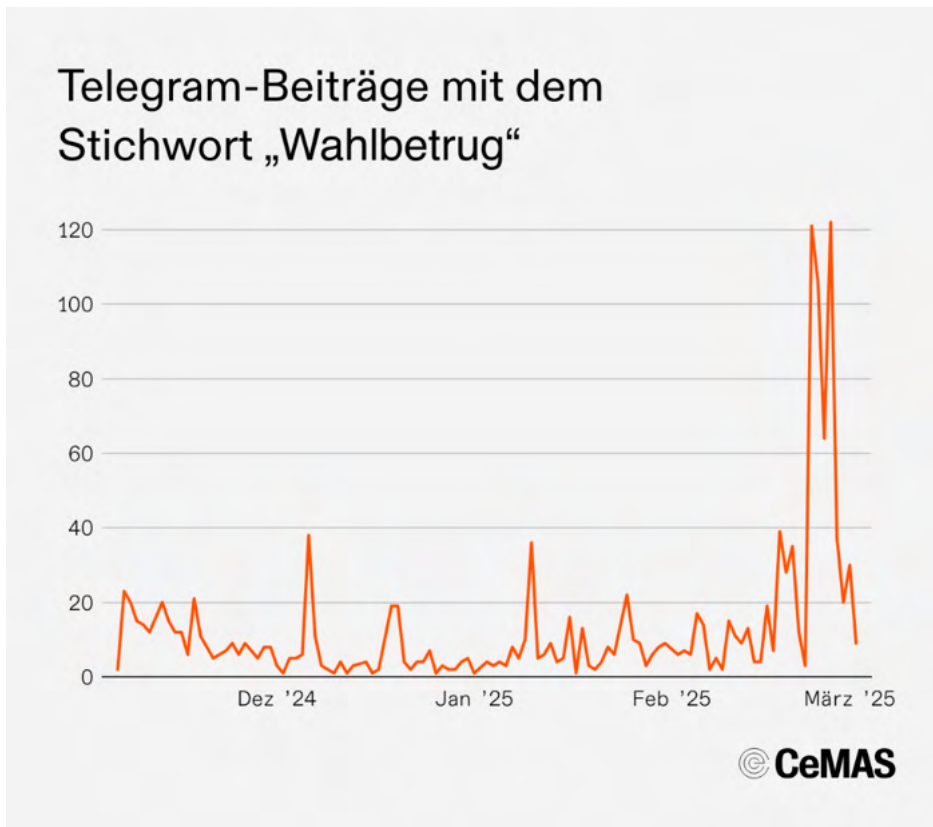


Abbildung 12. Anzahl der Beiträge mit dem Stichwort „Wahlbetrug“ in deutschsprachigen rechtsextremen und verschwörungsideologischen Telegram-Kanälen im Zeitraum vom 6.11.2024 - 2.3.2025; siehe auch btw2025.cemas.io.

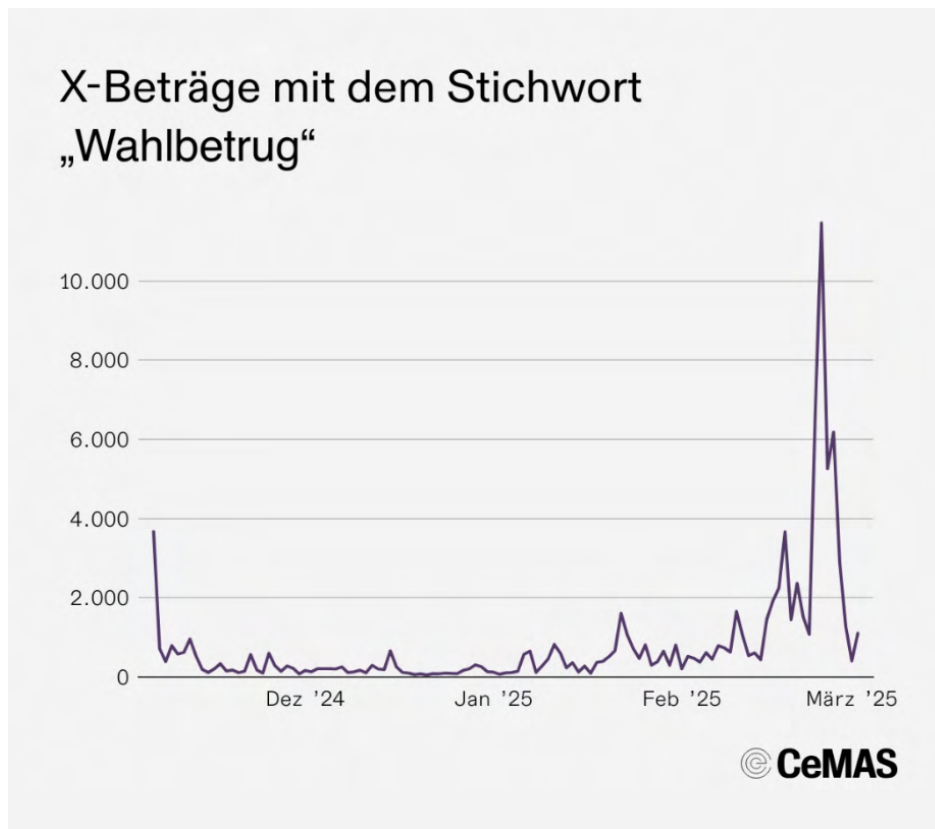
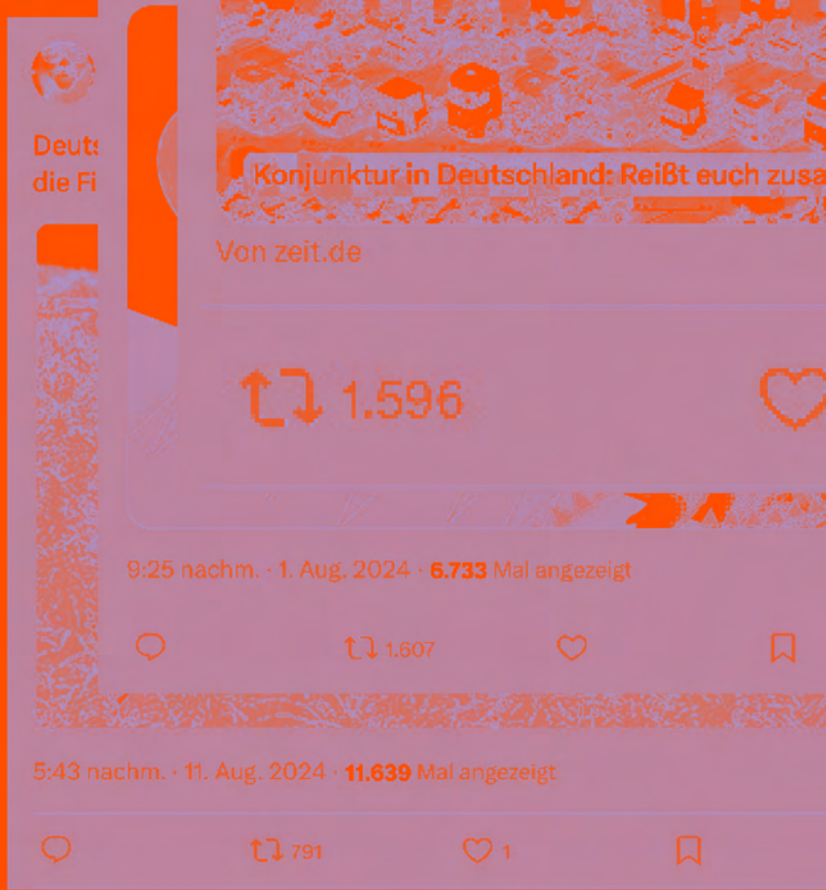


Abbildung 13. Anzahl der deutschsprachigen Beiträge auf X mit dem Stichwort „Wahlbetrug“ im Zeitraum vom 6.11.2024 - 2.3.2025.

Fazit

Falschinformationen über die Integrität der Wahl fanden auf Social-Media-Plattformen weite Verbreitung und erzielten erhebliche Reichweiten. Sie basierten häufig auf unbelegten Behauptungen, falsch interpretierten Aussagen und manipulierten Inhalten. Falsch interpretierte Warnungen vor ausländischer Einmischung wurden zur Quelle der am häufigsten verbreiteten Falschinformationen über die Integrität der Wahl. Sie wurden von unterschiedlichsten Akteur:innen geteilt, darunter russische Desinformationsnetzwerke, Alternativmedien und inländische rechtsextreme und verschwörungsideologische Netzwerke. In mehreren Fällen wurden sie von Politiker:innen und journalistischen Medien aufgegriffen.

Nicht alle dieser Falschbehauptungen wurden absichtlich verbreitet – zum Teil handelte es sich um Gerüchte und Fehlinterpretationen. Dort jedoch, wo sie absichtlich gestreut wurden, wie im Fall von pro-russischen Kampagnen, zielten sie darauf, das Vertrauen in den gesamten demokratischen Prozess zu untergraben. Die regelmäßige Wiederholung solcher Behauptungen in bestimmten Gruppen birgt die Gefahr, das Vertrauen in demokratische Verfahren langfristig zu schwächen.



Die AfD auf den Plattformen TikTok und X im Wahlkampf

Miro Dittrich, Joe Düker

Seit der Übernahme Twitters durch den Milliardär Elon Musk steht die heute als X bekannte Plattform in der Kritik, rechtsextremen Positionen mehr Raum zu geben. Im Wahlkampf für die Bundestagswahl 2025 nutzten auch Akteur:innen der AfD die Plattform X aktiv: Viele AfD-Politiker:innen teilten auf der Microblogging-Plattform täglich mehrere Beiträge und nutzten sie unter anderem auch, um menschenverachtende Positionen der Partei zu bewerben.

In der Vergangenheit wurde der AfD außerdem immer wieder eine besonders erfolgreiche Social-Media-Strategie auf TikTok zugeschrieben (unter anderem [MDR 2024](#)). Doch bei den AfD-Accounts auf TikTok ist oft nicht eindeutig zu erkennen, ob es sich um offizielle Kanäle handelt, da die Verbände und Fraktionen von ihren anderen Internetpräsenzen nicht immer auf ihre TikTok-Accounts verlinken ([Dittrich, Düker, Faßbender 2025](#)). Die geringe Nutzung der Verifizierung offizieller AfD-Präsenzen auf TikTok deutet auf eine fehlende Priorisierung oder Strategie der AfD zu ihrer TikTok-Nutzung hin. Sofern Konten von Mandatsträger:innen vorhanden sind, folgen sie einander nur teilweise und nicht systematisch. Hinzu kommt, dass für viele AfD-Landesverbände, AfD-Fraktionen und AfD-Politiker:innen unterschiedliche Konten existieren, deren Authentizität nicht eindeutig bestimmt werden konnte. Einige waren offensichtlich gefälschte Accounts, die sich thematisch hauptsächlich mit Kryptowährungen befassen.

Um die Kommunikation der AfD im Bundestagswahlkampf 2025 zu analysieren, untersuchte CeMAS ausschließlich Accounts von AfD-Akteur:innen auf TikTok und X, die eindeutig als solche identifiziert werden konnten. Die AfD-Präsenz auf beiden Plattformen wurde miteinander verglichen, um Unterschiede im Nutzungsverhalten zu ermitteln, sowie Aussagen über die Aktivität und den Erfolg der Partei auf den Plattformen zu treffen, die gerade in den Monaten vor der Bundestagswahl 2025 immer wieder Gegenstand medialer Berichterstattung und des öffentlichen Interesses waren.

Methodik

Die Analyse basiert auf Social-Media-Beiträgen der AfD auf X und TikTok, die zwischen dem Bruch der Ampel-Regierung am 06. November 2024 und der Bundestagswahl am 23. Februar 2025 veröffentlicht wurden. Für die Datenerhebung wurden die Medienanalyseplattformen Meltwater und Exolyt genutzt. Zunächst wurden authentische AfD-Konten – darunter Mitglieder des Bundestages, der Landtage, des

Europaparlaments sowie offizielle Landesverbände und Fraktionen³ – individuell identifiziert und von inaktiven oder gefälschten Profilen getrennt. Anschließend erfolgte eine Datenbereinigung, bei der Spaltenbezeichnungen und Datumsformate standardisiert, Duplikate entfernt sowie Engagement-Metriken vereinheitlicht und Account-Handles normalisiert wurden, um plattformübergreifende Vergleiche zu ermöglichen.

Für die inhaltliche Auswertung wurden wöchentlich die 20 TikTok-Videos und 20 X-Beiträge mit den meisten Views herangezogen, wobei pro Account maximal drei Beiträge berücksichtigt wurden, um eine Überrepräsentation einzelner Nutzer:innen zu vermeiden. Diese Methodik bildete die Grundlage, um zentrale Kennzahlen wie Posting-Frequenz, Engagement und Reichweite zu ermitteln sowie plattformspezifische Kommunikationsstrategien der AfD im Wahlkampf zur Bundestagswahl 2025 vergleichend zu analysieren.

Übersicht des Datensatzes

Engagement-Metriken der AfD im Plattformvergleich

Vergleich der Engagement-Metriken der AfD auf X und TikTok im Zeitraum 6.11.2024-23.02.2025

Metrik	X	TikTok	Gesamt
Gesamtzahl Beiträge	43.924	5.773	49.697
Eindeutige AfD-Konten	228	156	302
Durchschnitt Likes pro Beitrag	541	3.307	793
Median Likes pro Beitrag	20	156	31
Gesamtzahl Aufrufe	513.132.238	217.320.744	730.452.982
Durchschnitt Aufrufe pro Beitrag	13.050	37.644	14.698
Median Aufrufe pro Beitrag	341	1.393	501
Maximale Aufrufe für einen Beitrag	24.680.621	6.776.529	24.680.621
Gesamtzahl Kommentare	1.033.812	1.472.508	2.506.320

Tabelle: CeMAS • Quelle: Meltwater, Exolyt

CeMAS

Abbildung 14. Engagement-Metriken der AfD auf X und TikTok im Zeitraum 6.11.2024 – 23.02.2025.

Für den Untersuchungszeitraum vom 6. November 2024 (Tag des Bruchs der Ampel-Regierung) bis zum 23. Februar 2025 (Tag der Bundestagswahl) wurden fast 44.000 Beiträge für X und ungefähr 5.700 Videos für TikTok erfasst. Für X wurden 228

³ Anders als im Kapitel „Der Einsatz KI-generierter Bilder durch die AfD auf X“ umfasst der hier genutzte Datensatz nicht die Kandidat:innen der AfD für die Bundestagswahl, dafür aber die Mitglieder des Europaparlaments.

Accounts ermittelt, die eindeutig AfD-Akteur:innen zuzuordnen sind, für TikTok wurden 156 Accounts identifiziert.

Der Median (Zentralwert) für Likes pro Beitrag liegt für X-Beiträge bei 20 und für TikTok-Videos bei 156, während der Median für Views pro Beitrag bei 341 für X-Beiträge und bei 1.393 für TikTok-Videos liegt. Akkumuliert erreichten die X-Beiträge von AfD-Accounts im Untersuchungszeitraum über 513 Millionen Views und die TikTok-Videos über 217 Millionen Views. Ein Vergleich von View-Metriken der Plattformen ist jedoch mit Einschränkungen verbunden, da die Bemessungsgrundlagen nicht transparent sind.

Nutzungsverhalten und Erfolg der AfD-Accounts auf TikTok und auf X

Anzahl der Beiträge auf TikTok und X

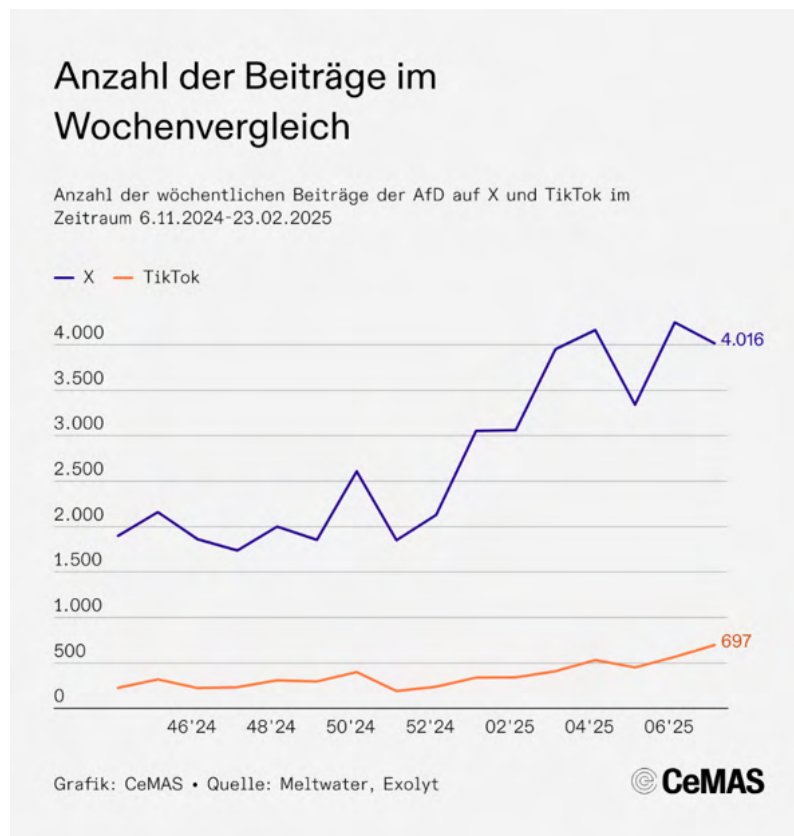


Abbildung 15. Anzahl der wöchentlichen Beiträge von AfD-Accounts auf TikTok und X. Die X-Achse verweist auf Kalenderwochen.

Im Untersuchungszeitraum vom 6. November 2024 bis zum 23. Februar 2025 war eine Zunahme der Kommunikationsaktivitäten von AfD-Accounts auf beiden untersuchten Plattformen zu verzeichnen. Auf TikTok war ein deutlicherer relativer Anstieg zu beobachten – von ungefähr 220 Videobeiträgen Anfang November 2024 auf etwa 700 Beiträge Ende Februar 2025. Trotz dieses proportional stärkeren Wachstums auf TikTok blieb die absolute Beitragsfrequenz auf X durchgehend höher. Diese Diskrepanz zwischen den Plattformen lässt sich durch die unterschiedlichen

Produktionsanforderungen erklären: Während textbasierte Tweets mit vergleichsweise geringem Ressourceneinsatz erstellt werden können, erfordert die Produktion von Videoinhalten für TikTok einen erhöhten Zeit- und Arbeitsaufwand.

Reichweiten-Metriken: Views

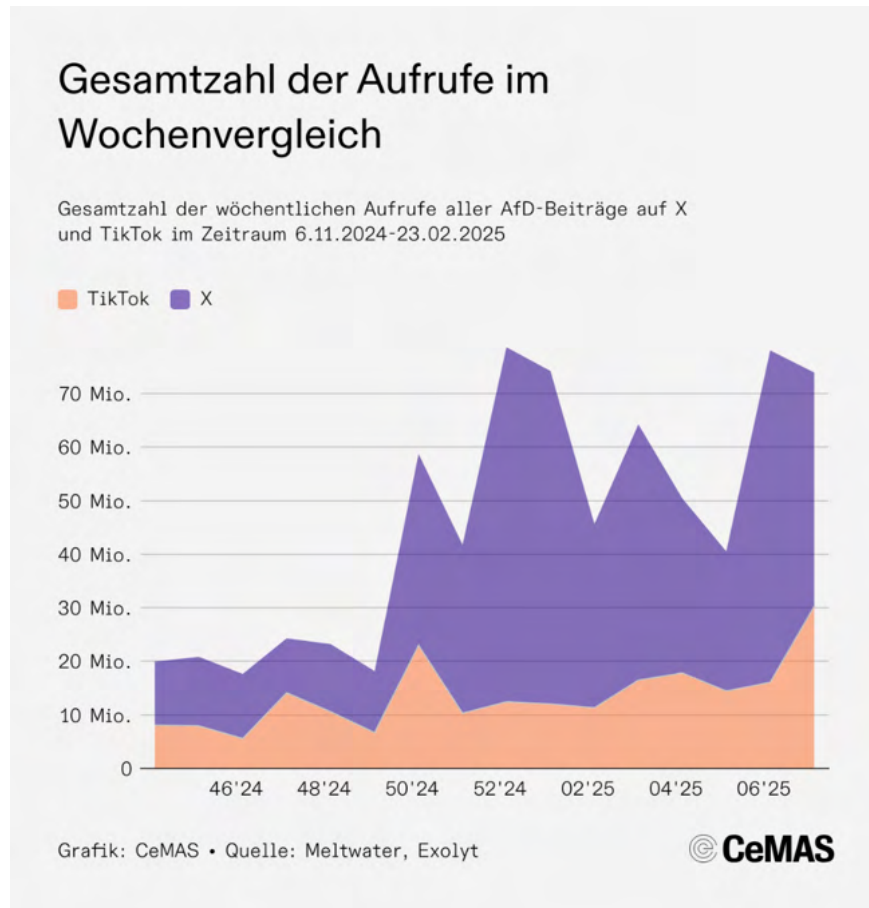


Abbildung 16. Gesamtzahl der wöchentlichen Aufrufe von TikTok-Videos und X-Beiträgen von AfD-Accounts.

Auf X erreichten die AfD-Accounts auch eine höhere Gesamtzahl an Views als auf TikTok. In manchen Wochen des Untersuchungszeitraums verzeichneten die AfD-Accounts auf X rund 66 Millionen Views, während der höchste Wert auf TikTok bei rund 30 Millionen Views lag. Die Zahl der Views stieg auf beiden Plattformen, allerdings mit größeren Schwankungen auf X, während TikTok ein stetiges Wachstum verzeichnete. Die hohe Zahl an Aufrufen auf X erklärt sich dadurch, dass AfD-Konten dort erheblich mehr Beiträge veröffentlichten. Allerdings erscheint die Gesamtzahl der Aufrufe auf X wenig aussagekräftig: Trotz der größeren Menge an Beiträgen im Vergleich zu TikTok-Videos ist die Gesamtzahl der Likes und Kommentare auf beiden Plattformen vergleichbar. Nutzer:innen sehen daher offensichtlich mehr AfD-Beiträge auf X als auf TikTok, doch sie interagieren mit beiden Inhalten in vergleichbarem Maße.

Obwohl die AfD-Konten am Ende des Untersuchungszeitraums weniger erfolgreich auf TikTok erscheinen, zeigt die obige Grafik (Abb. 16), dass sich die Gesamtanzahl der Views mehr als verdoppelt hat (von wöchentlich unter 10 Millionen Ende Dezember

2024 auf über 20 Millionen Ende Februar 2025). Der Anstieg ist darauf zurückzuführen, dass sie vermehrt TikTok-Videos publiziert haben, wie die Grafik zur Anzahl der Beiträge verdeutlicht (von etwa 230 Videos pro Woche Ende Dezember 2024 auf 697 Videos pro Woche Ende Februar 2025).

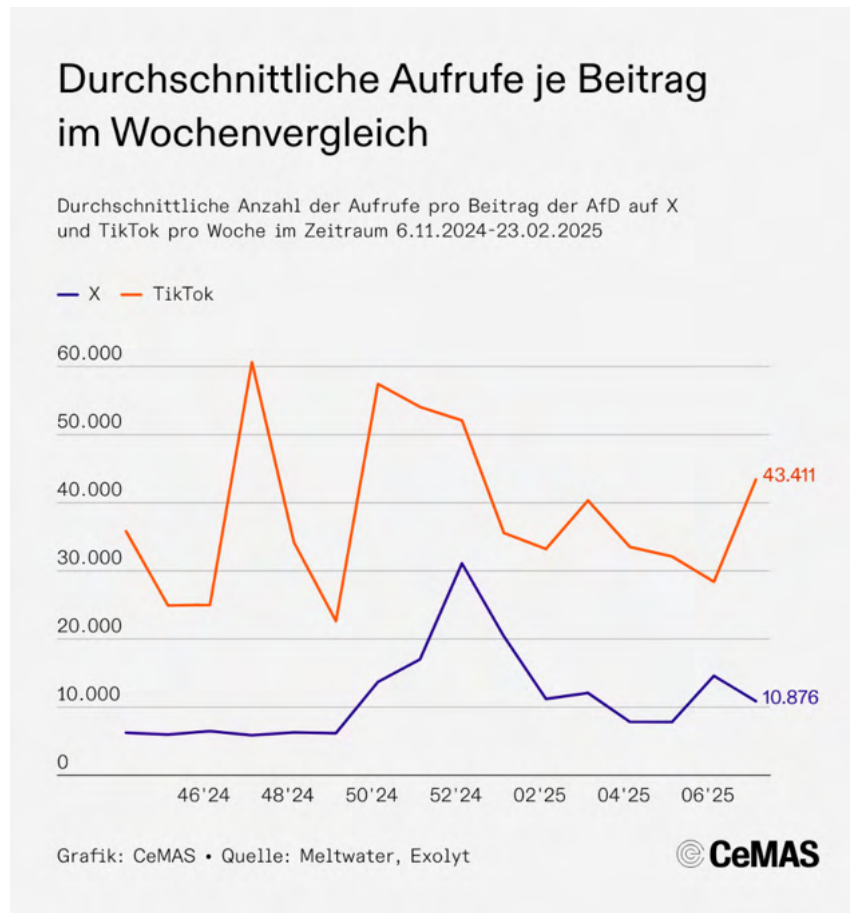


Abbildung 17. Durchschnittliche wöchentliche Aufrufe pro Beitrag der AfD-Accounts auf TikTok und X.

Anders verhält es sich bei den Werten für Views pro Beitrag. TikTok-Videos erzielten mehr Views pro Beitrag als einzelne X-Beiträge. Damit erweisen sich TikTok-Videos für die AfD als lohnender, auch wenn sie aufwendiger zu erstellen sind. Gegen Ende des Untersuchungszeitraums generierten X-Beiträge der AfD-Konten zwar nur etwa 10.000 Views pro Beitrag, doch die große Anzahl an Beiträgen gewährleistet eine hohe Gesamtanzahl an Aufrufen auf X.

Engagement-Metriken: Likes

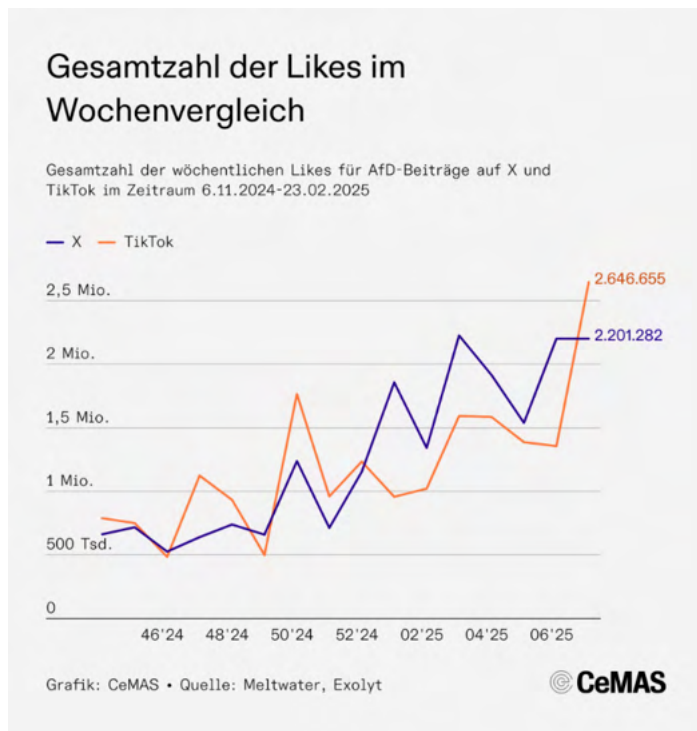


Abbildung 18. Gesamtzahl der wöchentlichen Likes der TikTok-Videos und X-Beiträge von AfD-Accounts.

Die Gesamtzahl der Likes für TikTok-Videos und X-Beiträge von AfD-Accounts ist über den Untersuchungszeitraum ähnlich hoch – obwohl die Anzahl der TikTok-Videos geringer war als die der X-Beiträge. Auf beiden Plattformen stieg die wöchentliche Zahl der Likes von ungefähr 700.000 auf über 2 Millionen.

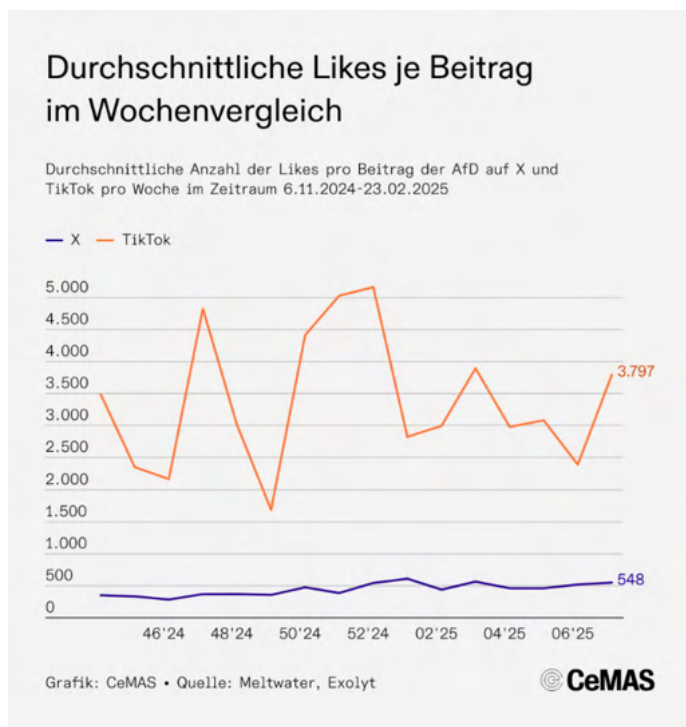


Abbildung 19. Durchschnittliche wöchentliche Likes pro Beitrag von AfD-Accounts auf TikTok und X.

Die Anzahl der Likes pro Beitrag ist für TikTok-Videos eindeutig höher. Obwohl die wöchentlichen Likes pro TikTok-Video während des Untersuchungszeitraums stark schwankten, lagen sie stets deutlich über den Likes pro X-Beitrag. Die TikTok-Videos der AfD-Accounts erzielten zwischen 1.500 und über 5.000 Likes pro Video. Im Vergleich dazu stiegen die Likes pro Beitrag der AfD-Konten auf X lediglich von knapp unter 500 auf knapp über 500 Likes pro Beitrag im Untersuchungszeitraum.

Engagement-Metriken: Kommentare

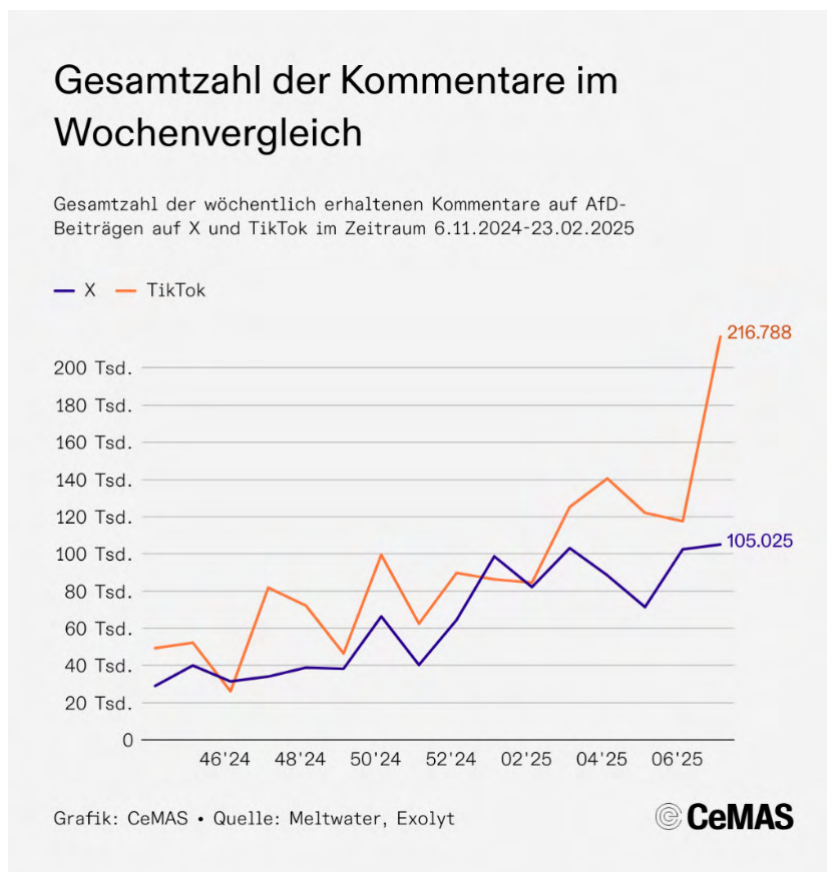


Abbildung 20. Gesamtzahl der wöchentlichen Kommentare zu Beiträgen der AfD-Accounts auf TikTok und X.

Trotz der deutlich geringeren Anzahl an TikTok-Videos im Vergleich zu X-Beiträgen erhielten die TikTok-Inhalte der AfD-Konten im Untersuchungszeitraum nahezu durchgehend mehr Kommentare. Auch hier war die Tendenz auf beiden Plattformen steigend. Zu Beginn des Untersuchungszeitraums lagen die wöchentlichen Kommentare zu X-Beiträgen bei etwa 30.000 und stiegen bis Ende Februar 2025 auf über 100.000. Auf TikTok erhielten Videos der AfD-Accounts anfangs circa 50.000 Kommentare, bis zum Ende des Zeitraums stiegen sie auf etwa 216.000. So verdreifachte sich die Anzahl der Kommentare für X-Inhalte und vervierfachte sich auf TikTok.

Die meistgenutzten Hashtags

Top-Hashtags der AfD im Wahlkampf

Top-10 Hashtags nach Plattform im Zeitraum 6.11.2024-23.02.2025

Platz	X Hashtags	Anzahl	TikTok Hashtags	Anzahl
1	afd	6.471	afd	1.568
2	cdu	1.085	deutschland	687
3	deutschland	732	fyp	482
4	merz	686	politik	332
5	bundestag	651	bundestag	287
6	weidel	607	weidel	229
7	magdeburg	573	cdu	187
8	eu	517	fürdich	178
9	trump	516	viral	172
10	deshalbfafd	492	aliceweidel	154

Tabelle: CeMAS • Quelle: Meltwater, Exolyt

 CeMAS

Abbildung 21. Die zehn meistgenutzten Hashtags von AfD-Accounts auf TikTok und X.

Diese beiden Listen vergleichen die Top 10 der am häufigsten verwendeten Hashtags in Inhalten von AfD-Accounts auf TikTok und X. Für TikTok griffen die AfD-Accounts auf Hashtags zurück, die für die Plattform typisch sind, wie „viral“, „fürdich“ oder „fyp“ (For You Page, der TikTok-Bereich für empfohlene Inhalte). Im Gegensatz dazu enthalten die X-Hashtags der AfD-Konten häufiger thematische Bezüge, beispielsweise „magdeburg“ (ein Verweis auf den Anschlag auf den Magdeburger Weihnachtsmarkt am 20. Dezember 2024), „eu“ oder „trump“. Der Hashtag „cdu“ erscheint in beiden Top 10-Listen und erreicht bei den X-Hashtags sogar den zweiten Platz. In der Regel verwenden AfD-Accounts diesen Hashtag in Beiträgen, in denen sie die CDU kritisieren oder verunglimpfen.

AfD-Accounts auf TikTok und X



Abbildung 22. Verteilung der genutzten Konten von AfD-Akteur:innen auf TikTok und X.

Unter den untersuchten Konten befinden sich 284 X-Konten und 191 TikTok-Konten. 173 AfD-Akteur:innen besitzen Konten auf beiden Plattformen. So scheint X noch immer die etabliertere Plattform für AfD-Akteur:innen zu sein. 111 von ihnen besitzen lediglich ein X-Konto und kein TikTok-Konto, während lediglich 18 AfD-Akteur:innen ein TikTok-Konto, aber kein X-Konto führen.

119 AfD-Akteur:innen verfassen häufiger Beiträge auf X, während 42 häufiger TikTok-Videos veröffentlichen. Im Durchschnitt erstellten AfD-Konten 175 X-Beiträge und 31 TikTok-Videos im Untersuchungszeitraum. Acht AfD-Konten veröffentlichten dagegen weder auf TikTok noch auf X Inhalte, 35 Konten verzeichneten keine Aktivität auf TikTok und 26 auf X.

Erfolg von AfD-Beiträgen auf TikTok und X

Bei den AfD-Akteur:innen, die sowohl auf TikTok als auch auf X aktiv sind, wurde zudem das Engagement ihrer Beiträge untersucht. Engagement (oder „Interaktion“ wird hier als Summe aus Likes, Shares und Kommentaren definiert. Das durchschnittliche Engagement pro Video lag auf TikTok bei 2.089, was viermal höher ausfällt als das durchschnittliche Engagement von 515 pro X-Beitrag.

Engagement-Erfolg der AfD im Wahlkampf

Effizienz der Nutzung der AfD auf X und TikTok* im Zeitraum 6.11.2024-23.02.2025

Metrik	X	TikTok
Posts pro Account	175	31
Aufrufe pro Post	9.408	19.428
Engagement pro Post	515	2.089
Engagement pro View (%)	6	9

*Berücksichtigt wurden nur Accounts, die sowohl auf X als auch auf TikTok präsent sind.

Tabelle: CeMAS • Quelle: Meltwater, Exolyt

Abbildung 23. Engagement-Metriken der AfD-Accounts auf TikTok und X.

Zudem erzielten TikTok-Videos im Durchschnitt doppelt so viele Views pro Beitrag wie X-Beiträge, mit ungefähr 19.400 im Vergleich zu etwa 9.400. TikTok hat außerdem eine höhere Engagement-Rate: 9,3 Prozent der Views führten zu Interaktionen, während dies auf X nur bei 5,8 Prozent der Views der Fall war.

Auf Abbildung 24 werden ebenfalls nur die Konten von AfD-Akteur:innen verglichen, die auf beiden Plattformen aktiv sind. Ein Vergleich der zehn TikTok-Konten und zehn X-Konten mit den meisten Views pro Beitrag verdeutlicht die Präsenz von Alice Weidel, die für beide Plattformen den ersten Platz einnimmt. Die beiden weiteren AfD-Konten, die in den Top 10 der Konten mit den meisten durchschnittlichen Views pro Beitrag sowohl auf TikTok als auch auf X vertreten sind, gehören der AfD-Bundestagsfraktion und Ulrich Siegmund, einem Abgeordneten im Landtag von Sachsen-Anhalt. Alice Weidel erzielte auf ihrem X-Konto die höchste Anzahl an Views pro Beitrag (rund 540.000). Im Verhältnis der Aufrufe kann sich TikTok aber gegen X durchsetzen: Die zehn TikTok-Konten mit den meisten Views erhielten im Vergleich fast doppelt so viele Views pro Beitrag wie die zehn beliebtesten X-Konten.

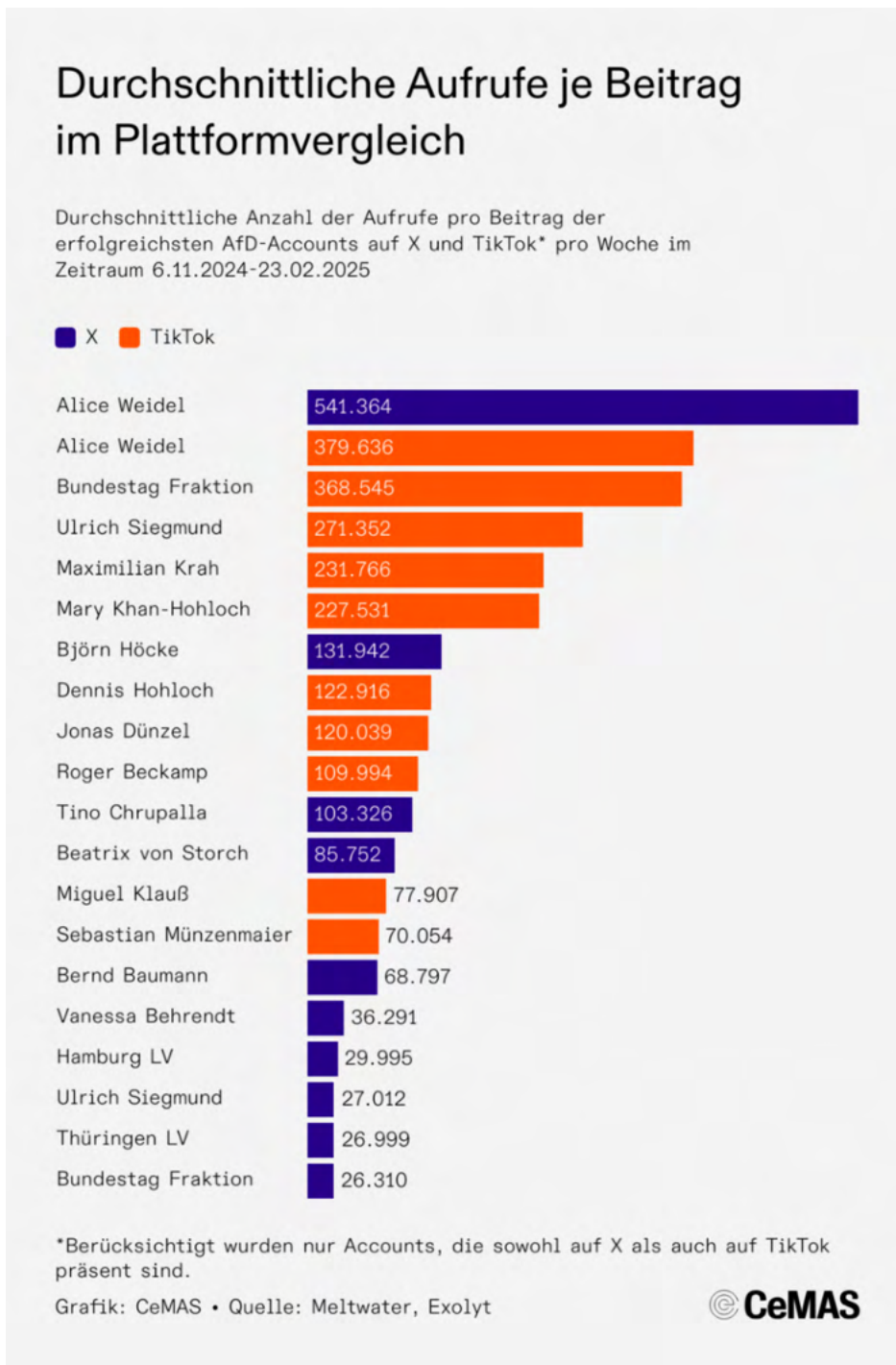


Abbildung 24. Die zehn AfD-Accounts auf TikTok und X mit der größten durchschnittlichen Anzahl an Aufrufen pro Beitrag.

Von den auf beiden Plattformen aktiven Konten sind lediglich 16 hinsichtlich ihres Engagement-Erfolgsquotienten⁴ auf X erfolgreicher, während 104 Konten auf TikTok eine

⁴ In unserer Analyse haben wir „Erfolg“ anhand des „Platform_Preference_Index“ gemessen, der auf dem normalisierten Erfolgsquotienten basiert. Dieser berücksichtigt: 1. Das normalisierte Engagement (relativ zum höchsten Engagement auf der jeweiligen Plattform) und 2. Die Anzahl der Videos/Beiträge. Ein Account ist „erfolgreicher“ auf einer Plattform, wenn er dort ein höheres normalisiertes Engagement pro Beitrag erzielt. Dies bedeutet, dass die Plattform für diesen Account effizienter ist – er erzielt mit weniger Aufwand (Videos/Beiträge) mehr Wirkung (Engagement).

höhere Erfolgsrate aufweisen. Trotz einer deutlich geringeren Veröffentlichungsfrequenz generiert TikTok pro Konto nahezu das gleiche Gesamtengagement wie X.

Mehr Beiträge auf X, doch mehr Interaktionen zu TikTok-Videos

Die untersuchten AfD-Konten zeigten auf X eine deutlich höhere Aktivität, vermutlich aufgrund des geringeren Aufwands bei der Erstellung von X-Beiträgen. Dennoch nutzte die AfD auch TikTok aktiv, mit rund 5.800 Videos von etwa 160 identifizierten Konten.

Bemerkenswerterweise erzielten die AfD-Konten auf TikTok erheblich mehr Views und Interaktionen pro Beitrag. Zwar ist die Produktion von TikTok-Videos aufwendiger, doch generieren sie offensichtlich auch mehr Likes und Kommentare pro Video. Während sich X-Beiträge für AfD-Konten vor allem durch ihre große Anzahl lohnen, sind TikTok-Videos bereits in geringerer Zahl effektiv.

Die Themen der AfD auf TikTok und X im Wahlkampf

In der Wahlkampfzeit setzten AfD-Konten auf TikTok und X vor allem auf Beiträge, die sich gegen die Migrations- und Asylpolitik aussprechen. In X-Beiträgen und TikTok-Videos forderten AfD-Politiker:innen, das Asylrecht zu verschärfen, Grenzen zu schließen oder illegale oder kriminelle Migrant:innen abzuschieben.

Bei Angriffen auf politische Konkurrent:innen konzentrierten sich die AfD-Konten in erster Linie auf die CDU und die Grünen. Bei den Grünen waren besonders die Bundesministerin des Auswärtigen Annalena Baerbock und Kanzlerkandidat Robert Habeck von Verunglimpfungen durch AfD-Konten betroffen, bei der CDU war es vor allem Kanzlerkandidat Friedrich Merz. Häufig wurden die Verunglimpfungen beider Parteien miteinander verknüpft, beispielsweise indem AfD-Politiker:innen behaupteten, eine Stimme für die CDU käme einer Unterstützung grüner Politik gleich. Auch wurde der CDU unterstellt, dass sie im Wahlkampf Positionen der AfD kopiere, diese jedoch nach der Wahl nicht umsetzen wolle. Immer wieder betonten AfD-Politiker:innen, dass ein „Politikwechsel“ nur mit einer Stimme für die AfD möglich sei.

In diesem Kontext griffen AfD-Politiker:innen auch die Brandmauer der etablierten Parteien gegenüber der AfD an. Nach dem Bruch der Ampel-Regierung gäbe es Mehrheiten für migrationsfeindliche Politik, wenn CDU und FDP nur mit der AfD zusammenarbeiten würden, so die AfD-Politiker:innen. Besonders im Kontext von Anschlägen durch mutmaßliche Attentäter mit Migrationshintergrund griff die AfD die Union für ihr Festhalten an der Brandmauer an. Seit dem Angriff von Aschaffenburg am 22. Januar 2025, bei dem der Täter – mutmaßlich ein 28-jähriger Afghane, der in einer Asylunterkunft wohnte und ausreisepflichtig war – eine Kindergruppe in einem Park mit einem Messer angriff, nutzten AfD-Politiker:innen auch den Begriff „Brandmauertote“, um unter anderem die CDU/CSU für die Opfer solcher Anschläge verantwortlich zu machen.

Demnach sei die Brandmauerpolitik vor allem von Union und FDP schuld, weil sie verhindere, dass Asyl- und Migrationspolitik verschärft werden. Die Anschläge von Magdeburg (20. Dezember 2024), Aschaffenburg (22. Januar 2025) und München (13. Februar 2025) wurden von AfD-Konten auf TikTok und X allgemein genutzt, um migrationsfeindliche Positionen zu verbreiten.

AfD-Politiker:innen nutzten auch das Thema der deutschen Unterstützung für die Ukraine im russischen Angriffskrieg, um die etablierten Parteien anzugreifen. Die AfD positioniert sich hier als vermeintliche „Friedenspartei“ und kritisiert die ehemalige Ampel-Koalition sowie die CDU als vermeintliche „Kriegstreiber“. Explizit schüren AfD-Politiker:innen in diesem Kontext auch die Sorge vor einem Dritten Weltkrieg und bezichtigten die anderen Parteien der Fahrlässigkeit und Eskalation. Darüber hinaus feierten AfD-Politiker:innen den Wahlsieg von US-Präsident Donald Trump und die Politik seiner Regierung, zum Beispiel das Vorhaben, die US-Behörde für Entwicklungshilfe, USAID, aufzulösen. AfD-Accounts äußerten zudem Freude über die Unterstützung durch den Trump-Vertrauten und Multimilliardär Elon Musk. Aus dieser Verbindung entsprang auch ein Live-Talk auf Musks Plattform X mit Alice Weidel, der millionenfach angeschaut wurde. Auch Videos von Musks Live-Zuschaltung zum AfD-Wahlkampfauftakt in Halle Ende Januar 2025 wurden von AfD-Accounts auf TikTok und X beworben ([Rathje, Tiedemann 2025a](#)). AfD-Politiker:innen griffen im Wahlkampf außerdem wiederholt das Thema Meinungsfreiheit auf. Sie beschworen immer wieder eine angebliche Zensur ihrer Inhalte durch deutsche Medien und Politik, vor allem im Kontext von Kritik am Live-Talk von Weidel und Musk. AfD-Politiker:innen feierten zudem die Rede von US-Vizepräsident J.D. Vance auf der Münchener Sicherheitskonferenz Mitte Februar 2025, in der er kritisierte, dass die Meinungsfreiheit in Europa durch Maßnahmen gegen Desinformation bedroht sei.

Abgesehen von diesen kontinuierlich von AfD-Politiker:innen auf TikTok und X adressierten Themen wurden außerdem einige andere Sachverhalte lediglich für ein bis zwei Wochen in den Fokus gerückt. Dazu gehören der Bruch der Ampel-Regierung, der Wahlsieg Donald Trumps in den USA oder die Abstimmungen im Bundestag über CDU-Anträge zur Verschärfung der Migrationspolitik am 29. und 31. Januar 2025. Letzteres präsentierten AfD-Politiker:innen als Erfolg für ihre Positionen. In den Wochen unmittelbar vor der Wahl begannen AfD-Politiker:innen auch, vermehrt für Wahlbeobachtung zu werben. Einige Politiker:innen verwiesen in diesem Kontext auf den rechtsextremen Verein *Ein Prozent*, der Wahlbeobachtungen organisierte ([Rathje 2025](#)).

Fazit

Die AfD-Konten auf TikTok und X konzentrierten sich in der Zeit des Wahlkampfs auf die Themen Migrations- und Asylpolitik, die Brandmauer der etablierten Parteien

gegenüber der AfD, die deutsche Unterstützung der Ukraine im russischen Angriffskrieg, Meinungsfreiheit und Verunglimpfungen der CDU und der Grünen.

Trotz einer unklaren Strategie der AfD-Konten auf TikTok, gemessen an fehlenden Verlinkungen von offiziellen Präsenzen, auch bei Konten der Landesverbände und Fraktionen, sind einige AfD-Politiker:innen erfolgreich auf der Plattform.

Insgesamt scheinen sowohl die Plattform X als auch die Plattform TikTok für die AfD attraktiv für die Wahlkampfkommunikation zu sein, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen: Auf X gelang es der AfD und ihrem Vorfeld, auch in internationale Sphären vorzudringen, wie eine weitere Analyse im Rahmen des Bundestagswahlmonitorings von CeMAS 2025 zeigte, welche die Interaktionen zwischen AfD-Konten und Konten des Parteivorfeldes und dem Inhaber der Plattform Elon Musk untersuchte ([Rathje, Tiedemann 2025a](#); [Rathje, Tiedemann 2025b](#)). TikTok wiederum ist besonders bei Kindern und Jugendlichen beliebt. Die Nutzung der Plattform bietet der AfD somit die Möglichkeit, auch jüngere Zielgruppen anzusprechen und zu erschließen.

Als erfolgreichste Vertreterin der AfD identifiziert die Datenauswertung Alice Weidel – und zwar auf beiden Plattformen, insbesondere jedoch auf X: Hier weist ihr Konto mehr als viermal so viele Follower:innen wie der zweitgrößte analysierte Account auf.

Im Untersuchungszeitraum veröffentlichten die AfD-Konten deutlich mehr X-Beiträge als TikTok-Videos. Dadurch verteilen sich die Views pro Beitrag und Likes pro Beitrag auf den Plattformen unterschiedlich: Obwohl die Gesamtzahl für Likes (und auch für Kommentare) nahezu gleich für X-Beiträge und TikTok-Videos ist, erzielen einzelne Beiträge von AfD-Konten auf TikTok deutlich mehr Views und Likes, als es für einzelne Beiträge auf X der Fall ist. Die vergleichsweise aufwendigere Produktion von Videos für TikTok erscheint vor diesem Hintergrund lohnend für die AfD und ihre Wahlkampfkommunikation.

Der AfD wird oft Geschick und Erfolg in den sozialen Netzwerken nachgesagt. Dieses Kapitel trägt dazu bei, die Präsenz der AfD auf zwei viel diskutierten Plattformen mit empirischen Werten zur Reichweite und den erreichten Interaktionen der Partei auf der jeweiligen Plattform zu veranschaulichen. Die Analyse deutet darauf hin, dass sich sowohl TikTok als auch X für die AfD lohnen. Auf X scheinen die AfD-Accounts vor allem auf Quantität zu setzen, während die AfD-Konten auf TikTok auch mit weniger Videos ein vergleichbar hohes Maß an Interaktion erreichen.

Rechtsextremes und verschwörungsideologisches Milieu auf Telegram: Themen im Wahlkampf

Simone Rafael, David Faßbender

Auf der Website www.btw2025.cemas.io hat CeMAS vom 13. Januar bis zum 28. Februar 2025 jede Woche eine Auswertung über besonders relevante Beiträge und Diskussionen der verschwörungsideologischen und rechtsextremen Milieus auf Telegram veröffentlicht. CeMAS wertete dabei den Diskurs und die Narrative von rund 3.000 Telegram-Kanälen und 2.000 Gruppen aus.⁵ Bei Telegram handelt es sich um eine der zentralen Plattformen für die Vernetzung und Kommunikation dieses Milieus – allerdings nimmt die Relevanz von X nach dem Aufkauf durch Elon Musk und die damit einhergehende Veränderung der Plattformpolitik für dieses Milieu deutlich zu. Telegram war damit bei der Bundestagswahl 2025 nicht mehr singulär das wichtigste Vernetzungsmedium. Dennoch lassen sich aus der Analyse der auf Telegram geteilten Beiträge Erkenntnisse generieren, welche Themen innerhalb dieses Milieus in den Wochen vor und nach der Wahl relevant waren. Außerdem hat CeMAS analysiert, welche YouTube-, X- und TikTok-Links auf Telegram geteilt werden.

Die Wahlkampfzeit im Schnelldurchlauf

KW 3, 13.01. – 19.01.2025:

Verschwörungsideologische, pro-russische und AfD-nahe Telegram-Kanäle verbreiten die Falschbehauptung, die Bundestagswahl könne bei einem Sieg der AfD annulliert werden – mit Verweis auf die Wahl-Annullierung in Rumänien ([Voinea 2025](#)). Donald Trump und seine Amtseinführung stehen im Mittelpunkt der Diskussion – der Sieg des US-Präsidenten wird als Blaupause gesehen. [Alternativmedien](#) behaupten, die Ampel-Bundesregierung halte sich eine für sie politisch genehme Zivilgesellschaft durch staatliche Finanzierung.

KW 4, 20.01. – 26.01.2025

Rechtsextreme und pro-russische Telegram-Kanäle geben den etablierten Parteien die Schuld für den Messer-Angriff von Aschaffenburg, bei dem ein geflüchteter, psychisch kranker Mann ein Kind und einen Mann tödlich verletzte. Das rechtsextreme Milieu thematisiert einen Bruch der Brandmauer zur AfD, nachdem CDU-Kanzlerkandidat Merz angekündigt hat, eine verschärfte Migrationspolitik auch mit Stimmen der

⁵ Eine Beschreibung des Datensatzes findet sich unter <https://btw2025.cemas.io/daten#beschreibung-des-datensatzes>.

AfD durchsetzen zu wollen. Kanäle russischer Staatsmedien und pro-russische Kanäle diskreditieren Demonstrationen gegen Rechtsextremismus.

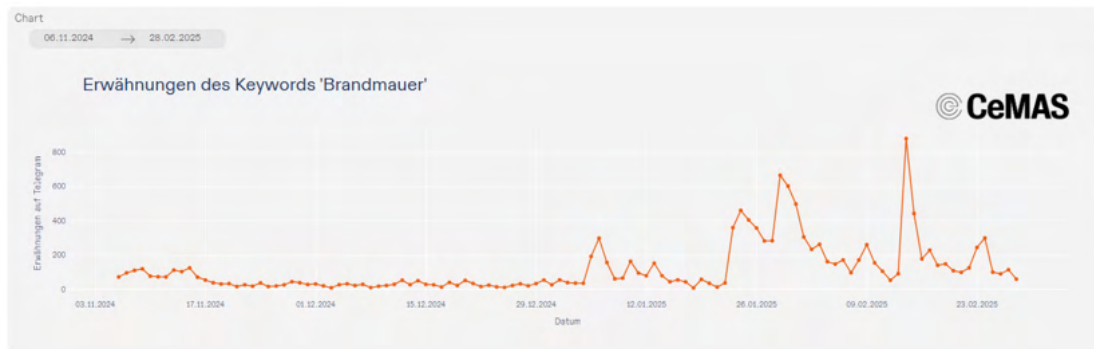


Abbildung 25. Auf <https://btw2025.cemas.io/daten> finden sich verschiedene Keyword-Graphen wie dieser zum Thema „Brandmauer“. Deutlich ist zu sehen, wie das Diskussionsthema im Zeitverlauf (06.11.2024 bis 28.02.2025) zunimmt. Für eine Beschreibung der Spitzen im Graphen siehe <https://btw2025.cemas.io/daten#erwaehnung-brandmauer-keyword-analyse>.

KW 5, 27.01. – 02.02.2025

Das rechtsextreme Milieu bezeichnet den „Brandmauerfall“ im Bundestag als „historischen Moment“, nachdem Merz’ „Fünf-Punkte-Plan zu Migrationspolitik“ mit Stimmen von AfD und FDP angenommen wird. Rechtsextreme Telegram-Kanäle versuchen weiter, Migration als Bedrohung für deutsche Bürger:innen darzustellen. Pro-russische Kanäle teilen Propagandamaterial der russischen „Prankster“ Vovan und Lexus über den CDU-Politiker Johann Wadephul, dessen Partei sie als „Kriegstreiber“ darstellen. Sie hatten Wadephul vorgetäuscht, er würde mit dem ukrainischen Präsidentschaftschef Andrij Jermak sprechen.

KW 6, 03.02. – 09.02.2025

Im Kontext des TV-Duells zwischen den Kanzlerkandidaten Olaf Scholz und Friedrich Merz kritisieren Telegram-Kanäle russischer Staatsmedien und pro-russische Kanäle, dass es keine Unterschiede mehr zwischen den etablierten Parteien gebe und jeder Streit vorgetäuscht sei (etwa *RT DE*).

Außerdem wird die Enthüllung einer angeblichen Verschwörung „der Geheimdienste“ gegen die AfD von *AUF1* sehr häufig geteilt: Geheimdienste hätten die „Sächsischen Separatisten“ zur Terrorgruppe stilisiert – angeblich mit dem Ziel, der AfD zu schaden. Entgegen dieser Behauptung, es habe sich lediglich um eine unbewaffnete Gruppe junger Männer gehandelt, stellten die Ermittlungsbehörden bei Durchsuchungen tatsächlich Waffen sicher. Drei der acht Mitglieder der Gruppe, die nach einer Razzia im November 2024 verhaftet wurden, waren AfD-Mitglieder.

KW 7, 10.02. – 16.02.2025

Rechtsextreme Telegram-Kanäle debattieren über den islamistischen Anschlag auf eine Gewerkschaftsdemonstration in München und zeichnen die Migrationspolitik der

Regierungsparteien als verantwortlich. Pro-russische Telegram-Kanäle loben Alice Weidels Forderung, die Sanktionen gegen Russland aufzuheben. Sie berichten positiv von den Treffen zwischen Weidel und dem ungarischen Premierminister Viktor Orbán sowie mit dem US-Vizepräsidenten J.D. Vance. Die Spitzenkandidatin der AfD wird als eine Staatsfrau dargestellt, deren Ansehen in der Weltpolitik vermeintlich wachse. Die Rede von J.D. Vance auf der Münchner Sicherheitskonferenz, die eine angebliche Zensur in der EU kritisierte, wird von rechtsextremen Telegram-Milieus vielfach zustimmend diskutiert.



Abbildung 26. Auf <https://btw2025.cemas.io/daten> finden sich verschiedene Keyword-Graphen wie dieser zum Thema „Meinungsfreiheit“. Deutlich ist zu sehen, wie das Diskussionsthema im Zeitverlauf (06.11.2024 bis 28.02.2025) gerade nach der Intervention von J.D. Vance zunimmt. Für eine Beschreibung der Spitzen im Graphen siehe <https://btw2025.cemas.io/daten#erwaehnung-brandmauer-keyword-analyse>.

KW 8, 17.02. – 23.02.2025

In rechtsextremen Telegram-Kanälen findet die Kritik an Europas angeblicher „Zensurpolitik“ weiterhin viel Zuspruch – auch im Kontext eines Videos der amerikanischen CBS-Fernsehsendung „60 Minutes“, in dem es um Strafverfolgung von Hate Speech in Deutschland geht. Äußerungen von Elon Musk fanden im Untersuchungszeitraum besondere Verbreitung in diesen Netzwerken. Zu den meistgeteilten X-Links zählten seine Aussage „Time to liberate Germany“ sowie seine Weiterleitungen von Inhalten der AfD-Spitzenkandidatin Alice Weidel und des thüringischen AfD-Politikers Björn Höcke. Diese Beiträge rangierten unter den zehn am häufigsten verbreiteten X-Links innerhalb der untersuchten Woche. Pro-russische Kanäle verbreiten Desinformationen über eine „grüne Finanzpolitik“, die angeblich Deutschland vernachlässige, um der Ukraine zu helfen.

KW 9, 24.02. – 02.03.2025

Nach der Wahl konzentriert sich das Milieu auf Wahlkampf-Versprechen von Friedrich Merz. Es kritisiert, dass Merz sich weigere, Grenzen zu schließen, und empören sich über das Zugeständnis, dass eine Reform der Schuldenbremse nötig sei, um die Ukraine zu unterstützen. Dies wird als vermeintlicher „Wahlbetrug“ dargestellt. Die pro-russische Szene interessiert sich für das Streitgespräch zwischen Donald Trump und dem ukrainischen Präsidenten Volodymyr Zelenskij.

Die bevorzugten Informationsquellen der Szene

Woher haben die rechtsextremen und verschwörungsideologischen Gruppen und Kanäle vor der Bundestagswahl ihre Informationen bezogen? Darüber gibt eine Domain-Analyse⁶ im Datensatz *Aufschluss: Welche Medien wurden wie oft in den untersuchten Telegram-Kanälen und -Gruppen geteilt?* CeMAS hat sowohl scene-eigene [Alternativmedien als auch journalistische Medien](#)⁷ ausgewertet.

Alternativmedien, deren Domains am häufigsten geteilt wurden

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

	Medium	Anzahl der Gruppen und Kanälen	Anzahl der Erwähnungen
1	<i>Apollo News</i>	793	24.434
2	<i>Nius</i>	756	12.968
3	<i>AUF1</i>	753	13.063
4	<i>tkp</i>	751	16.304
5	<i>Report24</i>	697	17.054
6	<i>Reitschuster</i>	638	11.145
7	<i>Uncutnews</i>	632	16.757
8	<i>Junge Freiheit</i>	632	13.313
9	<i>Tichys Einblick</i>	630	11.309
10	<i>Epoch Times</i>	562	16.871
11	<i>Kla.tv</i>	558	16.494
12	<i>Legitim.ch</i>	532	3.830
13	<i>Alexander Wallasch</i>	518	3.629
14	<i>Anti-Spiegel</i>	479	6.397
15	<i>Nachdenkseiten</i>	447	3.137
16	<i>Multipolar-Magazin</i>	427	3.587
17	<i>Achse des Guten</i>	426	2.576
18	<i>Exxpress</i>	422	8.632
19	<i>apolut</i>	421	3.816
20	<i>Ansage</i>	393	7.326

CeMAS

Abbildung 27. Meistgeteilte Alternativmedien.

⁶ Eine Beschreibung der Methode Domain-Analyse finden Sie unter <https://osf.io/82vgt>.

⁷ Als Alternativmedien beschreiben wir Internet-Outlets, die sich selbst als Medien bezeichnen, aber wenig auf journalistische Standards wie etwa Wahrhaftigkeit, Genauigkeit, Faktenbasiertheit, Quellenprüfung, Unabhängigkeit, Objektivität und Fairness achten.

Journalistische Medien, deren Domains am häufigsten geteilt wurden

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

	Medium	Anzahl der Gruppen und Kanäle	Anzahl der Erwähnungen
1	BILD	1.008	43.814
2	Die Welt	868	17.127
3	Berliner Zeitung	813	12.501
4	Tagesschau	761	7.818
5	Focus	695	7.380
6	N-TV	681	14.700
7	t-online	670	8.909
8	Spiegel	661	6.772
9	Die Zeit	569	4.849
10	Frankfurter Rundschau	542	3.272
11	ZDF	540	2.872
12	Merkur	517	3.439
13	FAZ	512	2.530
14	MDR	508	2.459
15	stern	491	2.296
16	MSN	485	7.601
17	NZZ	482	5.991
18	Süddeutsche Zeitung	479	2.513
19	Daily Mail	477	3.573
20	Tagesspiegel	444	2.755

Abbildung 28. Meistgeteilte journalistischen Medien.

Erkennbar ist, dass beide Medientypen geteilt werden. Inhalte etablierter journalistischer Medien werden insbesondere dann aufgegriffen, wenn die angebotenen Informationen oder Argumentationen die Weltansicht der rechtsextremen Szene bestätigen. Dies zeigen etwa die Spitzenreiter der Tabelle, die selbst Themen der Szene aufgreifen und bespielen, etwa Die Welt mit einem Elon-Musk-Gastbeitrag ([Musk 2024](#)), BILD mit einer inzwischen depublizierten Anklage über angeblich vom Staat mit Steuermitteln geförderte Proteste in Deutschland ([Eckhard 2025](#)) oder die Berliner Zeitung mit vielen Artikeln über vermeintliche Fehler in der Corona-Pandemie ([Kopietz 2024](#); [Kopietz 2025](#); [Latour, Sonneborn 2024](#)). Der langjährige BILD-Chefredakteur Julian Reichelt ist nun Chefredakteur von *Nius*, das zur Verlagsgruppe *Vius* gehört. Ebenfalls bei *Vius* war Max Mannhart, der Gründer und Chefredakteur von *Apollo News*. Mit *AUF1* kommt ein Medium aus Österreich dazu, das auch durch seine offene Unterstützung der AfD größere Teile seiner Zielgruppe in Deutschland hat. Der Sender ist einer der wichtigsten und reichweitenstärksten Medien der rechtsextremen und

verschwörungsideologischen Szene, der immer wieder Falschinformationen zur Corona-Pandemie oder zu Migration verbreitet. (vgl. [Siggelkow 2025](#)). Auch Platz 4 kommt aus Österreich: *tkp*, der „Blog für Science und Politik“, widmet sich Themen wie Klimawandel-Leugnung und Impfgegnerschaft.

Alternativmedien: Die Themen

Meistgeteilte Beiträge aus Alternativmedien

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

Medium	Titel	Datum	Thema	Zahl der Kanäle und Gruppen
AUF1	Geheimdienst-Komplott aufgedeckt! So will der Deep State die AfD zu Fall bringen!	9. Februar 2025	Die Festnahme der rechtsterroristischen „Sächsischen Separatisten“ mit drei verhafteten AfD-Mitgliedern sei nur eine Taktik, um der AfD zu schaden.	293
Apollo News	Der Kramer-Komplex. Inside Verfassungsschutz: Wie der Geheimdienst zur politische Maschine wurde.	9. Dezember 2024	Vorwürfe gegen den Leiter des Thüringer Verfassungsschutzes	196
AUF1	Alice Weidel: Schluss mit den Spielchen! Polit-Wechsel und Massen-Abschiebungen jetzt.	28. Januar 2025	AFD-Spitzenkandidatin Alice Weidel wirft allen anderen Parteien angesichts des Mordes in Aschaffenburg „parteiliche Spielchen“ vor und kündigt an, eine AfD-Regierung werde aus der WHO austreten und Corona-Aufarbeitung sicherstellen.	174
AUF1	Heiko Schöning: Ampel-Ende bei Bilderbergern geplant?	8. November 2024	Heiko Schöning („Ärzte für Aufklärung“) habe „vorhergesagt“, dass alle Wahlen in wichtigen NATO-Staaten vorverlegt und synchronisiert werden würden, weil ab 2025 der Ausnahmezustand komme.	162
AUF1	Alice Weidel: Wir müssen Deutschland retten!	29. November 2024	Stefan Magnet interviewt Alice Weidel	149

CeMAS

Abbildung 29. Meistgeteilte Beiträge von Alternativmedien auf Telegram.

Auf Telegram außerdem beliebt waren Artikel zu Impfschäden und zur Aufarbeitung der Coronavirus-Pandemie. Die Artikel ohne Bezug zur Bundestagswahl wurden für diese Auswertung aussortiert.

Deutlich wird die Dominanz von *AUF1* als Wahlkampfmedium für Alice Weidel, denn vier der geteilten Top 5-Beiträge sind von *AUF1* und sprechen sich für die AfD aus. Außerdem erkenntlich, wie erwartbar, ist das Interesse der Akteur:innen im Milieu an Verschwörungserzählungen: So werden etwa Posts über das angebliche Geheimdienst-Komplott gegen die AfD, Weidels „Deep State“-Erzählungen über Mächte, die aus dem „tiefen Staat“ die AfD attackierten, und ein Post über eine Bilderberger-Verschwörungserzählung geteilt.

Journalistische Medien: Die Themen

Meistgeteilte journalistische Beiträge				
Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025				
Medium	Titel	Datum	Thema	geteilt in Kanälen und Gruppen
Berliner Zeitung	Baerbock verplappert sich: Nach der Wahl Milliarden für Ukraine	17. Februar 2025	Bericht über ein EU-Paket zur Unterstützung der Ukraine. Laut Außenministerin Annalena Baerbock gehe es um 700 Milliarden Euro.	243
Cicero	Bundestag beschließt drastische CO2-Preiserhöhung	6. Februar 2025	Der Bundestag hat eine Reform des Emissionshandels (ETS-2) beschlossen, laut Autor „im Windschatten der Migrationsabstimmung“.	178
BILD	Mit Steuergeldern gegen die CDU: Wer steckt hinter den Massendemos	14. Februar 2025	Nachdem Friedrich Merz den „Fünf-Punkte-Plan für Migration“ mit Stimmen der AfD verabschiedet hat, demonstrieren Menschen gegen den Brandmauer-Brech. Der Artikel legte nahe, sie würden vom Staat bezahlt. Der Artikel wurde inzwischen (11.03.2025) gelöscht.	133
stern	Holocaust geleugnet: 87-jährige Nazi-Oma muss zehn Monate in Haft	12. November 2015	Die notorische Holocaust-Leugnerin Ursula Haverbeck wird zum wiederholten Mal wegen Volksverhetzung zu einer Gefängnis-Strafe verurteilt.	128
Berliner Zeitung	Musk liefert Beweis für Deutschlands Doppelmoral: Meinungsfreiheit ja, aber nur für Mitläufer	30. Dezember 2024	Tesla-Chef und US-Regierungs-Berater Elon Musk hat in einem Gastbeitrag in der „Welt“ die AfD gefeiert.	127

Abbildung 30. Meistgeteilte Beiträge von journalistischen Medien auf Telegram.

Rechtsextreme und verschwörungsideologische Gruppen teilen Artikel über in der Szene verbreitete Ängste (hohe Ukraine-Hilfe, Preiserhöhungen, Steuergeld für vermeintlich linke NGOs), auch das Zensur-Narrativ findet Widerhall (Verurteilung wegen Volksverhetzung, Meinungsfreiheitsdebatte nach Musks Beitrag in der Welt am Sonntag). Der Artikel über die am 20. November 2024 verstorbene Holocaustleugnerin Ursula Haverbeck aus dem stern von 2022 wird im rechtsextremen Milieu nach Haverbecks 96. Geburtstag am 8. November geteilt. Der Artikel beschreibt Haverbecks letzte Volksverhetzungs-Verurteilung wegen Holocaustleugnung. Nach der Rede von J.D. Vance, in der er Europa eine Beschränkung der Meinungsfreiheit vorwirft, wird Haverbeck erneut Thema im Milieu. Nun wird behauptet: Gäbe es Redefreiheit in Deutschland, wäre sie nie verurteilt worden. In den journalistischen Medien suchen die Betreiber:innen der Kanäle und Gruppen vor allem tagesaktuelle Nachrichten oder Meinungsstücke, die ihre Weltsicht vertreten, obwohl sie in den Medien gebracht werden, denen sie ansonsten ablehnend gegenüberstehen.⁸

⁸ Siehe auch Keyword-Analyse zur Erwähnung des abwertenden Begriffs „Lügenpresse“ im Datensatz: <https://btw2025.cemas.io/daten/herabwuerdigung-demokratischer-institutionen-keyword-analyse>.

Die Verbreitung von X-Accounts

Meistgeteilte X-Accounts

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

	X-Account	Anzahl der Kanäle und Gruppen mit Erwähnungen des Accounts	Gesamtanzahl der Erwähnungen
1	<i>elonmusk</i>	592	5.813
2	<i>real_rabbit</i>	538	8.018
3	<i>bitteltv</i>	471	6.518
4	<i>FreieMedienTV</i>	467	6.293
5	<i>SHomburg</i>	386	1.747
6	<i>EvaHermanEx_ARD</i>	369	2.236
7	<i>ShadowofEzra</i>	367	5.187
8	<i>OliverJanich</i>	367	2.570
9	<i>tomdabassmann</i>	364	2.819
10	<i>PhantomSchweiz</i>	326	3.313

CeMAS

Abbildung 31. Meistgeteilte Accounts der Plattform X auf Telegram

Elon Musk, Besitzer der Plattform X und im Bundestagswahlkampf Unterstützer der AfD, landete unter den geteilten Links zu X-Accounts im Datensatz auf Platz 1. Danach folgen vor allem verschwörungsideologische Alternativmedien oder X-Kanäle. Alice Weidel kommt in dieser Auswertung bei den Rezipient:innen erst auf Platz 12 – trotz der Unterstützung durch Elon Musk.

Unter den zehn meistgeteilten Tweets finden sich zwei Tweets von Elon Musk:

- „Only the AfD can save Germany“ (20. Dezember_2024; „Nur die AfD kann Deutschland retten“)
- „Did you know that USAID, using YOUR tax dollars, funded bioweapon research, including COVID-19, that killed millions of people?“ (2. Februar 2025, „Wussten Sie, dass USAID ihre Steuergelder verwendet, um Biowaffen-Entwicklung zu fördern, darunter COVID-19, das Millionen von Menschen umbrachte?“).

Weitere Tweets der Top 10 drehen sich um vermeintliche Impfschäden und das angebliche Geheimdienst-Komplott gegen die AfD.

Meistgeteilte YouTube-Kanäle

Meistgeteilte YouTube-Kanäle

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

	Name des YouTube-Kanals	Anzahl der Kanäle und Gruppen mit Erwähnungen des Kanals	Gesamtanzahl der Erwähnungen
1	COMPACT TV	491	3.340
2	Deutschlandkurier	458	4.587
3	Die Welt Nachrichtensender	431	2.765
4	Augen Auf Medien Analyse	380	2.276
5	Marc Friedrich	370	1.304
6	AfD-Fraktion Bundestag	360	1.686
7	NuoFlix	347	1.578
8	Kontrafunk	344	1.334
9	Aktien mit Kopf	340	2.835
10	Nius	331	1.957

CeMAS

Abbildung 32. Meistgeteilte YouTube-Accounts auf Telegram.

Auf YouTube sind unter den am meisten geteilten Links im Untersuchungszeitraum viele alternativmediale Kanäle, ein journalistisches Medium, das YouTube-Outlet der AfD-Bundestagsfraktion sowie rechtslibertäre, verschwörungsideologische Kanäle, die alle (auch) Beiträge mit aktuellen News- und Wahl-Bezügen veröffentlichen.

Inhaltlich drehen sich viele der meistgeteilten Beiträge nicht um Wahlbezüge, sondern um Gesundheitstipps, Impfungen und Verschwörungserzählungen (u.a. Geheimkriege der CIA, vermeintlich nicht problematischer Klimawandel oder Brigitte Macron). Unter den Top 30 der geteilten Beiträge findet sich aber eine Wahlkampfveranstaltung von Alice Weidel, veröffentlicht auf ihrem eigenen YouTube-Kanal, ein Beitrag der *Jungen Freiheit* zu einer angeblichen linken „Bezahlkarten-Mafia“, die Bargeld für Migrant:innen beschaffe, ein *Apollo News*-Video namens „Inside Verfassungsschutz“ und die Rede von US-Vizepräsident J.D. Vance auf der Münchner Sicherheitskonferenz, die der *Deutschlandkurier* in Gänze zeigt und übersetzt, sowie ein Video von *Kontrafunk*, das den X-Talk zwischen Alice Weidel und Elon Musk auf YouTube bringt und ebenfalls übersetzt.

Meistgeteilte TikTok-Konten

Meistgeteilte TikTok-Kanäle

Erhebung deutschsprachiger verschwörungsideologischer und rechtsextremer Telegram-Kanäle und Gruppen, Erhebungszeitraum 6.11.2024 – 23.2.2025

	Name des TikTok-Kanals	Anzahl der Kanäle und Gruppen mit Erwähnungen des Kanals	Gesamtanzahl der Erwähnungen
1	bitteltv	442	5.527
2	danielarbogast0	146	1.786
3	deutschlanderblueht	108	381
4	kartoffellkoenig	97	126
5	muenchenstehtauf	93	455
6	klardenkentv	86	382
7	zauberwald13	84	178
8	new.mexico80	80	145
9	sichertdeutschland	78	100
10	dr.christinabaum	73	189

© CeMAS

Abbildung 33. Meistgeteilte TikTok-Konten auf Telegram

Die Auswertung der meistgeteilten TikTok-Accounts zeigt: TikTok wird in der rechts-extremen und verschwörungsideologischen Szene auf Telegram weniger geteilt als X oder YouTube. Die Gruppen interessieren sich auf TikTok vor allem für verschwörungsideologische und/oder AfD-nahe Akteur:innen, die sie auch von anderen Plattformen kennen – und die für TikTok größtenteils keine eigenen Inhalte erstellen, sondern dort Querformat-YouTube-Videos zweitverwerten. Allerdings erscheinen zwei AfD-Politiker:innen in den Top 10, die beide eigene TikTok-Inhalte erstellen und damit erfolgreich sind: Der gesundheitspolitische Sprecher der AfD-Bundestagsfraktion Martin Sichert und die AfD-Bundestagsabgeordnete Christina Baum. Wie im Kapitel [„Die AfD auf TikTok und X im Wahlkampf“](#) (Seite 24) erläutert, erreicht die AfD durchaus Menschen auf der Kurzvideoplattform TikTok. Doch grundsätzlich lässt sich feststellen, dass auf Telegram und TikTok die Zielgruppen der AfD sehr unterschiedlich reagieren. Die auf TikTok bei jüngeren Menschen erfolgreichen AfD-Politiker wie Maximilian Krahe werden etwa auf Telegram kaum rezipiert.

Viele der auf Telegram meistgeteilten Inhalte von TikTok haben keinen Wahlbezug, sondern bedienen Verschwörungserzählungen wie Chemtrails oder dubiose Gesundheits- und Finanzversprechen. Wahlbezogene Inhalte in den Top 20 der meistgeteilten TikTok-Videos sind allerdings ausschließlich Videos gegen die CDU oder Heroisierungen von Alice Weidel.

Fazit

In den deutschsprachigen verschwörungsideologischen und rechtsextremen Kanälen und Gruppen auf Telegram dominierten während des Bundestagswahlkampfes, also zwischen dem 6. November 2024 und dem 23. Februar 2025, Kritik und Verunglimpfungen gegenüber der Ampel-Regierung und als ihr zugehörig verstandene NGOs und Institutionen, kombiniert mit Ängsten vor Inflation, Teuerung, Migration und einem „Deep State“, in dem andere Akteur:innen als die gewählten Politiker:innen das Sagen hätten. Als Partei wird die AfD unterstützt und größtenteils positiv dargestellt. Der CDU wird dagegen mit Misstrauen begegnet: Sie wird als Konkurrenz verstanden, die im Wahlkampf AfD-Themen nutzt, sie aber später nicht umsetzt. Die verschwörungsideologische Erzählung von einem vermeintlichen staatlichen Komplott gegen die AfD nimmt in den Debatten viel Raum ein und zeigt das Misstrauen der Szene gegenüber dem Staat.

Pro-russische Erzählungen konzentrieren sich auf die Diskreditierung aller demokratischen Parteien in Deutschland, vor allem aber der Grünen und der CDU. Sie loben die AfD und – in geringerer Frequenz – auch das BSW. Intensiv wird auch die Diskreditierung der Ukraine betrieben, vor allem im Kontext von Inflations- und Migrationsängsten.

Aber auch amerikanische Einflussnahme ist vor der Wahl zu bemerken: Der Diskurs der Szene um digitalen Minderheitenschutz und Schutz vor Hate Speech als vermeintliche Zensur stieg sprunghaft an, nachdem US-Vizepräsident J.D. Vance das Thema bei der Münchner Sicherheitskonferenz gesetzt hatte. Der amerikanische „Free Speech“-Ansatz, der Redefreiheit nahezu absolut setzt, kommt auch in der rechtsextremen Szene auf Telegram gut an. Der Einfluss von Elon Musk, der die AfD und Alice Weidel im Bundestagswahlkampf explizit unterstützte, zeigt sich auf Telegram in seinen oft geteilten X-Zitaten, die hier einen weiteren crossmedialen Resonanzraum fanden.

Der Einsatz KI-generierter Bilder durch die AfD auf X

Jan Rathje, Leonard Tiedemann, Joe Düker

Mit der Veröffentlichung von Open-AIs ChatGPT im November 2022 wurden KI-Tools erstmals auch einer breiten Öffentlichkeit zugänglich. Damit wurde auch die Bundestagswahl zur ersten bundesweiten Wahl, bei der KI-generierte Inhalte systematisch eingesetzt werden konnten⁹. Diese Analyse geht in einem Fallbeispiel der Frage nach, wie die AfD KI-generierte Bilder während der heißen Phase des Bundestagswahlkampfes auf der Plattform X einsetzte.

Forschungsstand

Die Nutzung von KI-generierten Inhalten durch die AfD und ihr extrem rechtes Vorfeld bei Wahlen analysierten jüngst zwei Studien zu den Landtagswahlen in Thüringen, Sachsen und partiell Brandenburg im Jahr 2024 auf Telegram ([Donner et al. 2004](#)) und X ([Fielitz et al. 2024](#)) sowie eine Studie zur Bundestagswahl 2025 auf den Plattformen Facebook, Instagram, YouTube, TikTok und X ([Hiller et al. 2025](#)). Einen vergleichenden Überblick zum Gebrauch von KI-generierten Bildern durch ein weiteres Feld an Parteien während der Bundestagswahl findet sich zudem in dem Monitoring-Projekt [CampAlgnTracker](#).

Die Autor:innen kommen zu dem Ergebnis, dass die AfD KI-generierte Bilder in vielen Fällen als Symbolbilder und Hintergrundfolien für die Kommunikation von Kernthemen nutzte, wie etwa die Dämonisierung und Kriminalisierung von Migration oder die Darstellung der politischen Visionen der Partei aus Abschiebungen und traditionellem Familienbild.

Auch würden reelle Ereignisse durch generative KI nachgestellt ([Fielitz et al. 2024](#); [Hiller et al. 2025](#)). Darüber hinaus biete eine fotorealistische Darstellung von Menschen und Situationen gewisse Missbrauchspotentiale ([Donner et al. 2004](#)). Zudem seien KI-generierte Inhalte im Großteil der Fälle nicht als solche ausgewiesen worden ([Fielitz et al. 2024](#); [Hiller et al. 2025](#)).

Im Vergleich zu diesen Arbeiten beschränkt sich die vorliegende auf AfD-Accounts auf der Plattform X. Jedoch erweitert sie den Analysezeitraum auf die heiße Phase des Bundestagswahlkampfes bis zu dessen Ende.

⁹ Zwar wurden Bildgeneratoren wie OpenAIs DALL-E bereits Anfang 2021 vorgestellt (OpenAI 2021), eine erste Nutzung von KI-generierten Inhalten durch AfD-Accounts kann aber erst seit August 2022 ([Hiller et al. 2025](#)) bzw. März 2023 ([Haupt 2025](#)) nachgewiesen werden.

Kurzbeschreibung von Stichprobe und Methode

Für die Analyse wurde ein akteursbasierter Ansatz gewählt. Von 315 AfD-Accounts¹⁰ auf X wurden für den Analysezeitraum vom 16. Dezember 2024 bis 23. Februar 2025 mit dem Social-Listening-Tool Meltwater insgesamt 7.710 originäre Posts mit Bildinhalten identifiziert (ohne Reposts, zitierende Posts oder Antworten). Anschließend wurde mit dem Tool 4CAT ([Peeters et al. 2025](#)) aus den Posts ein Datensatz mit 7.268 Bilddateien erstellt.¹¹ Die nächste Filterung der Dateien erfolgte durch eine Klassifizierung des KI-Erkennungsmodells der Plattform Sightengine, welche die Stichprobe auf 4.001 Dateien reduzierte.¹² Da eine Überprüfung der Filterung ergab, dass nicht alle KI-generierten Inhalte korrekt klassifiziert werden konnten, wurden 84 Dateien, die vom Erkennungsmodell als potenziell KI-generiert eingestuft worden waren, für eine abschließende Überprüfung durch drei Researcher zum Sample hinzugefügt. Im manuellen Codierungsprozess wurden abschließend 474 Bilder mit KI-generierten Elementen identifiziert.

Die hierdurch vorgefilterte Stichprobe an Bildern wurde nachfolgend in mehrere Blöcke unterteilt, die drei Researchern zugewiesen und anhand eines vordefinierten Codebooks mit der Software MAXQDA untersucht wurden. Zu den Analysedimensionen gehören die Kennzeichnung von KI-generierten Bildern, deren Stil, ihr Bezug zur Bundestagswahl sowie die in den Bildern verbreiteten Narrative.

Übersicht der Narrative

Innerhalb des Samples wurden 29 Narrative identifiziert, wovon 27 anschließend als Angriffsnarrative, glorifizierenden Narrative, Opfernarrative oder andere gruppiert wurden.

¹⁰ Die Accounts umfassen die öffentlich auffindbaren Profile von Bundes- und Landtagsabgeordneten (237), der Bundestagskandidierenden ohne Bundes- oder Landtagszugehörigkeit (46), Accounts der Landesverbände (16) und Accounts der Fraktionen im Bundestag und in den Landtagen (15) sowie den Account der Bundespartei (1). Anders als im Kapitel zur AfD-Nutzung von X und TikTok wurden hier nicht die Accounts der EU-Abgeordneten ausgewertet, dafür jedoch die Accounts der Kandidat:innen zur Bundestagswahl. Dies erklärt die Differenz der Accounts zwischen beiden Analysen.

¹¹ Eine ausführliche Darstellung der Methode kann unter folgender Adresse eingesehen werden: <https://osf.io/82vgt>

¹² Ein Sample an 1.092 Bildern wurde hierbei nicht vorgefiltert, sondern vor der Klassifizierung durch Sightengine manuell codiert, um als Testset zur Prüfung der Qualität des Klassifiziermodells zu dienen.

Übersicht codierter Narrative in Bildern mit KI-generierten Elementen von AfD-Accounts auf X

Narrativtyp	Code	Beschreibung
Angriffsnarrative		
<i>Gegen Migrantinnen und Geflüchtete</i>		
ANTI-MIGR	ANDERE_MIGR	Allgemeine Inhalte gegen Migration, Migrant:innen und Geflüchtete, ohne expliziten Bezug auf Gewalt, Abschiebungen und „Remigrations“-Forderungen
	GEWALT_MIGR	Darstellung von Migrant:innen und Geflüchteten als gewalttätig, etwa durch Messerattacken oder sexualisierte Gewalt
	SOZIAL_MIGR	Verknüpfung der Themen Migration und Sozialleistungen
	RE_MIGR	Forderungen nach „Remigration“ oder Abschiebungen
<i>Gegen „Altparteien“ und deren Politiker:innen</i>		
ANTI-ALTP	ANTI-GRUEN	Angriffe gegen Bündnis 90/Die Grünen und ihre aktuellen Spitzenpolitiker:innen, auch als Teil der Ampel-Regierung
	ANTI-SPD	Angriffe gegen die SPD und ihre aktuellen Spitzenpolitiker:innen, auch als Teil der Ampel-Regierung
	ANTI-FDP	Angriffe gegen die FDP und ihre aktuellen Spitzenpolitiker:innen, auch als Teil der Ampel-Regierung
	ANTI-CDU-CSU	Angriffe gegen CDU/CSU, ihre aktuellen Spitzenpolitiker:innen sowie Angela Merkel
	BRANDM	Angriffe gegen die Politik der „Brandmauer“ demokratischer Parteien gegenüber der AfD
	ANTI-LINKE	Angriffe gegen Die Linke und ihre aktuellen Spitzenpolitiker:innen
	ANDERE_ALTP	Anderer Angriffe gegen demokratische „Altparteien“ im Allgemeinen
<i>Gegen andere politische Feindbilder</i>		
ANTI-ANDERE-POL	ANTI-KLIMA	Angriffe gegen Klimaschutzmaßnahmen und Aktivist:innen sowie Befürwortung fossiler Brennstoffe oder Atomkraft
	ANTI-LINKS	Negative Bezüge auf als „Linke“ gekennzeichnete politische Gegner:innen/Feindbilder ohne direkten Parteibezug (Antifa, Demonstrierende gegen Rechtsextremismus)
	ANTI-MEDIEN	Angriffe auf öffentlich-rechtliche und private Medien mit dem Vorwurf der Lüge, Verzerrung oder des Verschweigens von Informationen
	SEXISMUS	Abwertung von Frauen durch sexualisierte Darstellungen
	ANTI-LGBTQ-GENDER	Negative Darstellung von Maßnahmen zum Schutz von sexuellen Minderheiten und von Mitgliedern der LGBTQ-Community
	ANTI-EU	Ablehnung der EU und ihrer Institutionen

Übersicht codierter Narrative in Bildern mit KI-generierten Elementen von AfD-Accounts auf X

Narrativtyp	Code	Beschreibung
Glorifizierungen		
Glorifizierung von hellhäutigen Deutschen	KOERPER_DE	Idealisierte Darstellung von Deutschen als hellhäutig und ohne außernordeuropäische Migrationsgeschichte
Glorifizierung deutscher Traditionen	TRADITIONEN_DE	Glorifizierung deutscher Traditionen und Mythen, etwa durch Betonung der Mutter-Vater-Kind(er)-Familie, des Alkoholkonsums oder christlicher Feste
Freiheitskampf gegen Zensur	FREIHEITSK	Glorifizierung eines deutschen Freiheitskampfes gegen Zensur oder externe Einflüsse
Die AfD ist eine sehr erfolgreiche Partei	ERFOLG_AfD	Glorifizierung des mutmaßlichen Erfolgs der AfD, etwa durch Darstellung großer Massen von Anhänger:innen mit Fahnen
Nur die AfD kann Deutschland retten	RETTET_AFD	Darstellung der AfD als einzige Kraft, die Deutschland vor dem Untergang retten könne
Opfernarrative		
Deutschland als Opfer	DE_OPFER	Darstellung Deutschlands als Opfer
Eingeschränkte, bedrohte Meinungsfreiheit	MEINUNG_OPFER	Darstellung der Meinungsfreiheit als eingeschränkt oder bedroht
Gefährdete Wirtschaft	WIRTSCHAFT_OPFER	Darstellung der deutschen Wirtschaft als Opfer, etwa der Politik der Ampel-Regierung
Individuen als Opfer von Politik und Gewalt	PERS_OPFER	Darstellung von individuellen Opfern von Politik und Gewalttaten, besonders von den Gewalttaten innerhalb des Analysezeitraums, im Gegensatz zu Deutschland allgemein als Opfer
AfD als Opfer	AFD_OPFER	Darstellung der AfD als Opfer, etwa durch Ungleichbehandlung
Andere Narrative		
Friedensforderungen	FRIEDEN	Forderungen nach Frieden
Pro-russische Inhalte	PRO-RUSSLAND	Beförderung pro-russischer Positionen
Andere Narrative	ANDERE	Andere Narrative, Narrative ohne Bezug zur Bundespolitik oder Bundestagswahl sowie unklare Narrative

Abbildung 34. Übersicht codierter Narrative in KI-Bildern der AfD.

Analyse: KI-Einsatz

Die Analyse zeigt, dass von den 7.268 durch AfD-Accounts auf X geteilten Bildern innerhalb des Analysezeitraums 6,5 Prozent (474) KI-generierte Inhalte enthielten. Von diesen wurde bei lediglich einem Viertel (25,1 Prozent, 119) die Nutzung generativer KI kenntlich gemacht.

Dabei stellen in der Mehrheit der Bilder KI-generierte Elemente nur einen Teil der Bildinhalte dar. Sie dienen im Rahmen von Montagen als Grundlage oder Ergänzung. Weitere Elemente der Bilder waren Textelemente, Logos oder Ausschnitte von Fotos.

Darüber hinaus ließen sich zwei Stile bei KI-generierten Inhalten unterscheiden. Die Mehrheit der Bilder (71,7 Prozent, 340) wurden in einem fotorealistischen Stil (siehe Abb. 35) erzeugt. Bei 28,3 Prozent (134) der Bilder wurde ein nicht-fotorealistischer, zeichnerischer Stil (siehe Abb. 36) festgestellt.



Abbildungen 35 und 36. Links: Beispiel für Bild mit Bundestagswahlbezug, gekennzeichneten KI-generierten Elementen in einem pseudorealistischen Stil mit Texten und Logo. Rechts: Beispiel für künstlerischen Stil.

Innerhalb des analysierten Samples enthielten 355 (74,9 Prozent) der KI-generierten Inhalte einen Bezug zur Bundestagswahl, etwa in Form von Wahlaufufen und Darstellungen der Spitzenkandidierenden und/oder von Thematisierungen von Bundesparteien oder Bundespolitik. Die restlichen (25,1 Prozent) wiesen keinen eindeutigen Bundestagswahlbezug auf, verbreiteten unklare Narrative oder thematisierten Landespolitik, wie etwa die Bürgerschaftswahl in Hamburg.

Verteilung von Posts mit KI-generierten Bildern

Nach der Filterung von 7.268 Posts mit Bildern von 315 AfD-Accounts auf X konnten 474 Posts identifiziert werden, die KI-generierte Elemente enthielten und von insgesamt 114 Accounts geteilt wurden. Das untenstehende Histogramm zeigt die Verteilung dieser Posts auf die 114 verbreitenden Accounts: Die Mehrheit der Accounts (91,

80 Prozent) teilte zwischen einem und fünf Posts mit KI-generierten Elementen. Nur wenige Accounts teilten eine Vielzahl von Posts mit KI-generierten Inhalten, wobei im Intervall von fünf bis neun Posts noch 10 Accounts vertreten sind, und die Anzahl von da an kontinuierlich sinkt. Vereinzelt gibt es Accounts in höheren Kategorien: jeweils einen Account mit 24 Posts, mit 31 Posts und mit 41 Posts.

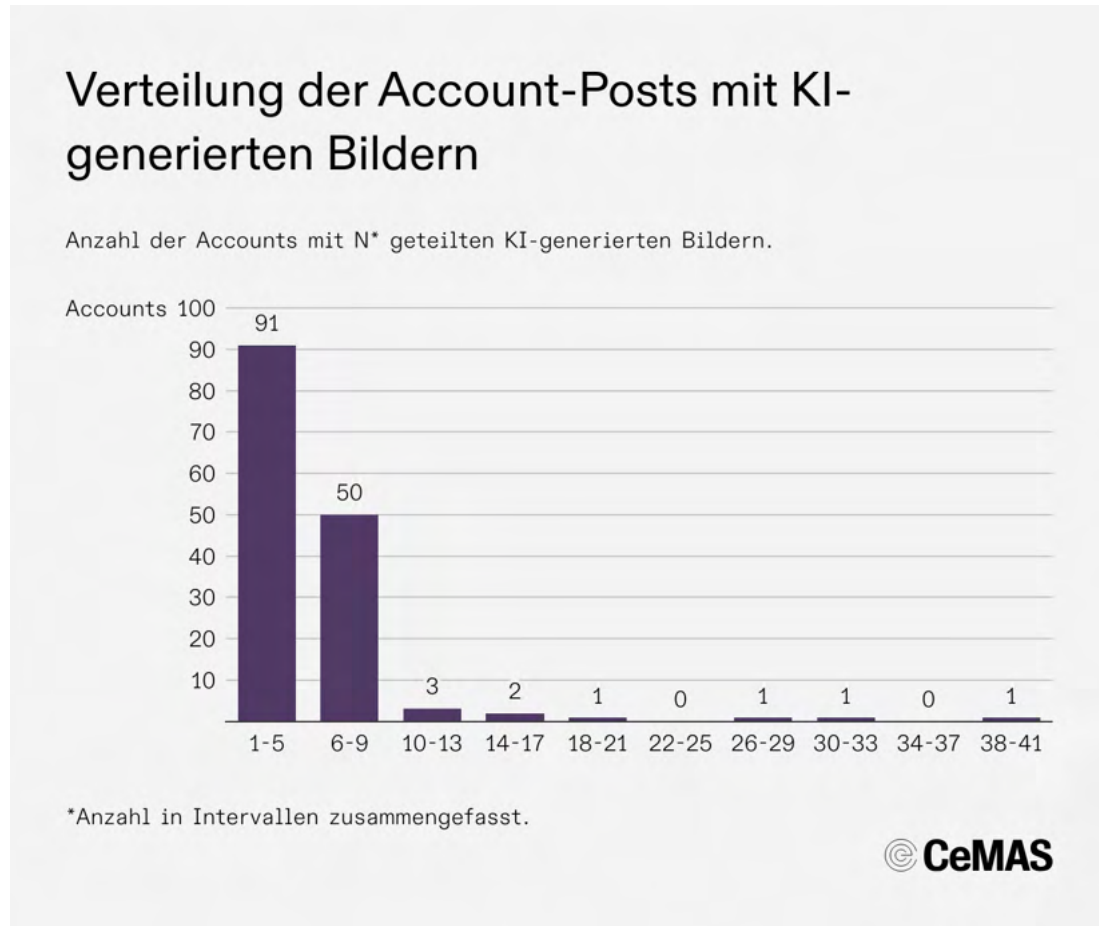


Abbildung 37. Histogramm - Verteilung der Account-Posts mit KI-generierten Bildern. Das Histogramm unterteilt die Verteilung nach Accounts-Posts in zehn Intervalle. Runde Klammern bedeuten, dass der Wert davor oder danach nicht in dem Intervall enthalten ist. In diesem Histogramm sind folglich alle niedrigen Werte eines Intervalls, mit Ausnahme des ersten Intervalls, Teil des niedrigeren Intervalls.

Der Mittelwert der Anzahl der Posts liegt bei 4,15, was darauf hindeutet, dass die durchschnittliche Anzahl an Posts mit KI-generierten Bildern pro Account im Vergleich zum Gesamtvolumen der Posts als niedrig einzustufen ist. Der Median beträgt 2, was bedeutet, dass die Hälfte der Accounts maximal zwei solcher Posts veröffentlicht hat. Beide Werte verdeutlichen, dass ein Großteil der Accounts nur eine geringe Anzahl an KI-generierten Inhalten teilt. Der Großteil der Inhalte wird von wenigen Accounts verbreitet.

Zu den Top 10-AfD-Accounts, die am meisten Bilder mit KI-generierten Elementen geteilt haben, zählen zwei Organisationsaccounts, vier Accounts von Mitgliedern des Bundestags, drei Accounts von Landtagsabgeordneten und ein Account eines Bundestagskandidaten (siehe Grafik 25).

Die meisten der Top 10-Accounts kennzeichnen KI-generierte Bilder nicht als solche. Der zentrale Account der Bundespartei (AfD) kennzeichnet eine KI-Nutzung in lediglich 4,9 Prozent aller identifizierten Fälle, womit der Account weit unter dem Kennzeichnungsdurchschnitt des gesamten Samples von 25,1 Prozent lag. Lediglich drei Accounts kennzeichnen den Großteil der von ihnen geteilten KI-Bilder.

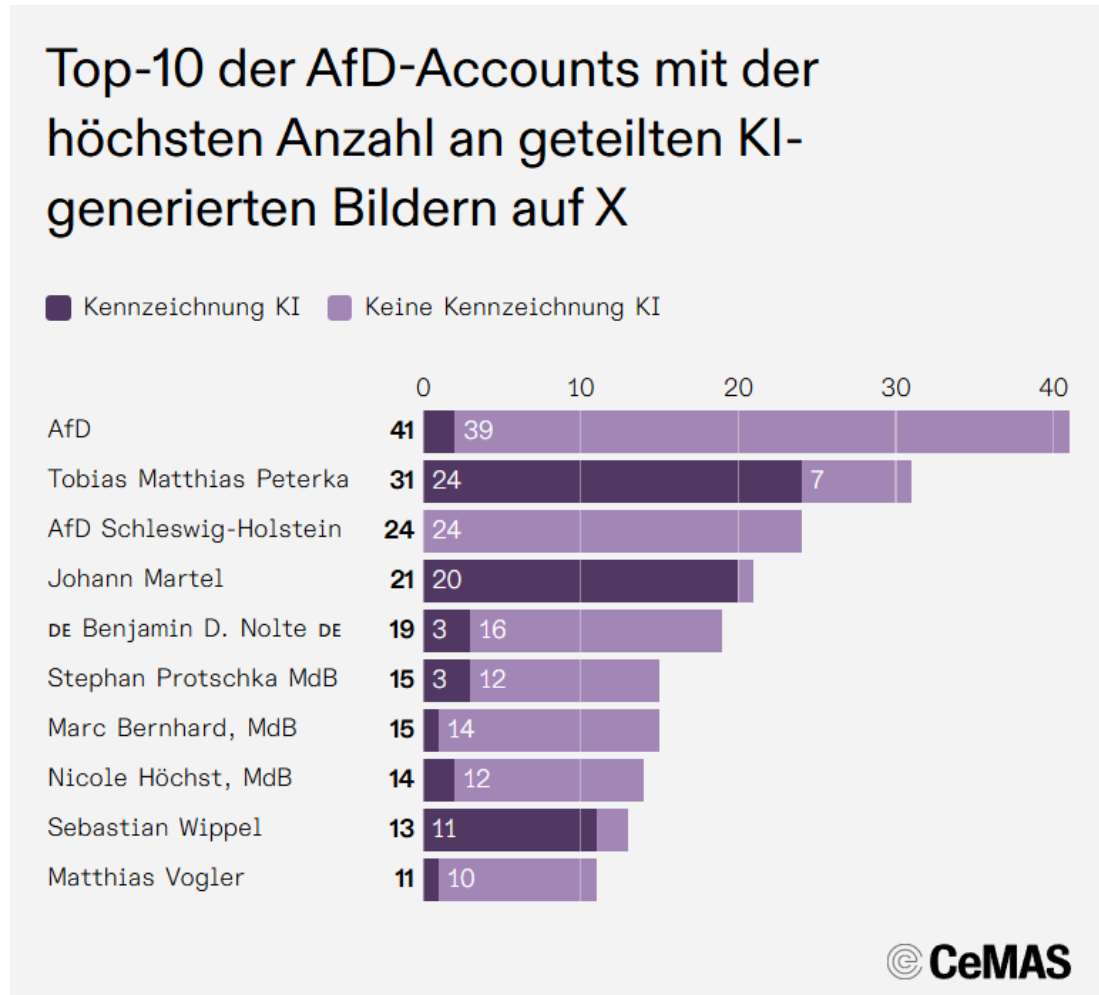


Abbildung 38. Top 10 der AfD-Accounts mit der höchsten Anzahl an geteilten KI-generierten Bildern auf X.

Narrativ-Nutzung in KI-generierten Bildern

Innerhalb des Samples konnten 29 spezifische Narrative identifiziert werden. Insgesamt wurden 811 Codes vergeben, da die KI-generierten Bilder mehrere Narrative beinhalten konnten. Über den gesamten Analysezeitraum hinweg zählten KOERPER_DE (90), ANTI-CDU-CSU (69), DE_OPFER (63), ANTI-GRUEN (43) und ANDERE_MIGR (37) zu den fünf am meisten verbreiteten spezifischen Narrativen (siehe Abb. 39).

Anzahl der Narrative in KI-generierten Bildern von AfD Accounts auf X

Häufigkeit der in Bildern mit KI-generierten Elementen verwendeten Narrative. Ein Bild kann mehrere Narrative enthalten.

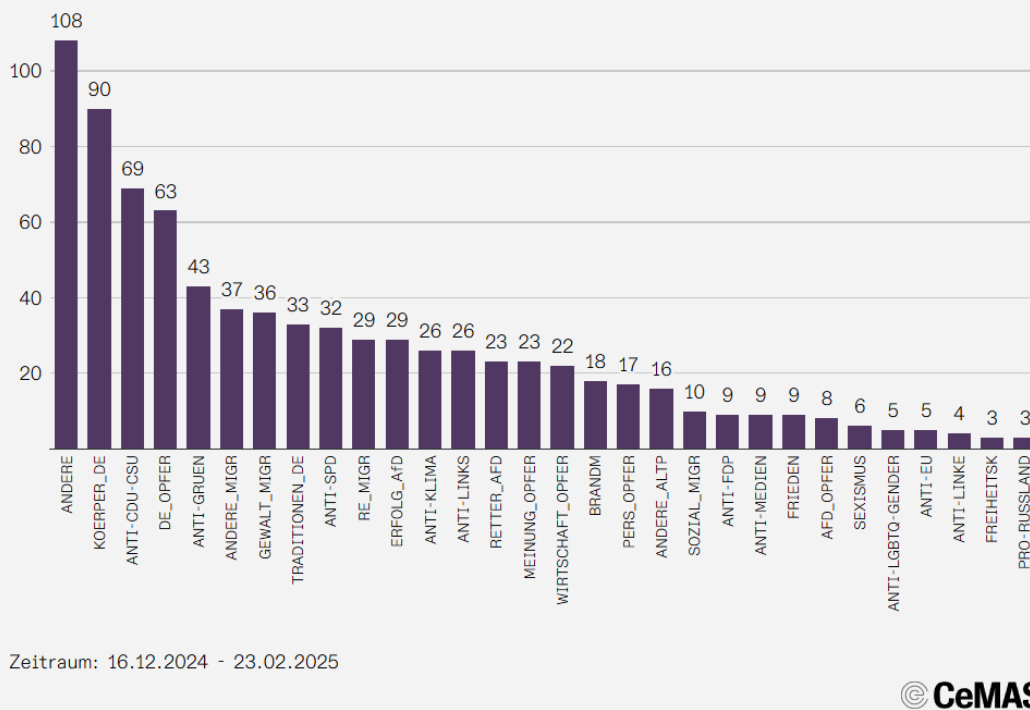


Abbildung 39. Anzahl der spezifischen Narrative in KI-generierten Bildern von AfD-Accounts auf X während des Analysezeitraums.

Gruppiert nach Typen (siehe Abbildung 39) verbreiteten AfD-Accounts bei der Verwendung von Bildern mit KI-generierten Inhalten während des Analysezeitraums in knapp der Hälfte aller Fälle Angriffsnarrative (47 Prozent, 380), in etwas mehr als einem Fünftel der Fälle Glorifizierungen (22 Prozent, 178), zu 16 Prozent Opfer- (133) und zu 15 Prozent andere Narrative (120).

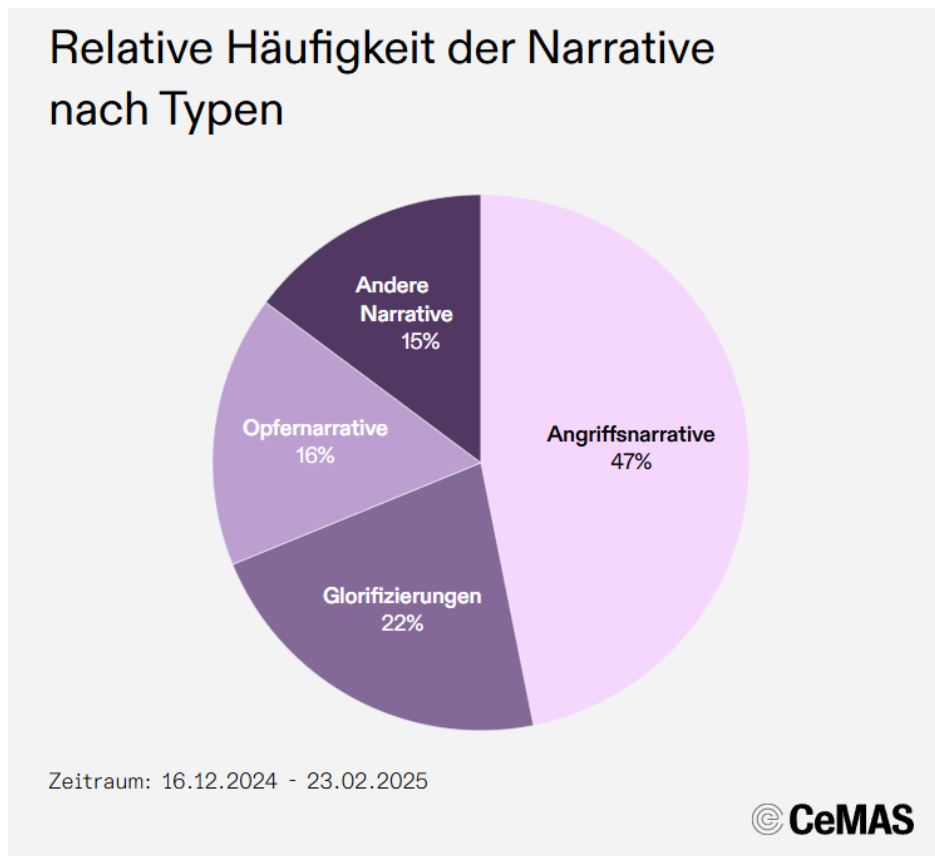


Abbildung 40. Relative Häufigkeit der Narrative nach Typen.

Eine Gruppierung der Narrative nach Oberthemen innerhalb der Angriffsnarrative zeigt, dass die Hälfte der genutzten Angriffsnarrative gegen „Altparteien“ (ANTI-ALTP 191) auf Bundesebene (CDU/CSU, SPD, Bündnis90/Die Grünen, FDP und Die Linke), 30 Prozent gegen Migrant:innen und Geflüchtete (ANTI-MIGR 112) sowie 20 Prozent gegen andere politische Feindbilder (ANTI-ANDERE-POL 77) gerichtet waren.

Aber wie erfolgreich sind solche Inhalte? Um den Resonanzraum der untersuchten Posts mit KI-generierten Bildinhalten zu untersuchen, wurden die Medianwerte an Aufrufen und Engagement¹³ von Posts mit und ohne KI-generierte Bildinhalte verglichen. Während Posts mit KI-generierten Bildinhalten im Mittel 439-mal aufgerufen worden sind, beträgt dieser Wert für Posts von den gleichen Accounts mit nicht-KI-generierten Bildinhalten 855. Auch der Engagement-Wert für Inhalte mit KI-generierten Bildern liegt im Mittel mit 150 bemerkbar unter dem Median Wert von Beiträgen mit nicht-KI-generierten Bildern von 175. Die ermittelten Medianwerte zeigen, dass Posts mit KI-generierten Bildinhalten weniger Aufmerksamkeit und Resonanz in unserem Datensatz erhielten.

¹³ Die Engagement-Statistik beschreibt die aufsummierten Likes, Reposts und Antworten, die ein Post auf X gesammelt hat.

Fazit

Generative KI wurde von der AfD im Wahlkampf auf X mit 6,5 Prozent bisher nur in geringem Ausmaß für eigenständige Bild-Posts genutzt. In der Tendenz bestätigt sich damit das Ergebnis der Studie zur Nutzung KI-generierter Inhalte durch die AfD und ihr Vorfeld während der Landtagswahlen 2024, als der Wert bei 5 Prozent lag ([Donner et al. 2024](#)).

Parallelen zur Studie des Instituts for Strategic Dialogue (ISD) zur KI-Nutzung der AfD und ihres Vorfelds für einen anderen Zeitraum des Bundestagswahlkampfes ([Hiller et al. 2025](#)) zeigen sich in der Verteilung von Narrativtypen. Wenn KI für Bildelemente genutzt wurde, dann vor allem für Angriffsnarrative. Allerdings lassen sich auch Unterschiede feststellen.

So enthielt der hier analysierte Datensatz deutlich mehr Angriffsnarrative gegen „Altparteien“ als gegen Migrant:innen. Möglich ist, dass in der heißen Phase des Wahlkampfes der Angriff auf den politischen Gegner als relevanter erachtet wurde. In vielen Fällen wurden auch beide Narrative miteinander verknüpft, etwa wenn die CDU für die negativ dargestellten Folgen der Migrationspolitik von Angela Merkel verantwortlich gemacht wurde.

Gegen Migrant:innen gerichtete Narrative waren konkret mit Gewalttaten von Migranten verbunden, wie etwa dem Anschlag von Magdeburg am 20. Dezember 2024 oder dem Angriff von Aschaffenburg am 22. Januar 2025. Damit war eine kollektive Charakterisierung von Migrant:innen als potenzielle Gewalttäter:innen verbunden, die sich auch in der Darstellung von einzelnen Migrant:innen und -gruppen als bedrohlich niederschlug¹⁴.

In diesem Zusammenhang erfolgte auch häufig die Nutzung von Opfernarrativen – einerseits von Deutschland als kollektivem Opfer von Gewalttaten durch Migrant:innen und andererseits durch die Darstellung einer Person als Opfer.

Hinsichtlich einer Kenntlichmachung der KI-Nutzung durch die AfD ließ sich feststellen, dass sie mehrheitlich nicht erfolgte. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen anderer Studien ([Fielitz et al. 2024](#); [Hiller et al. 2025](#)). Hier sticht besonders der X-Account der Bundespartei heraus. Er nutzt auch weiterhin KI-generierte Elemente für Bildposts auf der Plattform, ohne diese auszuweisen.

Posts mit KI-generierten Bildelementen führen jedoch nicht grundsätzlich zu höherer Resonanz auf X. Die Vorteile einer Nutzung von KI-generierten Bildinhalten könnten demnach die einfache Nutzbarkeit und Kosteneffizienz beim Erstellen

¹⁴ Dies stellt jedoch keine Besonderheit der Nutzung von generativer KI dar, sondern spiegelte den allgemeinen Diskurs über Migration und Gewalt während des Wahlkampfes wider, in dem die Themen Migration und Sicherheit sehr stark gemeinsam verhandelt wurden.

zielgruppenspezifischer Inhalte sein ([Kruschinski et al. 2025](#)), als zusätzliches Engagement zu erzeugen.

So eignen sich KI-generierte Inhalte, um politische Kommunikation weiter zu beschleunigen, indem aktuelle Ereignisse sehr schnell mit einer bebilderten politischen Botschaft versehen werden können. Hierfür bietet die Plattform X besondere Vorteile, da sie mit dem Tool Grok eine leistungsstarke KI integriert hat, die für die Erstellung von Bildelementen geeignet ist und mit der sich Bilder von Politiker:innen erzeugen lassen.

Fazit und Handlungsempfehlungen

Die verschärfte Sicherheitslage durch antidemokratische Akteur:innen im In- und Ausland zeigte sich auch bei der Bundestagswahl 2025. Sie geriet ins Visier verschiedener in- und ausländischer autoritärer Kräfte, die darauf abzielten, demokratische Institutionen zu diskreditieren und durch menschenfeindliche Rhetorik politische Agitation zu betreiben. Im digitalen Raum wurden derartige Inhalte millionenfach abgerufen.

Russische Desinformationsakteur:innen versuchten vor der Wahl, spaltende, migrationsfeindliche und anti-ukrainische Inhalte zu verbreiten, demokratische Parteien zu diskreditieren sowie die AfD und im geringeren Ausmaß das BSW zu unterstützen. Unmittelbar vor dem Wahltag dokumentierte CeMAS Versuche von mutmaßlich russischen Akteur:innen, Desinformation über angeblichen Wahlbetrug zu verbreiten. Falschbehauptungen über die Integrität der Wahl wurden auch von inländischen Akteur:innen auf Social-Media-Plattformen verbreitet und wurden dort millionenfach von Nutzer:innen aufgerufen. Auch wenn ein einmaliger Kontakt mit solchen Beiträgen nicht zwangsläufig zu einer veränderten Wahlentscheidung oder politischen Umorientierung führt, übt die ungehinderte, massenhafte und anhaltende Verbreitung von Menschenverachtung und Desinformation zusätzlichen Druck auf Demokratien aus und trägt zur Normalisierung antidemokratischer Ansichten bei.

Zum ersten Mal standen der breiten Öffentlichkeit bei einer Bundestagswahl Tools der generativen KI zur Verfügung. Die AfD setzte im Wahlkampf KI-generierte Bilder ein, unter anderem um etablierte Parteien und Migrant:innen anzugreifen, sich selbst zu glorifizieren und Deutschland als Opfer der Gewalt durch Einwander:innen darzustellen. Auch wenn KI-generierte Bilder nur einen kleinen Teil (ca. 6,5 Prozent) aller Bilder ausmachten, welche die AfD -Konten auf X teilten, waren drei Viertel davon nicht gekennzeichnet.

Die AfD nutzte im Wahlkampf die Plattformen X und TikTok, wo ihre Inhalte Hunderte Millionen Aufrufe erhielten. AfD-Accounts instrumentalisieren unter anderem die Themen Migration, die Unterstützung der Ukraine im russischen Angriffskrieg oder Meinungsfreiheit, um Anhänger:innen im Wahlkampf zu mobilisieren.

Rechtsextreme erreichen auf Social-Media-Plattformen mittlerweile wieder hohe Reichweiten. 2024 nutzten sie Instagram, WhatsApp und TikTok, um Anti-CSD-Demonstrationen zu organisieren und wendeten in diesem Zusammenhang bereits wiederholt Gewalt an. Auf Plattformen wie Telegram können terroristische Sub-Communitys nach wie vor nahezu ungestört existieren. Gleichzeitig reagieren die Plattformen selten nachhaltig auf russische Desinformation, Akteur:innen können Strukturen oft langfristig nutzen, ohne gelöscht zu werden. Der digitale Raum darf kein rechtsfreier Raum sein, in dem Hass und Desinformation ungehindert verbreitet werden können. In der EU sind große Online-Plattformen durch den Digital Services Act (DSA)

verpflichtet, systemische Risiken, insbesondere im Zusammenhang mit Wahlen, zu verringern. Die Umsetzung des DSA sollte konsequent erfolgen, auch angesichts des erwarteten Widerstands aus den USA. Forschende und die Zivilgesellschaft sollten die im DSA vorgesehenen Datenzugänge erhalten, um digitale Risiken und den Einfluss sozialer Medien auf politische Prozesse unabhängig untersuchen zu können.

Um ausländische Einflussversuche und ein weiteres Erstarken des Rechtsextremismus politisch einzudämmen, empfiehlt CeMAS darüber hinaus die folgenden Handlungsansätze:

Desinformation als langfristiges Risiko verstehen: Handlungsempfehlungen

Desinformations- und Hasskampagnen enden nicht mit dem Wahltag. Die neue Bundesregierung sollte diese Herausforderungen als dauerhafte und komplexe Risiken für die Demokratie erkennen und geeignete politische Strategien entwickeln. Die zunehmend aggressive Rhetorik seitens Russlands verdeutlicht, dass hybride Bedrohungen nicht einfach verschwinden werden, sondern integraler Bestandteil der neuen Sicherheitslage sind.

Zur Einschätzung des sicherheitspolitischen Schadenspotenzials ist es in diesem Zusammenhang entscheidend, **Desinformation und ausländische Einflussversuche in ihrer Komplexität und Langfristigkeit zu begreifen. Angesichts der Bedeutung ausländischer Einflussnahme im Rahmen hybrider Bedrohungen sollte die rasche Erarbeitung politischer Antworten daher priorisiert werden.** Spezifische Eindämmungsmaßnahmen sind dabei zwingend auf die Bereitstellung finanzieller Mittel angewiesen, um notwendige Strukturen, Ressourcen und Befugnisse zur Umsetzung von Maßnahmen zu erlangen und zu verstetigen.

Langfristige Kapazitäten zur Erkennung und Bekämpfung ausländischer Informationsmanipulation in Form einer zentralen Agentur oder einer zentralen Stelle sollten zeitnah ausgebaut werden, um ein effizientes Monitoring und Ermittlungen zu ermöglichen. Eine verstärkte Zusammenarbeit dieser Agentur mit den verschiedenen Sicherheitsbehörden, dem Innen- und dem Außenministerium auf der einen und der Zivilgesellschaft und der Wissenschaft auf der anderen Seite sollte gefördert werden, um ausländische Einflussversuche in Echtzeit zu erfassen und im Krisenfall schnell und koordiniert zu reagieren.

Eine weitere wichtige Stellschraube: **Bestehende Sanktionen sollten konsequent und zeitnah umgesetzt werden.** In der Vergangenheit zeigten Beispiele wie der russische Propagandasender *RT DE*, der Alternativdomains einrichtete und so weiterhin erreichbar blieb, wie ausländische autoritäre Akteure in der Lage waren, Sanktionen und Sperren zu umgehen. Zu prüfen ist in diesem Zusammenhang auch, inwieweit die

Trockenlegung von Finanzierungsquellen für ausländische Propagandaoutlets als Teil des Sanktionspaketes Anwendung finden kann.

CeMAS empfiehlt die Erarbeitung einer nationalen Strategie für den Umgang mit hybriden Bedrohungen. Eine Vernetzung und ein vertrauensvoller Austausch mit anderen Staaten und der Zivilgesellschaft wird angeraten. Illegitime Einflussversuche müssen als konstante, wandlungsfähige Bedrohung für demokratische Gesellschaften verstanden werden, auch außerhalb von Wahlperioden. Die politische Handlungsgeschwindigkeit sollte an die Desinformationsakteure angepasst werden, um den sich schnell wandelnden Herausforderungen gerecht zu werden.

Auch nationale Programme zur Stärkung der Resilienz innerhalb der deutschen Bevölkerung sollten nachhaltig gefördert werden, um den Wechsel von einer Angst- zu einer Kompetenzkultur zu ermöglichen: Gegenwärtig herrscht innerhalb der Bevölkerung eine größere Verunsicherung durch die hybriden Angriffe Russlands. Angst zu schüren ist ein eigenes Ziel von Propagandakampagnen. Die Bevölkerung sollte daher Kompetenzen im Umgang mit der neuen Sicherheitslage erlangen. Insbesondere Kriege sind immer wieder Einfallsstore für autoritäre Bestrebungen und können sich radikalisierend auswirken, wenn sie propagandistisch instrumentalisiert werden. Gerade mit Blick auf die Herausforderungen in der staatlichen Bekämpfung von Desinformation ist es wichtig, eine resiliente Bevölkerung zu erreichen. Sinnvolle Ansätze sollten nicht nur auf die Stärkung von Medienkompetenz abzielen, sondern Menschen auch darin ausbilden, ideologische Manipulation zu erkennen und damit umzugehen. Es ist essenziell, dass diese Arbeit nicht ausschließlich im digitalen Raum, sondern auch analog, auf der regionalen und lokalen Ebene ermöglicht wird.

Rechtsextreme Agitation als Bedrohungsfaktor für die Demokratie: Handlungsempfehlungen

Die Demokratie steht nicht nur von außen unter Druck, sondern wird auch im Inneren angegriffen. Das zunehmende Selbstbewusstsein rechtsextremer Akteur:innen spiegelt sich auch in einer steigenden Gewaltbereitschaft wider, wie die Zahlen zu rechtsextremen Gewalt- und Straftaten verdeutlichen. Nach der Bundestagswahl verliert der Rechtsextremismus nicht an Bedrohungspotential. Zur Einschätzung des sicherheitspolitischen Schadenspotenzials ist es in diesem Zusammenhang entscheidend, rechtsextreme Versuche der Einflussnahme als langfristige Bedrohung für unser demokratisches Miteinander zu verstehen.

Rechtsextreme versuchen, den Staat immer wieder anzugreifen. Demokratische Institutionen wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk und unsere Verfassungsgerichte sollten vor rechtsextremer Einflussnahme geschützt werden. Es ist entscheidend, dass dieser Schutz der Demokratie parteiübergreifend priorisiert und nicht als taktische Parteipolitik verkannt wird.

Nicht nur die weiterhin hochaktive rechte extreme Szene auf Telegram, sondern auch die Rückkehr vieler rechtsextremer Konten auf X nach der Übernahme der Plattform durch Elon Musk zeigen die hohe Relevanz von digitalen Vernetzungsmöglichkeiten für Rechtsextreme. Lose digitale Netzwerk- und Gruppenstrukturen, die bis in den Rechtsterrorismus reichen sind immer häufiger Ausgangspunkt für Radikalisierung und Tatplanungen. Sicherheitsbehörden und Justiz müssen ihre Arbeit an diese veränderten Radikalisierungswege anpassen. **Es sollten Strukturen und juristische Möglichkeiten geschaffen werden, die eine effiziente und an diese gegenwärtige Entwicklung angepasste Strafverfolgung gewährleisten.** Ein verstärkter Fokus auf digitale Orte durch Ermittlungsbehörden ist erforderlich.

In Deutschland existiert eine Vielzahl an zivilgesellschaftlichen Demokratieinitiativen und psychosozialen Angeboten, die zentrale Arbeit vor Ort leisten. Gerade in diesen konfliktreichen Zeiten sind der Ausbau dieser Projekte und absichernde Maßnahmen für eine fortlaufende Finanzierung entscheidend. Das gilt besonders für Projekte in Bundesländern, in denen rechtsextreme Akteur:innen besonders stark präsent sind. Brechen solche Initiativen und Projekte weg, so verschärft sich die Lage weiter, da Antidemokrat:innen die entstandenen Leerstellen oft für sich nutzen.

Im Wahlkampf wurde deutlich, wie die AfD über die erfolgreiche Nutzung von Plattformen wie TikTok versucht, bereits deutlich jüngere Zielgruppen anzusprechen. Diese Ansprache korreliert mit einer besorgniserregenden Entwicklung im Analogen: **Seit 2024 gründen sich vermehrt gewaltbereite und rechtsextreme Jugendgruppen. Auf diese Entwicklung sollte dringend auch politisch reagiert werden.** Eine Maßnahme sind die Schaffung und Absicherung demokratischer Jugendangebote vor Ort und ein politisches Signal an Kinder und Jugendliche, dass ihre Belange gehört und bearbeitet werden. Diese Maßnahmen sollten zeitnah ergriffen werden, um die Normalisierung rechtsextremen Gedankenguts sowie die Gründung weiterer Gruppen aufzuhalten und zu verhindern, dass eine nächste Generation von Neonazi-Gruppierungen Fuß fasst.

Es ist zudem gerade jetzt notwendig, die Menschen, die sich demokratisch engagieren mit praktischen Schutzmaßnahmen zu unterstützen: Die multiplen Krisen der Gegenwart stellen für die Bevölkerung eine Belastung dar. **Psychische Gesundheit und Resilienz sind Schutzfaktoren für eine starke Demokratie, für das Vertrauen in demokratische Institutionen und gegen Radikalisierung, deren Ausbildung innerhalb der Gesellschaft daher als Ressource gefördert werden sollte. Die psychosoziale Unterstützung von Bürger:innen ist daher auch für die Demokratie zentral.**

Wichtig ist es auch, rechte extreme Finanzierungsquellen auszutrocknen, wo es möglich ist. Rechte extreme (Spenden-)Finanzierung ist ständig im Wandel – daher braucht es ein kontinuierliches Monitoring dieser Aktivitäten. Neue Plattformen und Finanzdienstleister werden gegründet, um bestehende Sanktionierungen ausweichen zu

können. Ein fortlaufendes Monitoring rechtsextremer Finanzierung ermöglicht es, frühzeitig auf neue Ansätze reagieren zu können. Finanzdienstleister müssen darüber informiert sein, ob ihre Dienste für rechtsextreme Zwecke genutzt werden. Eine systematische Weiterbildung von Personen und Festlegung von Verantwortlichkeiten hilft, dass Banken beispielsweise nicht erst auf öffentlichen Druck reagieren, sondern proaktiv tätig werden können.

Literaturverzeichnis

Zum Kapitel: Illegitime ausländische Einflussversuche

Behörde für Inneres und Sport (2025, 20. Februar). Bundestagswahl 2025: Landeswahlleiter warnt vor Fake-Video in den sozialen Medien – „Seien Sie wachsam“. <https://www.hamburg.de/politik-und-verwaltung/behorden/behorde-fuer-inneres-und-sport/presseservice/pressemeldungen/bundestagswahl-2025-fake-video-1024112>

Frühwirth, L. (2025a, 20. Januar). Russische Desinformation vor der Bundestagswahl: Doppelgänger-Kampagne macht Stimmung gegen Parteien. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/update-doppelgaenger>

Frühwirth, L. (2025b, 28. Januar). Koordiniert und verifiziert: Pro-russische Kampagne veröffentlicht Hunderte Beiträge auf X. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/koordiniert-und-verifiziert>

Frühwirth, L. (2025c, 4. Februar). Doppelgänger gegen Merz: Desinformationskampagne verstärkt Stimmungsmache auf X. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/doppelgaenger-gegen-merz>

Frühwirth, L. (2025d, 21. Februar). Doppelgänger verbreitet KI-Video gegen Sanktionen. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/doppelgaenger-ki-video-sanktionen>

Frühwirth, L. (2025e, 28. Februar). Nach der Wahl: Falschbehauptungen zu angeblichem Wahlbetrug wandern durch soziale Medien. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/falschbehauptungen-wahlbetrug>

Hock, A., Bernhard, M., Eckert, T. & Thust, S. (2025, 23. Januar). Russische Desinformation: Einflussoperation enttarnt: Russland greift in deutschen Wahlkampf ein. CORRECTIV. <https://correctiv.org/faktencheck/russische-desinformation/2025/01/23/angriff-aus-russland-auf-bundestagswahl-deepfake-ki>

Hoppenstedt, M. (2025, 21. Februar). Polizei ermittelt: Russische Trollgruppe verbreitet offenbar Fakevideos zur Briefwahl. SPIEGEL. <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/bundestagswahl-russische-troll-gruppe-verbreitet-offenbar-fake-videos-zur-briefwahl-a-325b8c89-8dae-4adc-ada9-f8d9ab6dd9f2>

Insikt Group (2025, 13. Februar). Stimmen aus Moskau: Russian Influence Operations Target German Elections. Recorded Future. <https://www.recordedfuture.com/research/stimmen-aus-moskau-russian-influence-operations-target-german-elections>

Institute for Strategic Dialogue (2025, 13. Februar). Coordinated disinformation network uses AI, media impersonation to target German election. Institute for Strategic Dialogue. https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/coordinated-disinformation-network-uses-ai-media-impersonation-to-target-german-election/

Nazari, S. & Schwarz, K. (2025, 27. Januar). Sky's the Limit – Russian Influence Operation Doppelgänger Expands to Bluesky. <https://alliance4europe.eu/doppelgaenger-bluesky>

Reset.Tech (2024, 18. Juli). Doppelgänger Revamped: Network of Verified Accounts Spreads Multilingual Propaganda on X. Reset.Tech. <https://www.reset.tech/resources/reset-tech-research-note-doppelgaenger-revamped-network-of-verified-accounts-spreads-multilingual-propaganda-on-x.pdf>

Smirnova, J. (2025, 21. Februar). Videos mit Falschbehauptungen über Wahlbetrug – Hinweise auf einen russischen Akteur. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/videos-mit-gefaelschten-wahlunterlagen>

Smirnova, J., Schwarz, K. & Nazari, S. (2025, 13. Februar). Wie Desinformationskampagnen rund um die Propaganda-Organisation Foundation to Battle Injustice versuchen, die Bundestagswahl zu beeinflussen. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/russische-kampagnen-rund-um-foundation-to-battle-injustice>

Stadt Leipzig (2025, 18. Februar). Videos mit gefälschtem Stimmzettel im Umlauf. <https://www.leipzig.de/presse/medieninformationen/medieninformation/videos-mit-gefaelschtem-stimmzettel-im-umlauf>

Zum Kapitel: Falschinformationen über die Integrität der Wahl

Bundeswahlleiterin (2025). Erkennen und Bekämpfen von Desinformation. Fakten zur vorläufigen Ergebnisdarstellung. <https://www.bundeswahlleiterin.de/bundestagswahlen/2025/fakten-desinformation.html#35f7a3f4-df1d-4446-a98e-bd4179d381bf>

EDMO (2023). Disinformation narratives during the 2023 elections in Europe. <https://edmo.eu/publications/disinformation-narratives-during-the-2023-elections-in-europe/>

Frühwirth, Lea (2025). Nach der Wahl: Falschbehauptungen zu angeblichem Wahlbetrug wandern durch soziale Medien. CeMAS, 28. Februar 2025. <https://btw2025.cemas.io/artikel/falschbehauptungen-wahlbetrug>

Lehn, Johanna (2025). Ex-EU-Kommissar Breton falsch interpretiert – EU kann Bundestagswahl nicht annullieren. AFP, 29. Januar 2025. <https://faktencheck.afp.com/doc.afp.com.36WE7WV>

Thust, Sarah (2025). Frank-Walter Steinmeier drohte nicht, die Bundestagswahl zu annullieren, wenn die falsche Partei gewinnt. Correctiv, 20. Januar 2025. <https://correctiv.org/faktencheck/2025/01/20/frank-walter-steinmeier-drohte-nicht-die-bundestagswahl-zu-annullieren-wenn-die-falsche-partei-gewinnt/>

Vance, J. D. (2025). Die Münchener Rede des US-Vizepräsidenten im Wortlaut. Handelsblatt, 14. Februar 2025. <https://www.handelsblatt.com/politik/international/j-d-vance-die-muenchener-rede-des-us-vizepraesidenten-im-wortlaut/100107881.html>

Zum Kapitel: Die AfD auf TikTok und X im Wahlkampf der Bundestagswahl 2025

Dittrich, M., Düker, J., Faßbender, D. (2025, 21. Februar). Strategische Inkohärenz? Zur Präsenz der AfD auf TikTok. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/strategische-inkohaerenz-zur-praesenz-der-afd-auf-tiktok>

Frühwirth, L. (2025a, 20. Januar). Russische Desinformation vor der Bundestagswahl: *Doppelgänger*-Kampagne macht Stimmung gegen Parteien. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/update-doppelgaenger>

MDR Aktuell (2024, 14. Dezember). Analyse: AfD dominiert weiter auf TikTok. <https://www.mdr.de/nachrichten/deutschland/wahlen/bundestagswahl/btw-spitzenkandidaten-social-media-tiktok-reichweite-likes-100.html>

Rathje, J. (2025, 30. Januar): Extrem rechter Verein Ein Prozent: Aufruf zur Wahlbeobachtung, Kampagne gegen Die Linke. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/der-extrem-rechte-verein-ein-prozent-und-die-bundestagswahl>

Rathje, J., Tiedemann, L. (2025a, 22. Januar). Elon Musk und die extreme Rechte in Deutschland auf X (I): Interaktionen mit der AfD. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/elon-musk-und-die-extreme-rechte-1>

Rathje, J., Tiedemann, L. (2025b, 12. Februar). Elon Musk und die extreme Rechte in Deutschland auf X (II): Interaktionen mit dem Vorfeld der AfD. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/elon-musk-und-die-extreme-rechte-ii>

Zum Kapitel: Rechtsextremes und verschwörungsideologisches Milieu auf Telegram: Themen im Bundestagswahlkampf 2025

Eckard, J. (2025, 14. Februar): Mit Steuergeldern gegen die CDU – Wer steckt hinter den Massen-Demos? Bild. Publiziert unter <https://www.bild.de/politik/inland/mit-steuergeldern-gegen-die-cdu-wer-steckt-hinter-den-massen-demos-67a1d74308bc756e749d6056>, inzwischen auf Bild.de gelöscht; Archiv-Link <https://archive.is/4WmqT>

Kopietz, A. (2024, 5. Dezember). Marel Luthe verklagt die Regierung: Die Bürger wurden über das Corona-Virus getäuscht. Berliner Zeitung. <https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/marcel-luthe-verklagt-die-regierung-die-buerger-wurden-ueber-das-corona-virus-getaeuscht-li.2278379>

Kopietz, A. (2025, 10. Februar). Corona-Impfzwang: Berliner Feuerwehr droht Schadenersatz in Millionenhöhe. Berliner Zeitung. <https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/corona-impfzwang-berliner-feuerwehr-droht-schadenersatz-in-millionenhoehe-li.2294020>

Latour, C., Sonneborn, M. (2024, 18. November). Paxlovid-Skandal: Sonneborn errechnet 417 Jahre Haft für Karl Lauterbach. Berliner Zeitung. <https://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft-verantwortung/paxlovid-skandal-sonneborn-errechnet-417-jahre-haft-fuer-karl-lauterbach-li.2273309>

Musk, E. (2024, 28. Dezember). Warum Elon Musk auf die AfD setzt – und warum er dabei irrt. Die Welt. <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article254982012/Warum-Elon-Musk-auf-die-AfD-setzt-und-warum-er-da-bei-irrt.html>

Siggelkow, P. (2025, 27. Februar). Bundestagswahl: Eine große Bühne für die AfD in Österreich. Tageschau.de. <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/kontext/bundestagswahl-aufeins-afd-100.html>

Voinea, M (2025, 23. Januar): Wahlbeeinflussung durch koordinierte Social-Media-Kampagnen: Ein praktischer Leitfaden für die Zukunft. CeMAS Bundestagswahl 2025 Monitoring. <https://btw2025.cemas.io/artikel/wahlbeeinflussung-durch-ueber-soziale-medien-rumaenien>

Zum Kapitel: Der Einsatz KI-generierter Bilder durch die AfD auf X

Donner, C., Böswald, L.-M., Fielitz, M., Sick, H., Marcks, H., Gsenger, R., Heft, A. & Brodersen, W. (2024). Attention Is All They Need: Eine Analyse der Nutzung generativer KI in rechtsalternativen Netzwerken. Machine Against the Rage, 2(3). <https://machine-vs-rage.net/attention-is-all-they-need/>

Fielitz, M., Sick, H., Schmidt, M. & Donner, C. (2024). Social-Media-Partei AfD? Digitale Landtagswahlkämpfe im Vergleich (OBS-Arbeitspapier Nr. 73). https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP73_LTW_AfD_WEB.pdf

Haupt, F. (11. März 2025). AfD mit KI-Fotos: Abgeordnete der Partei rechtfertigen täuschende Bilder. FAZ. <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/afd-mit-ki-fotos-abgeordnete-der-partei-rechtfertigen-taeschende-bilder-18788651.html>

Hiller, A., Maristany de las Casas & Pablo. (2025). Generative AI and the German Far Right: Narratives, Tactics and Digital Strategies. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2025/02/The-use-of-generative-AI-by-the-German-Far-Right.pdf>

Kruschinski, S., Jost, P., Fecher, H. & Scherer, T. (2025). Künstliche Intelligenz in politischen Kampagnen: Akzeptanz, Wahrnehmung und Wirkung (OBS-Arbeitspapier Nr. 75). https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP75_KI_Kampagnen.pdf

OpenAI. (2021, 5. Januar). DALL-E: Creating images from text. <https://openai.com/index/dall-e/>

Peeters, S., Hagen, S. & Wahl, D. (2025). 4CAT Capture and Analysis Toolkit [Computer software]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14888687>

Über CeMAS

CeMAS, das gemeinnützige Center für Monitoring, Analyse und Strategie, bündelt jahrelange interdisziplinäre Expertise zu den Themen Verschwörungsideologien, Desinformation, Antisemitismus und Rechtsextremismus. CeMAS adressiert aktuelle Entwicklungen in diesen Themenfeldern durch systematisches Monitoring zentraler digitaler Plattformen und moderne Studiendesigns, um so innovative Analysen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Darüber hinaus berät CeMAS Entscheidungsträger:innen aus Zivilgesellschaft, Medien und Politik.

Ziel von CeMAS ist es, die Gesellschaft zu befähigen, Verschwörungsideologien, Desinformation, Antisemitismus und Rechtsextremismus im Rahmen aktueller Problemlagen und zukünftiger Krisen aktiv entgegenzutreten zu können.

Unterstützen Sie die Arbeit von CeMAS!

Wir freuen uns, wenn Sie uns dabei helfen und unsere Arbeit unterstützen möchten. CeMAS ist eine gemeinnützige gGmbH. Ihre Spende hilft uns, mit innovativen Analysen und dezidierten Handlungsstrategien die demokratische Gesellschaft zu stärken.

<https://cemas.io/spende>

Über die Autor:innen und Mitarbeitenden

Gregor Bauer

Gregor Bauer ist Sprachwissenschaftler und arbeitet bei CeMAS als Chief Operating Officer und Stellvertretender Geschäftsführer.

Miro Dittrich

Miro Dittrich ist Politikwissenschaftler und forscht bei CeMAS als Senior Researcher zu Rechtsextremismus, Rechtsterrorismus und Content-Moderation.

Joe Düker

Joe Düker ist Researcher bei CeMAS und forscht zu rechtsextremen Phänomenen im Internet.

David Faßbender

David Faßbender ist studentische Hilfskraft im Bereich Data Science und entwickelt bei CeMAS Werkzeuge zur automatisierten Erhebung und Analyse von Social-Media-Inhalten und -Verhaltensdaten.

Lea Frühwirth

Lea Frühwirth ist Psychologin und forscht bei CeMAS als Senior Researcherin zu Desinformation, Propaganda und Verschwörungserzählungen.

Corinne Heuer

Corinne Heuer ist Kommunikationsmanagerin bei CeMAS und arbeitet zu den Themen politische Kommunikation und Policy sowie Antisemitismus im digitalen Raum.

Josef Holnburger

Josef Holnburger ist Political Data Scientist und Geschäftsführer von CeMAS.

Pia Lamberty

Dr. Pia Lamberty ist Psychologin und als Lead Psychological Analyst bei CeMAS für die Bereiche Policy sowie Forschung und Beratung im Kontext der antidemokratischen Instrumentalisierung von Krisen und Katastrophen zuständig.

Janina Mainzer

Janina Mainzer studiert Interdisziplinäre Antisemitismusforschung und arbeitet bei CeMAS als studentische Hilfskraft im Bereich Kommunikation und Erstellung von Social-Media-Content.

Anna Meyer

Anna Meyer ist Politikwissenschaftlerin mit Spezialisierung im IT-Bereich und untersucht bei CeMAS als studentische Hilfskraft die Verbreitung von Desinformation im Internet.

Lu Kalkbrenner

Lu Kalkbrenner ist Software Engineer bei CeMAS und arbeitet an Scraping- und Analysetools.

Jan Kaßel

Jan Kaßel ist Software Engineer. Bei CeMAS konzipiert und entwickelt er Systeme, die Daten und Inhalte seiner Kolleg:innen bei CeMAS für die Öffentlichkeit zugänglich machen.

Martin Müller

Martin Müller ist Informatiker. Bei CeMAS entwickelt er als Backend-Entwickler digitale Werkzeuge, die das Zusammenspiel von Technologie und Gesellschaft greifbar machen und Analysen im Kontext verschwörungsideologischer, rechtsextremer und antisemitischer Inhalte im Internet ermöglichen.

Simone Rafael

Simone Rafael ist Journalistin und Kommunikationsmanagerin bei CeMAS und schreibt über Demokratiegefährdungen im Internet und digitalen Rechtsextremismus.

Jan Rathje

Jan Rathje ist Politikwissenschaftler und forscht bei CeMAS als Senior Researcher zu den Themen Online-Rechtsextremismus, Verschwörungsideologien, Antisemitismus sowie Souveränismus.

Julia Smirnova

Julia Smirnova ist Senior Reseacherin bei CeMAS mit Fokus auf ausländische Einflussnahme und Verbreitung von Desinformation online.

Leonard Tiedemann

Leonard Tiedemann studiert Social und Economic Data Science mit den Schwerpunkten Computational Social Science, datenbasierte Untersuchung der Dynamiken digitaler Diskurse und des deutschsprachigen Rechtsextremismus auf sozialen Medien.

© **CeMAS**

CeMAS, das gemeinnützige Center für Monitoring, Analyse und Strategie bündelt jahrelange, interdisziplinäre Expertise zu den Themen Verschwörungsideologien, Desinformation, Antisemitismus und Rechtsextremismus. CeMAS adressiert aktuelle Entwicklungen in diesen Themenfeldern durch systematisches Monitoring zentraler digitaler Plattformen und moderner Studiendesigns, um so innovative Analysen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Darüber hinaus berät CeMAS Entscheidungsträger:innen aus Zivilgesellschaft, Medien und Politik.