Große Sorgen, hohe Erwartungen an Politik und Europa

Wie Deutschland auf Social-Media-Plattformen und Messengerdienste blickt

Agora Digitale Transformation

BertelsmannStiftung

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
Juni 2026

Herausgeber
Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256, 33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Kooperation mit
Agora Digitale Transformation

Verantwortlich
Charlotte Freihse
Asena Soydaş

Autorinnen
Charlotte Freihse
Asena Soydaş
Vivien Benert

Layout
Ines Meyer, Gütersloh

Datenerhebung und Auswertung
pollytix strategic research gmbh

Bildnachweis
© Paul Feldkamp

Der **Text** dieser Publikation ist lizenziert unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0) Lizenz. Den vollständigen Lizenztext finden Sie unter: https://creativecommons.org/licenses/ by/4.0/legalcode.de

Davon ausgenommen sind die **Cover-Illustration, die Grafiken und die Logos**, sie sind urheberrechtlich geschützt, unterfallen nicht der oben genannten CC-Lizenz und dürfen nicht verwendet werden.

Zitationshinweis
Freihse, C., Soydaş, A. & Benert, V. (2026). Große Sorgen, hohe Erwartungen an Politik und Europa – Wie Deutschland auf Social-Media-Plattformen und Messengerdienste blickt. Bertelsmann Stiftung, (Hrsg.). Gütersloh

DOI 10.11586/2026081

Große Sorgen, hohe Erwartungen an Politik und Europa

Wie Deutschland auf Social-Media-Plattformen und Messengerdienste blickt

Charlotte Freihse
Asena Soydaş
Vivien Benert

BertelsmannStiftung

Auf einen Blick

Warum diese Studie?

Die Studie „Große Sorgen, hohe Erwartungen an Politik und Europa – Wie Deutschland auf Social-Media-Plattformen und Messengerdienste blickt“ wirft einen kritischen Blick auf die Gestaltungsmacht großer Plattformanbieter und untersucht, wie Menschen Social-Media-Plattformen und Messengerdienste von Meta, Google, TikTok und Co. wahrnehmen, nutzen und bewerten. Sie zeigt, dass Plattformen wie TikTok, X oder Instagram häufig kritisch und mit Sorge betrachtet, von vielen Menschen im Alltag jedoch zugleich selbstverständlich und intensiv genutzt werden. Damit richtet die Studie den Blick gezielt auf die Perspektive der Nutzer:innen und liefert empirisch fundierte Einblicke in ein Spannungsfeld, das öffentliche Debatten über soziale Medien bislang oft nur ausschnitthaft abbilden.

Im Mittelpunkt stehen die Nutzungsmuster, Einstellungen und Wünsche der Befragten: Welche Bedürfnisse erfüllen soziale Medien? Wie werden problematische Erfahrungen wahrgenommen? Und welche Rolle spielen Datenschutz, Plattformmacht oder europäische Alternativen tatsächlich im konkreten Nutzungsverhalten? Die Ergebnisse machen deutlich, dass Risiken und problematische Aspekte digitaler Plattformen den meisten Nutzer:innen durchaus bewusst sind. Gleichzeitig überwiegen aus ihrer Sicht häufig die praktischen, sozialen und unterhaltungsbezogenen Vorteile. Sichtbar werden dabei auch zentrale Ambivalenzen, etwa beim Vertrauen in Plattformen, beim Umgang mit persönlichen Daten oder bei der Frage nach demokratischer Kontrolle digitaler Räume.

Die Studie ist mehr als eine Bestandsaufnahme digitaler Nutzungsmuster. Sie liefert belastbare Evidenz darüber, wie Menschen die Macht der Plattformanbieter wahrnehmen, welche Erwartungen sie an Regulierung und digitale Souveränität stellen und welche Faktoren ihr tatsächliches Verhalten prägen. Damit schafft die Studie eine wichtige empirische Grundlage, um digitale Öffentlichkeit und Regulierung wirksam weiterzuentwickeln. Denn die Zukunft sozialer Medien entscheidet sich auch daran, wie Menschen digitale Plattformen tatsächlich erleben, bewerten und in ihren Alltag integrieren.

Methode

Die Studie kombiniert qualitative und quantitative Methoden in einem zweistufigen Forschungsdesign, um ein vertieftes Verständnis für Einstellungen, Wahrnehmungen und Nutzungspraktiken zu gewinnen und die Ergebnisse anschließend auf einer breiten empirischen Basis zu überprüfen.

In der qualitativen Phase (15. bis 18.12.2025) wurden zwölf Online-Gruppendiskussionen mit jeweils drei Teilnehmenden über Zoom durchgeführt. Bei der Zusammensetzung wurde sowohl auf das Nutzungsverhalten – ausschließliche Messengernutzung gegenüber zusätzlicher Nutzung sozialer Medien – als auch auf eine regionale Streuung zwischen Ost- und Westdeutschland sowie städtischen und ländlichen Räumen geachtet. Die Gruppen wurden nach Alter und Bildungsstand unterteilt.

Darauf aufbauend folgte eine repräsentative Online-Befragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren (6. bis 14.2.2026). Befragt wurden 2.016 Personen, ausgewählt als quotierte Stichprobe aus einem Online-Access-Panel unter Berücksichtigung zentraler soziodemografischer Merkmale wie Alter, Geschlecht und Bildungsstand. Die Befragung dauerte im Schnitt 15 Minuten. Zur Sicherung der Repräsentativität wurden die Daten anhand amtlicher Statistiken gewichtet.

Ergebnisse

Die Ergebnisse sollten vor allem als Analyse eines Spannungsverhältnisses gelesen werden: Nutzer:innen erkennen Risiken digitaler Plattformen, ändern ihr Verhalten aber nur selten. Sie erwarten Schutz, Regeln und Durchsetzung eher von Politik und Plattformbetreibern als von individuellem Verzicht. Genau darin liegt die politische Relevanz der Studie: Plattformmacht ist für viele Menschen sichtbar, aber im Alltag kaum individuell bearbeitbar.

At a glance

Why this study?

The study “Major Concerns, High Expectations for Policymakers and Europe – How Germany Views Social Media Platforms and Messaging Services” takes a critical look at the influence and shaping power of major platform providers and examines how people perceive, use, and evaluate social media platforms and messaging services from Meta, Google, TikTok, and others. It shows that platforms such as TikTok, X, and Instagram are often viewed critically and with concern, while at the same time being used intensively in everyday life by many people. By focusing specifically on the perspective of users, the study provides empirically grounded insights into a tension that public debates about social media have often failed to fully capture.

At the heart of the study are respondents’ usage patterns, attitudes, and expectations: What needs do social media fulfill? How are problematic experiences perceived? And what role do issues such as data protection, platform power, or European alternatives actually play in users’ everyday decisions and online behavior? The findings make it clear that most users are well aware of the risks and problematic aspects of digital platforms. At the same time, the practical, social, and entertainment-related benefits often outweigh these concerns from their perspective. The study also highlights key tensions, for example regarding trust in platforms, the handling of personal data, and questions of democratic oversight of digital spaces.

This study is more than a snapshot of digital usage patterns. It provides robust evidence on how people perceive the power of platform providers, what expectations they have regarding regulation and digital sovereignty, and which factors shape their actual behavior. In doing so, it creates an important empirical foundation for helping to shape the future of digital public spaces and platform regulation in an effective way. After all, the future of social media will also be determined by how people experience, evaluate, and integrate digital platforms into their everyday lives.

Methodology

The study combines qualitative and quantitative methods in a two-stage research design in order to develop a deeper understanding of attitudes, perceptions, and usage practices and subsequently validate the findings on a broad empirical basis.

During the qualitative phase (15–18 December 2025), twelve online focus group discussions were conducted via Zoom, each consisting of three participants. Group composition took into account both usage behavior: participants who used only messaging services and those who also used social media,as well as regional diversity across eastern and western Germany and urban and rural areas. The groups were further segmented by age and educational background.

Building on these findings, a representative online survey of the German-speaking resident population aged 16 and older was conducted between 6 and 14 February 2026. A total of 2,016 respondents participated, recruited from an online access panel using quota sampling based on key sociodemographic characteristics such as age, gender, and educational attainment. The survey took an average of 15 minutes to complete. To ensure representativeness, the data were weighted using official statistical benchmarks.

Findings

The findings should primarily be understood as an analysis of a fundamental tension: users recognize the risks associated with digital platforms, yet rarely change their own behavior. They expect protection, rules, and enforcement to come from policymakers and platform operators rather than from individual restraint. This is precisely where the study's political relevance lies: for many people, platform power is clearly visible, but it is not something they feel able to address through their actions in everyday life.

Inhaltsverzeichnis

Auf einen Blick 4

At a glance 6

Vorwort 9

Zusammenfassung 11

1 | Status quo: Digitale Öffentlichkeit in Zeiten von Plattformmacht 13

2 | Social-Media-Nutzung im Fokus 16

2.1 | Risiken sind bekannt, verändern das Nutzungsverhalten aber kaum 16

2.2 | Bestehende Machtverhältnisse werden erkannt, aber selten handlungsrelevant 24

2.3 | Erwartungen an politische Verantwortung und Regulierungsansätze 27

3 | Implikationen: Was folgt aus den Ergebnissen? 36

4 | Drei Handlungsfelder: Was jetzt passieren muss 37

Literaturverzeichnis 39

Abbildungsverzeichnis 41

Vorwort

Liebe Leser:innen,

unsere Öffentlichkeit hat sich radikal verändert. Persönlicher Austausch, Nachrichtenkonsum und die Teilnahme an öffentlichen Debatten haben sich zunehmend ins Digitale verlagert. Feeds, Stories, Gruppen-Chats und Online-Kommentare prägen im Netz unseren Alltag. Plattformen wie Instagram, TikTok, X, WhatsApp oder Telegram sind längst weit mehr als technische Anwendungen: Sie sind soziale Räume, Nachrichtenkanäle, Unterhaltungsmaschinen und politische Arenen zugleich. Hier informieren wir uns, pflegen Freundschaften, streiten über gesellschaftliche Fragen, teilen persönliche Momente. Es sind die digitalen Orte, in denen wir Teile unseres Alltags verbringen.

Kaum ein anderer Bereich der Digitalisierung wird derzeit so intensiv diskutiert wie die Macht sozialer Medien. Die öffentliche Debatte ist geprägt von Warnungen vor Desinformation, manipulativen Algorithmen, Datenschutzverletzungen, Polarisierung und dem wachsenden Einfluss globaler Technologiekonzerne. Regierungen ringen um Regulierung, Expert:innen analysieren Plattformarchitekturen und die Zivilgesellschaft fordert mehr Transparenz und Verantwortung. Doch bei all diesen Diskussionen gerät eine zentrale Perspektive oft aus dem Blick: die der Nutzer:innen selbst.

Wie erleben Menschen soziale Medien tatsächlich? Warum bleiben Plattformen attraktiv, obwohl ihre Risiken bekannt sind? Welche Rolle spielen sie im Alltag? Und wie denken Menschen über die Macht der großen Plattformkonzerne, über Regulierung oder mögliche Alternativen nach?

Die vorliegende Studie „Große Sorgen, hohe Erwartungen an Politik und Europa – Wie Deutschland auf Social-Media-Plattformen und Messengerdienste blickt“ stellt genau diese Fragen in den Mittelpunkt. Sie blickt nicht nur auf Plattformen als technologische oder politische Systeme, sondern auf die Menschen, die sie täglich nutzen. Damit eröffnet sie einen wichtigen Perspektivenwechsel: weg von abstrakten Debatten über Plattformmacht hin zu den konkreten Erfahrungen, Gewohnheiten und Bedürfnissen der Nutzer:innen.

Die Ergebnisse zeichnen ein ebenso spannendes wie widersprüchliches Bild. Viele Plattformen, die gesellschaftlich besonders kritisch diskutiert werden, werden von ihren Nutzer:innen gleichzeitig intensiv genutzt und überwiegend positiv bewertet. Problematische Erfahrungen wie Beleidigungen, unerwünschte Kontaktaufnahmen oder Einschränkungen von Accounts gehören für viele zwar zur Realität digitaler Kommunikation; sie führen jedoch selten dazu, die eigene Nutzung grundlegend zu hinterfragen. Risiken werden häufig eher bei anderen wahrgenommen: bei „der Gesellschaft“, bei Jugendlichen oder bei politisch beeinflussbaren Gruppen – weniger bei einem selbst.

Gleichzeitig wird deutlich, wie tief soziale Medien inzwischen in alltägliche Routinen eingebettet sind. Unterhaltung, soziale Nähe, schnelle Kommunikation und das Gefühl permanenter Verbundenheit machen Plattformen für viele Menschen unverzichtbar. Datenschutzbedenken oder Kritik an datengetriebenen Geschäftsmodellen treten im Alltag oft hinter Komfort, Reichweite und sozialer Gewohnheit zurück. Die Weitergabe persönlicher Daten wird vielfach stillschweigend als Gegenleistung für kostenfreie digitale Dienste akzeptiert oder gar nicht hinterfragt.

Gleichzeitig zeigt die Studie auch: Die Macht großer Plattformen bleibt nicht unsichtbar. Viele Menschen sorgen sich um den Einfluss sozialer Medien auf öffentliche Debatten, demokratische Prozesse und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Eine Europäische Regulierung stößt durchweg auf hohe Zustimmung, gleichwohl bestehende Ansätze oft unbekannt sind und Interoperabilität, Dezentralität oder europäische Alternativen für viele abstrakt und fern vom eigenen digitalen Alltag bleiben.

Gerade darin liegt die besondere Relevanz dieser Studie. Sie macht sichtbar, dass die Zukunft digitaler Öffentlichkeit nicht allein in den Händen von Regulierungsbehörden, Technologieunternehmen oder politischen Entscheidungsträger:innen liegt. Sie entscheidet sich ebenso im alltäglichen Verhalten der Nutzer:innen: in ihren Gewohnheiten, Bedürfnissen, Erwartungen und ihrer Bereitschaft, digitale Routinen zu verändern. Aufgabe wird es langfristig sein, Gewohnheiten zu verändern, Alternativen aufzubauen und Kenntnisse darüber zu entwickeln.

Dieses Spannungsfeld zwischen Kritik und Komfort, Sorge und Gewöhnung, Machtbewusstsein und Ohnmachtsgefühl prägt die digitale Gesellschaft unserer Gegenwart. Die folgenden Seiten laden dazu ein, dieses Spannungsfeld besser zu verstehen und damit auch die Frage, wie eine demokratische, souveräne und gemeinwohlorientierte digitale Öffentlichkeit künftig gestaltet werden kann.

Wir wünschen eine spannende Lektüre und viele neue Denkanstöße!

Dr. Brigitte Mohn
Vorstandsvorsitzende
Bertelsmann Stiftung

Dr. Stefan Heumann
Managing Director
Agora Digitale Transformation

Zusammenfassung

Die Bevölkerung in Deutschland erkennt die Risiken und die gesellschaftliche Macht digitaler Plattformen. Individuelle Verhaltensänderungen werden jedoch kaum als wirksame Lösung angesehen. Die Erwartung richtet sich stattdessen an Politik und die Plattformen selbst. Die Ergebnisse zeigen, dass Plattformpolitik sichtbarer, verständlicher und alltagsnäher werden muss, um gesellschaftliche Wirkung zu entfalten.

- **Hohes Problembewusstsein geht mit einer starken Erwartung an politische Regulierung einher.**
  Das Problembewusstsein gegenüber digitalen Plattformen ist ausgeprägt. 77 Prozent der Befragten sehen soziale Medien zunehmend als Instrument politischer Einflussnahme, 71 Prozent sorgen sich um den Einfluss großer Plattformen auf die öffentliche Meinung. Gleichzeitig werden die bestehenden Machtverhältnisse zahlreicher Plattformen von vielen Befragten als schwer veränderbar wahrgenommen. Darüber hinaus zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen gesellschaftlicher Skepsis und individueller Nutzung. Die Verantwortung für den Umgang mit den Herausforderungen digitaler Plattformen wird dabei bei Plattformbetreibern und politischen Institutionen verortet, nicht bei einzelnen Nutzer:innen. Entsprechend hoch ist die Zustimmung zu regulatorischen Maßnahmen: 85 Prozent befürworten höhere Geldstrafen bei Regelverstößen, 80 Prozent unterstützen Sperrungen oder Verbote bei wiederholten Verstößen.

- **Individuelle Verhaltensänderungen werden kaum als wirksame Lösung angesehen.**
  Trotz hoher Problemerkennung bleibt die Bereitschaft zur Verhaltensänderung gering. Nur 18 Prozent der Befragten können sich vorstellen, soziale Medien vollständig aufzugeben, bei Messengerdiensten sind es lediglich 16 Prozent. Negative Erfahrungen wie Beleidigungen, unerwünschte Kontaktaufnahmen oder Account-Einschränkungen gehören für viele zur Nutzungserfahrung, führen jedoch selten zu einem grundlegenden Überdenken der eigenen Nutzung. Zudem werden negative Auswirkungen sozialer Medien häufiger bei anderen – insbesondere bei Kindern und Jugendlichen – als bei der eigenen Person wahrgenommen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass viele Befragte nicht an die Wirksamkeit individueller Verhaltensänderungen glauben und stattdessen auf wirksame Regulierung sowie durchsetzungsfähige Institutionen setzen.

- **Die Risiken digitaler Plattformen sind bekannt, beeinflussen das Nutzungsverhalten jedoch nur begrenzt.**
  73 Prozent der Befragten geben an, sich mit den Risiken digitaler Plattformen arrangiert zu haben. Hassrede, Desinformation, Datenschutzprobleme oder manipulative Nutzungsmechanismen sind den meisten bekannt, verändern das Nutzungsverhalten jedoch nur selten. Ausschlaggebend ist, dass soziale Medien zentrale Bedürfnisse wie Unterhaltung, Information und soziale Vernetzung zuverlässig erfüllen. Solange diese Funktionen gewährleistet sind, überwiegen für viele Nutzer:innen die wahrgenommenen Vorteile gegenüber den bekannten Risiken. Kostenfreie Nutzung, Komfort und bestehende soziale Netzwerke wiegen dabei häufig schwerer als Datenschutzbedenken oder der Wunsch nach Alternativen.

- **Regulierung genießt breite Unterstützung, ihre Wirkung bleibt jedoch oft unsichtbar.**
  Eine große Mehrheit der Befragten wünscht sich ein entschlosseneres Vorgehen Deutschlands und der Europäischen Union gegenüber großen Plattformkonzernen. Gleichzeitig werden bestehende europäische Regelungen nur wenig wahrgenommen und viele bezweifeln, dass Europa die Macht großer Plattformen wirksam begrenzen kann. Die Ergebnisse weisen damit weniger auf ein Akzeptanzproblem als auf ein Wahrnehmungsproblem hin. Regulierung wird grundsätzlich unterstützt, ihre Wirkung bleibt für viele aber abstrakt. Um

Vertrauen in politische Handlungsfähigkeit zu stärken, muss Regulierung nachvollziehbar vermitteln, wie sie konkrete Probleme adressiert, Menschen schützt und Machtkonzentrationen begrenzt.

- **Digitale Souveränität wird zunehmend als demokratische Herausforderung verstanden.** Die Abhängigkeit von wenigen globalen Plattformkonzernen wird von vielen Befragten als Risiko für Demokratie und gesellschaftliche Selbstbestimmung wahrgenommen. Gleichzeitig zeigt sich, dass strukturelle Systemansätze wie Interoperabilität oder Dezentralität zwar grundsätzlich Zustimmung erhalten, für viele Menschen jedoch schwer greifbar bleiben. Ähnlich verhält es sich mit europäischen Plattformalternativen: Eine Mehrheit hält sie für wichtig, die Bekanntheit konkreter Angebote bleibt jedoch gering und die Wechselbereitschaft niedrig. Die Ergebnisse deuten auf einen Perspektivenwechsel hin: Plattformpolitik wird nicht mehr nur als Verbraucher- oder Datenschutzthema verstanden, sondern zunehmend als Frage demokratischer Souveränität, gesellschaftlicher Kontrolle und europäischer Handlungsfähigkeit.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass digitale Plattformen zunehmend im Spannungsfeld von gesellschaftlicher Verantwortung, politischer Regulierung und digitaler Souveränität betrachtet werden.

1 | Status quo: Digitale Öffentlichkeit in Zeiten von Plattformmacht

Digitale Plattformen sind für Nutzer:innen mittlerweile selbstverständlich, aber sie sind auch umstritten.

Unsere digitale Öffentlichkeit entsteht heute in Feeds, Stories, Gruppen-Chats und Kommentarspalten. Digitale Plattformen wie Instagram, Facebook oder WhatsApp (allesamt Teil des Meta-Konzerns) sowie YouTube (Google), TikTok und X (ehemals Twitter) sind längst weit mehr als technische Anwendungen. Sie sind soziale Räume, Nachrichtenkanäle, Unterhaltungsmaschinen und politische Arenen zugleich. In Deutschland nutzen rund 60 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren regelmäßig Social-Media-Plattformen; unter den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 92 Prozent und auch von den 30- bis 49-Jährigen nutzen drei Viertel regelmäßig diese Angebote (ARD/ZDF-Forschungsdienst, 2025). Messengerdienste wie WhatsApp, Telegram und Signal erreichen mit etwa 83 Prozent eine noch breitere Nutzung (Statistisches Bundesamt 2026). Social-Media-Plattformen und Messengerdienste sind damit zu zentralen Infrastrukturen digitaler Kommunikation und Information geworden.

Gleichzeitig wird kaum ein anderer Bereich der Digitalisierung derzeit so kritisch diskutiert. Die Debatte ist geprägt von Warnungen vor Desinformation, manipulativen Algorithmen, Datenschutzverletzungen, Polarisierung und dem wachsenden Einfluss globaler Technologiekonzerne (Bennett und Livingston 2018; Howard 2020; Srnicek 2017). Die politische und mediale Diskussion konzentriert sich bislang jedoch häufig auf Plattformunternehmen, Regulierung und gesellschaftliche Risiken. Deutlich seltener steht die Perspektive der Nutzer:innen selbst im Mittelpunkt: Wie erleben Menschen soziale Medien im Alltag? Welche Risiken nehmen sie tatsächlich wahr? Und warum bleiben die Nutzerzahlen auf etablierten Plattformen trotz wachsender Kritik so stabil? Genau hier setzt die vorliegende Studie an.

Digitale Plattformen, Social-Media-Plattformen und Messengerdienste – eine Begriffsbestimmung

Digitale Plattformen wird in dieser Studie als Sammelbegriff für Social-Media-Plattformen und Messengerdienste verwendet.

Social-Media-Plattformen ermöglichen es Nutzer:innen, Inhalte öffentlich oder halböffentlich zu erstellen, zu teilen, zu konsumieren, zu kommentieren sowie sich miteinander zu vernetzen. Charakteristisch sind die algorithmische Kuratierung von Inhalten in Feeds sowie eine prinzipiell offene Kommunikation, die über den engen Kreis persönlicher Kontakte hinausgeht. Beispiele sind Instagram, Facebook, YouTube, TikTok und X.

Messengerdienste dienen hingegen primär der direkten, meist privaten Kommunikation zwischen einzelnen Personen oder geschlossenen Gruppen. Im Vordergrund stehen der unmittelbare Austausch von Nachrichten, Sprachnachrichten, Bildern und Dateien sowie häufig eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung zum Schutz der Kommunikation. Beispiele sind WhatsApp, Telegram und Signal.

Plattformmacht ist weit mehr als nur Marktdominanz.

Im Zentrum der Debatte steht die Macht der großen Plattformen. Diese Plattformmacht verweist auf eine spezifische Form gesellschaftlicher Gestaltungsmacht, die Fragen der demokratischen Kontrolle, digitalen Souveränität und individuellen Selbstbestimmung berührt. Diese Perspektive folgt aktueller Forschung zur „Platform Society“, die Plattformen nicht nur als Märkte, sondern als zentrale gesellschaftliche Infrastrukturen versteht (Helberger,

Pierson und Poell 2018; Van Dijck, Poell und de Waal 2018). Aus Sicht der Nutzer:innen wird Plattformmacht häufig in alltäglichen Erfahrungen sichtbar – etwa in eingeschränkten Wechselmöglichkeiten, intransparenten Algorithmen, fehlenden Alternativen oder dem Eindruck, den Bedingungen der Plattformen weitgehend ausgeliefert zu sein.

Plattformmacht beschreibt weit mehr als nur eine wirtschaftliche Marktstellung einzelner Unternehmen. In ökonomischer Hinsicht bezieht er sich auf Marktdominanz, Netzwerkeffekte und Abhängigkeitsverhältnisse von Nutzer:innen, Werbetreibenden und Drittanbietern (vgl. Crémer, de Montjoye und Schweitzer 2019). In infrastruktureller Hinsicht umfasst er die Kontrolle über zentrale digitale Kommunikations- und Distributionskanäle. In diskursiver Hinsicht betrifft er die algorithmische Steuerung von Inhalten und damit Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und öffentliche Meinungsbildung (Bucher 2018). In datenbezogener Hinsicht meint er die Kontrolle über die Erhebung, Verarbeitung und Verwertung personenbezogener Daten (Zuboff 2019; Couldry und Mejias 2019). Und in regulatorischer Hinsicht bezieht er sich auf das Definieren von Nutzungsbedingungen, Community-Standards und Moderationsregeln, die das Verhalten von Millionen Nutzer:innen prägen (Gillespie 2018; Klonick 2018).

Die Risiken digitaler Plattformen sind vielfältig und werden bereits lautstark kritisiert.

Mit der Reichweite der Plattformen wächst die Kritik an ihren gesellschaftlichen Auswirkungen. Studien zeigen, dass algorithmisch kuratierte Inhalte insbesondere in politisch polarisierten Kontexten zur Verstärkung von Fehlinformationen und zur Fragmentierung der Öffentlichkeit beitragen können (Cinelli et al. 2021; Bennett und Livingston 2018). Diese Risiken werden auch von Nutzer:innen wahrgenommen – allerdings häufig stärker bei anderen als bei sich selbst. Dieser sogenannte „Third-Person-Effekt" beschreibt die Tendenz, negative Medienwirkungen vor allem bei vermeintlich anfälligeren Gruppen wie Kindern und Jugendlichen zu verorten (Davison 1983).

Darüber hinaus dominieren datengetriebene Geschäftsmodelle, die auf umfangreicher Sammlung und Verarbeitung personenbezogener Daten für personalisierte Werbung und Feeds basieren (Zuboff 2019). Auffällig ist dabei auch eine Diskrepanz bei Nutzer:innen: Sie äußern hohe Datenschutzbedenken, handeln im Alltag jedoch oft gegenteilig (Kokolakis 2017; Norberg, Horne und Horne 2007).

Die Europäische Union hat bereits umfassende Instrumente zur Regulierung der Plattformanbieter vorgelegt.

Parallel zu diesen gesellschaftlichen Herausforderungen stehen die großen Plattformbetreiber in Europa zunehmend im regulatorischen Fokus. Mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) hat die Europäische Union umfassende Regelwerke zur Plattformregulierung geschaffen (Europäische Union 2023). Der DMA adressiert dabei insbesondere die Marktmacht großer Plattformkonzerne, etwa durch das Verbot, Nutzerdaten zwischen verschiedenen Diensten desselben Konzerns zu verknüpfen (z. B. zwischen WhatsApp und Facebook).

Dennoch geraten Anbieter wie Meta, ByteDance oder X regelmäßig wegen mutmaßlicher Verstöße gegen diese Regeln in die Kritik, etwa wegen unzureichender Inhaltsmoderation, intransparenter Algorithmen oder wettbewerbswidriger Praktiken. Ein aktuelles Beispiel betrifft das Design und die Empfehlungssysteme der Plattformen: Die Europäische Kommission stellte Anfang 2026 vorläufig fest, dass das Design von TikTok, insbesondere die „Infinite Scroll"-Funktion, gegen den DSA verstößt, da es zwanghaftes Verhalten bei Minderjährigen und Suchttendenzen fördert; sie stellte eine Strafe von bis zu 6 Prozent des Jahresumsatzes in Aussicht (Europäische Kommission 2026a). Mit dem geplanten Digital Fairness Act (DFA) kündigte die EU zudem zusätzliche Maßnahmen gegen schädliches Plattformdesign wie manipulative Empfehlungssysteme und Infinite-Scroll-Mechanismen an (Europäische Kommission 2026b).

Bisher ist jedoch unklar, wie sichtbar und wirksam europäische Regulierung im Alltag der Nutzer:innen tatsächlich ist. Diese Studie liefert daher wichtige Ergebnisse auf diese Frage.

Neben Regulierung spielen auch alternative Ansätze für das Social-Media-Ökosystem wie Dezentralität und Interoperabilität eine wichtige Rolle, um die Plattformmacht der großen Anbieter zu begrenzen.

Offene und gemeinwohlorientierte Plattformen wie Bluesky oder Mastodon gewinnen an Aufmerksamkeit, auch wenn ihre Nutzerzahlen bislang deutlich unter denen der etablierten Anbieter liegen. Diese Dienste setzen stärker auf *Dezentralität*, also die Verteilung von Kontrolle auf mehrere unabhängige Anbieter statt auf einen einzigen Konzern. Eng verwandt ist das Konzept der *Interoperabilität:* die Möglichkeit, Dienste verschiedener Anbieter miteinander zu verbinden und etwa Kontakte auch bei einem Anbieterwechsel zu behalten. Beide Ansätze zielen darauf ab, die durch soziale Netzwerkeffekte entstehenden Wechselhürden zu verringern und das gesamte Social-Media-Ökosystem strukturell neu zu gestalten.

Nach Australien diskutiert auch Deutschland ein Social-Media-Verbot für Minderjährige.

Auch auf nationaler Ebene verschärft sich die Debatte. Anfang 2026 forderten sowohl die Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU) als auch Teile der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) ein Social-Media-Verbot für Menschen unter 14 Jahren, um die Entwicklung junger Menschen vor den manipulativen Designs der Plattformen zu schützen (Die ZEIT 2026). Die Diskussion orientiert sich an internationalen Vorbildern wie Australien, das bereits ähnliche Altersgrenzen gesetzlich verankert und im Dezember 2025 ein Social-Media-Verbot eingeführt hat. Solche altersbezogenen Einschränkungen berühren unmittelbar die Frage, wie viel Schutz Nutzer:innen vom Staat erwarten (dürfen) – und wo individuelle Freiheit und staatliche Regulierung in den Konflikt geraten.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Menschen auf die Risiken der großen Plattformen blicken, ob und unter welchen Umständen sie bereit sind, Plattformen zu wechseln und welche Regulierungsmaßnahmen auf staatlicher und europäischer Ebene sie kennen und befürworten. Mit dieser repräsentativen Befragung liefern wir empirisch fundierte Antworten auf diese Fragen.

2 | Social-Media-Nutzung im Fokus

Die Ergebnisse der Studie zeigen ein insgesamt ambivalentes Verhältnis der Befragten zu digitalen Plattformen. Einerseits werden soziale Medien und Messengerdienste als selbstverständlicher Bestandteil des Alltags wahrgenommen und intensiv genutzt. Andererseits besteht ein ausgeprägtes Bewusstsein für problematische Phänomene wie Desinformation, Polarisierung, Datenschutzrisiken und die Macht großer Plattformkonzerne. Diese Risiken führen jedoch nur selten zu konkreten Verhaltensänderungen oder einer tatsächlichen Abkehr von etablierten Angeboten.

Auffällig ist zudem, dass sich viele Spannungsverhältnisse durch nahezu alle Themenfelder der Untersuchung ziehen. So werden problematische Aspekte sozialer Medien zwar deutlich wahrgenommen, gleichzeitig überwiegen für viele Befragte weiterhin die Vorteile im Alltag. Ebenso ist der Wunsch nach Regulierung groß, während konkrete regulatorische Maßnahmen oder bestehende europäische Gesetzgebung häufig kaum bekannt sind. Auch alternative Plattformmodelle wie Dezentralität oder Interoperabilität werden intuitiv positiv bewertet, entfalten bislang jedoch nur begrenzte praktische Relevanz im Alltag vieler Befragter.

Die Kombination aus qualitativen Triaden und repräsentativer Befragung macht deutlich, dass digitale Plattformen inzwischen als grundlegende Infrastruktur gesellschaftlicher Kommunikation wahrgenommen werden. Gerade deshalb entsteht ein Spannungsverhältnis zwischen individuellem Nutzungsverhalten, gesellschaftlicher Kritik und Einstellungen sowie Erwartungen und Wünschen an Regulierung und digitale Souveränität.

Besonders deutlich wird dies beim Verhältnis zwischen Problembewusstsein und tatsächlichem Verhalten. Viele Befragte erkennen die Risiken großer Plattformen an und äußern Sorge über politische Einflussnahme, Datenschutz oder gesellschaftliche Polarisierung. Gleichzeitig bleibt die Nutzung etablierter Plattformen weitgehend stabil. Die Ergebnisse deuten damit auf eine Form gesellschaftlicher Gewöhnung an Plattformmacht hin, bei der Risiken zwar wahrgenommen, aber als unveränderbarer Bestandteil digitaler Kommunikation akzeptiert werden.

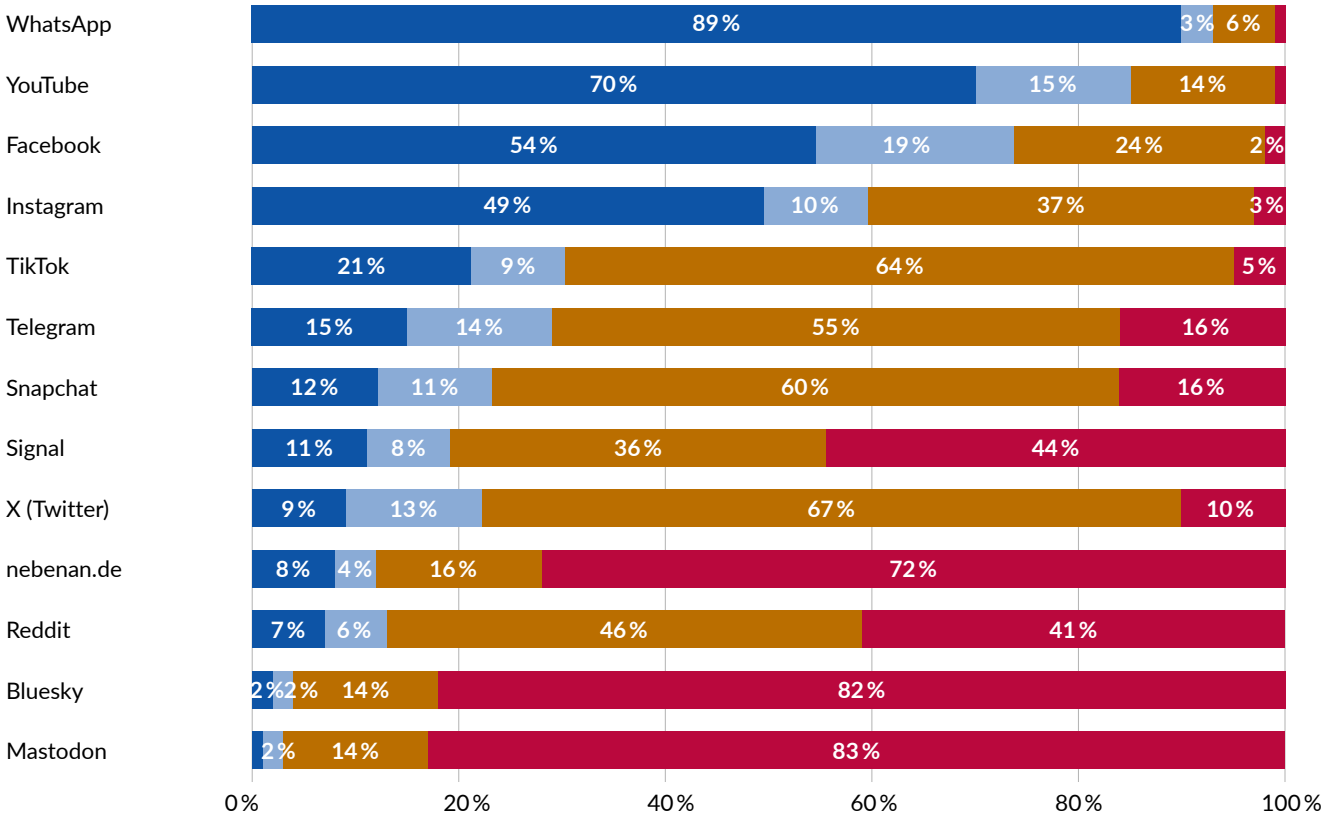
2.1 | Risiken sind bekannt, verändern das Nutzungsverhalten aber kaum

Nutzungserfahrungen und die daraus resultierenden Einstellungen und Wünsche zu digitalen Plattformen stellen das zentrale Erkenntnisinteresse dieser Studie dar. Die meistgenutzten Plattformen der Befragten sind WhatsApp (89 Prozent), YouTube (70 Prozent) und Facebook (54 Prozent), dicht gefolgt von Instagram (49 Prozent). Damit befinden sich die meistgenutzten Plattformen der Befragten in Deutschland allesamt in US-amerikanischer Hand. Die Kurzvideoplattform TikTok des chinesischen Unternehmens ByteDance folgt mit deutlichem Abstand auf Platz 5 (21 Prozent).

Dezentrale und offene Alternativen wie Bluesky und Mastodon (je zwei Prozent) weisen nur geringe Nutzungszahlen auf. Über 80 Prozent der Befragten geben an, Bluesky und Mastodon nicht zu kennen. Auch die lokale Plattform nebenan.de, die sich auf Nachbarschaftsaustausch spezialisiert hat, ist bei mehr als 70 Prozent der Befragten unbekannt (vgl. Abbildung 1). Alternativen zu den dominierenden digitalen Plattformen konnten sich also bei den Befragten bisher nicht etablieren.

Abbildung 1 | Nutzung digitaler Plattformen

Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie die folgenden Sozialen Medien und Messenger kennen und nutzen.



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: weiß nicht. Abweichungen rundungsbedingt.

nutze ich aktuell | habe ich in der Vergangenheit genutzt | kenne ich, habe ich aber noch nie genutzt | kenne ich nicht

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Die meisten Befragten nutzen soziale Medien eher bzw. überwiegend passiv. Rund 70 Prozent der Befragten geben an, zwar Inhalte anderer Nutzer:innen zu konsumieren, aber nur selten oder nie selbst Inhalte zu erstellen, zu kommentieren oder zu teilen. Auffällig ist, dass Männer über alle Altersgruppen hinweg eher bereit sind, selbst Inhalte zu erstellen, zu kommentieren oder zu teilen als Frauen. Insbesondere die Gruppe der jungen Männer unter 30 Jahren nutzt soziale Medien häufiger aktiv als andere Personengruppen (vgl. Abbildung 2).

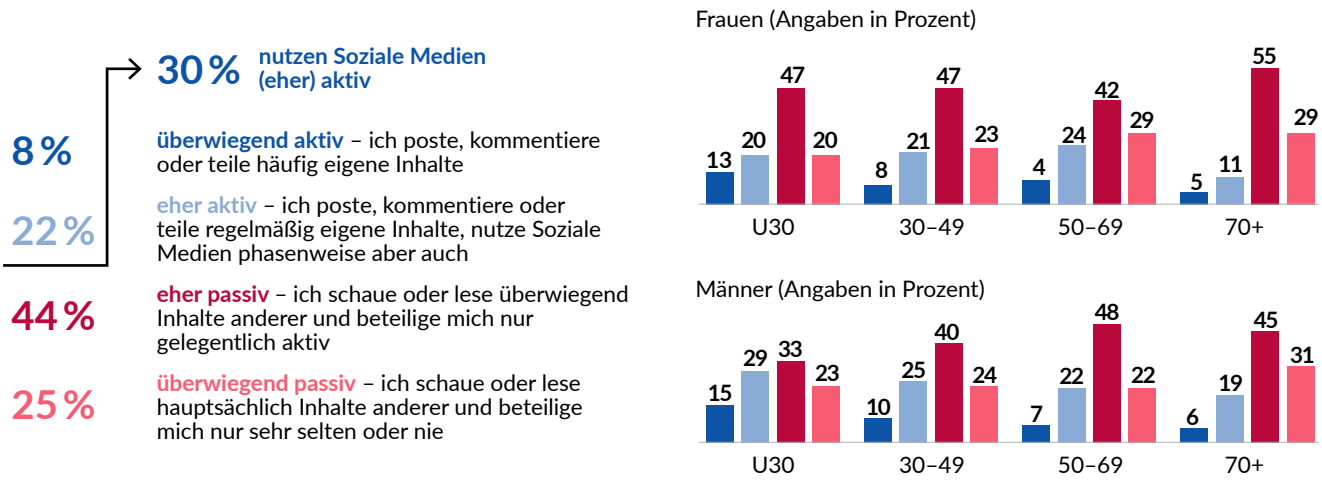
WhatsApp wird besonders positiv bewertet, während X und TikTok ein schlechtes Image haben.

Das Image unterschiedlicher Plattformen variiert stark. Betrachtet man die Netto-Bewertungen der Plattformen, die sich aus der Differenz der positiven und negativen Bewertungen ergibt, fällt auf, dass mit WhatsApp (Netto-Bewertung: +79 Prozent) und YouTube (Netto-Bewertung: +73 Prozent) die meistgenutzten Plattformen auch die beliebtesten sind.

Das schlechteste Image bei den Befragten hat X (Twitter) (Netto-Bewertung: –39), das im Jahr 2022 von Elon Musk gekauft wurde und seitdem wegen steigender Desinformation und Hassrede in

Abbildung 2 | Aktive vs. passive Nutzung sozialer Medien

Sie haben angegeben Soziale Medien zu nutzen. Wie würden Sie Ihre Nutzung dabei insgesamt am ehesten beschreiben?

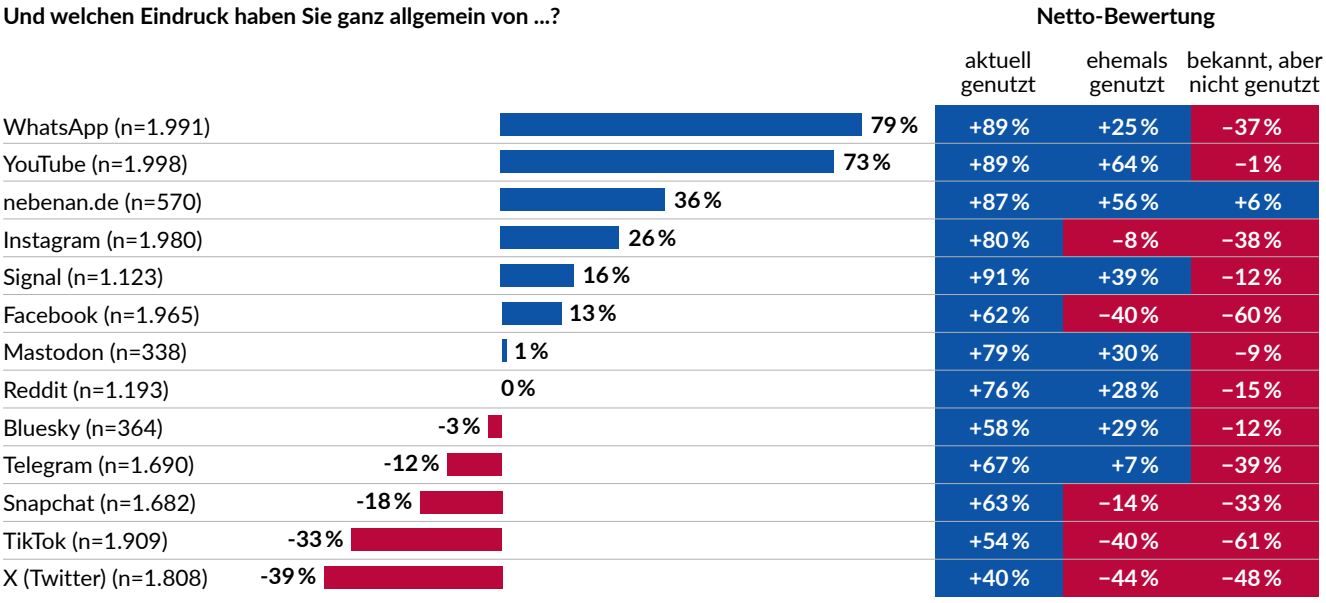


Basis: alle Befragten, die Soziale Medien nutzen (n=1.539). Fehlende Werte: weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

Abbildung 3 | Bewertung ausgewählter digitaler Plattformen

Und welchen Eindruck haben Sie ganz allgemein von ...?



Basis: alle Befragten, die die jeweilige Plattform nutzen, genutzt haben, oder kennen. Dargestelle Werte: Netto-Bewertung.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

der Kritik steht (Hickey, DiResta und Matamoros-Fernández 2025). Die chinesische Kurzvideoplattform TikTok (Netto-Bewertung: –33 Prozent) liegt auf dem vorletzten Platz (vgl. Abbildung 3). Auch TikTok steht immer wieder in der Kritik, unter anderem wegen polarisierender und emotionalisierender Inhalte und des algorithmischen Designs der Plattform.

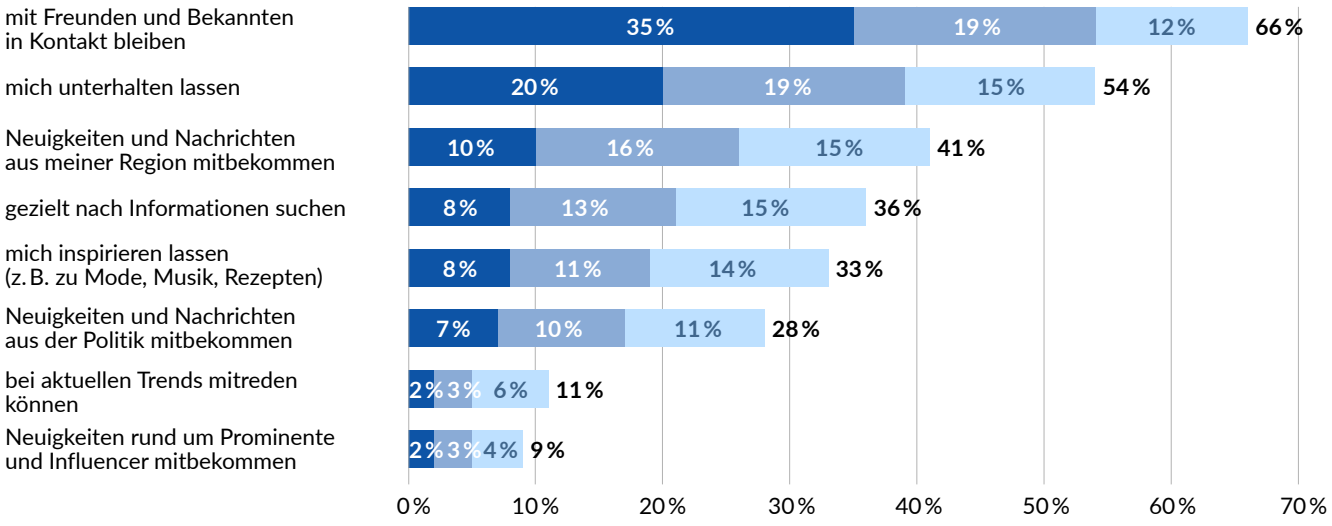
Auffällig ist, dass alle Plattformen von aktuellen Nutzer:innen deutlich positiver bewertet werden als von ehemaligen Nutzer:innen oder von Personen, die die Plattformen nie genutzt haben. Es scheint, dass eigene negative Erfahrungen mit einer Plattform oder ein bestehendes negatives Image Nutzer:innen dazu bewegen, Plattformen nicht weiter zu nutzen oder gar nicht erst zu testen.

Austausch mit Freunden und eine kostenlose Nutzung sind den Menschen besonders wichtig.

Fragt man nach den Gründen, warum Menschen soziale Medien und Messengerdienste nutzen bzw. nutzen würden, fällt auf, dass der Kontakt zu Freunden und Bekannten (66 Prozent) sowie Unterhaltung (54 Prozent) die wichtigsten Nutzungsmotive darstellen. Neuigkeiten und Nachrichten aus der eigenen Region mitzubekommen (41 Prozent), selbst gezielt nach Informationen zu suchen (36 Prozent) und politische Nachrichten zu erhalten (28 Prozent), sind als Nutzungsmotive hingegen nur für weniger als die Hälfte der Befragten relevant. Nur etwa jede zehnte Person legt Wert darauf, Informationen über Prominente und Influencer:innen auf digitalen Plattformen zu erhalten (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4 | Gründe für die Nutzung sozialer Medien

Im Folgenden lesen Sie einige Gründe anderer Menschen, warum diese Soziale Medien nutzen. Was ist – bzw. wäre – Ihnen bei der Nutzung Sozialer Medien am wichtigsten? [Top 3 Motive]



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: Sonstige Gründe/nichts davon/weiß nicht.

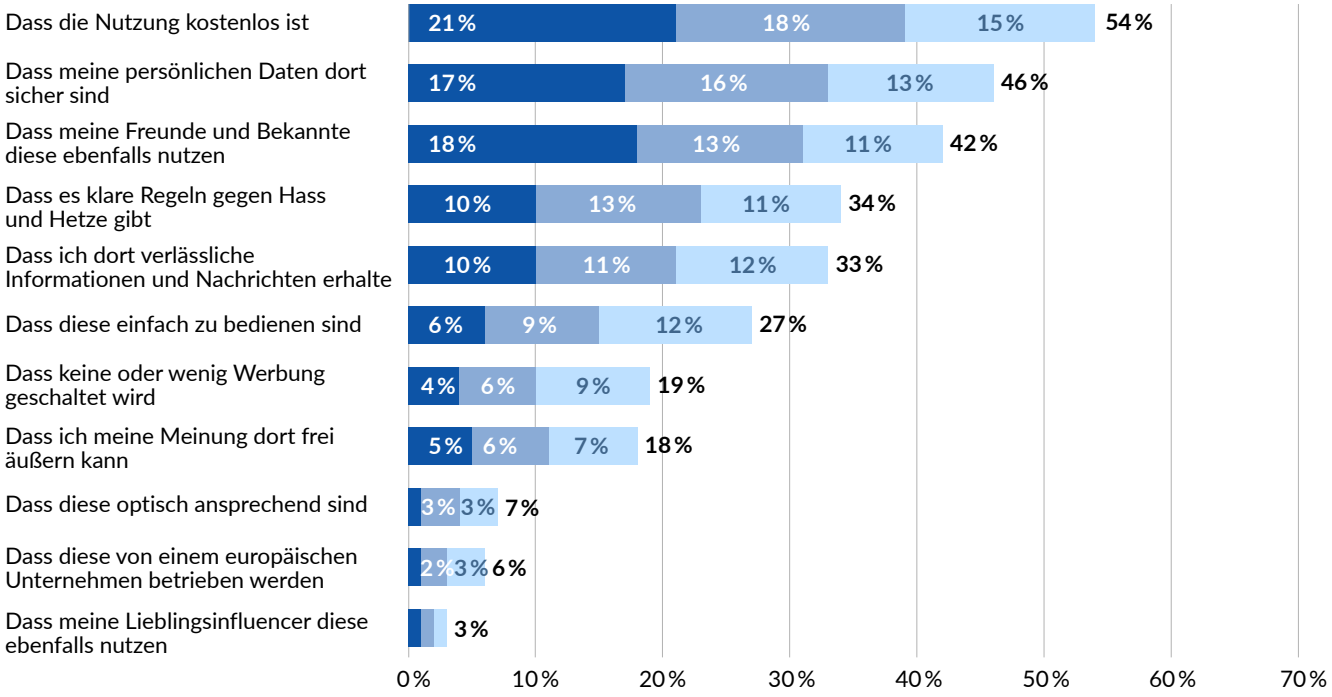
wichtigster zweitwichtigster drittwichtigster

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

Außerdem spielen die Kosten und Gefahren, die mit der Nutzung der Plattformen einhergehen, eine zentrale Rolle für die Nutzungsentscheidung. Eine kostenlose Nutzung (54 Prozent) und die Sicherheit persönlicher Daten (46 Prozent) werden am häufigsten als relevante Aspekte genannt. Des Weiteren gibt jeweils etwa ein Drittel der Befragten an, dass klare Regeln gegen Hass und Hetze (34 Prozent) und die Verlässlichkeit von Informationen auf Plattformen (33 Prozent), relevante Nutzungsansprüche darstellen (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5 | Nutzungsansprüche an digitale Plattformen

Hier lesen Sie einige Aspekte, die anderen Menschen bei der Nutzung von Sozialen Medien und Messengern besonders wichtig sind. Wie ist das bei Ihnen: Was ist – bzw. wäre – Ihnen bei der Nutzung am wichtigsten? [Top 3 Aspekte]



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: Sonstige Aspekte/keiner dieser Aspekte/weiß nicht.

wichtigster zweitwichtigster drittwichtigster

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Risiken sind den Nutzer:innen bekannt, sie werden aber individualisiert.

Abbildung 6 zeigt, dass die Befragten sich der typischen Gefahren wie Hassrede, Desinformation und Polarisierung durchaus bewusst sind. Tatsächlich geben etwa zwei Drittel der Befragten an, in der Vergangenheit negative Erfahrungen mit sozialen Medien gemacht zu haben (vgl. Abbildung 6).

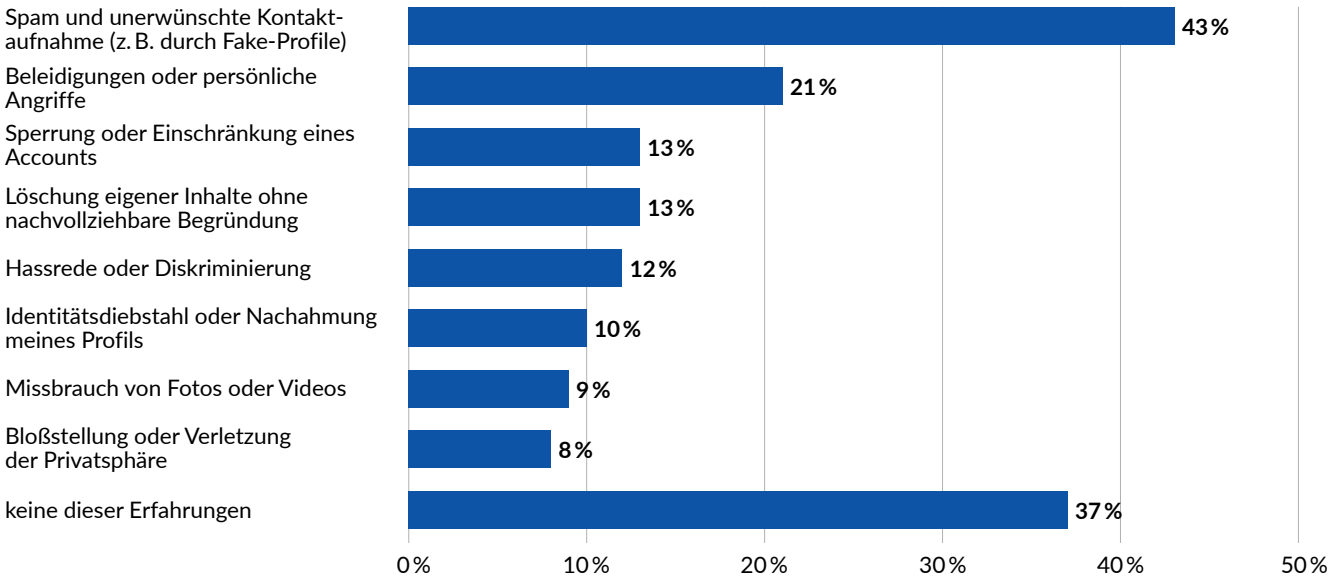
Am häufigsten berichten Befragte von Spam und unerwünschter Kontaktaufnahme (43 Prozent) und etwa jede fünfte Person hat bereits Beleidigungen oder persönliche Angriffe erlebt (21 Prozent). Die Ergebnisse der qualitativen Befragung zeigen jedoch, dass solche Erfahrungen selten als Ausdruck struktureller Probleme interpretiert werden. Stattdessen werden negative Erfahrungen meist individualisiert und als persönliches Risiko oder als Frage des eigenen Umgangs mit Plattformen verstanden, nicht als systemische Herausforderung.

Auch entlang politischer Einstellungen zeigen sich Unterschiede bezüglich negativer Erfahrungen in sozialen Medien. Während sich politisch eher links verortete Personen häufiger mit Beleidigungen konfrontiert sehen, berichten eher rechts orientierte Nutzer:innen vermehrt von der Löschung eigener Inhalte. Gleichzeitig nehmen jüngere Nutzer:innen die negativen Auswirkungen sozialer Medien auf die eigene Person stärker wahr. Ob dies auf eine höhere Sensibilität und Reflexionsfähigkeit oder schlicht auf intensivere Nutzung zurückzuführen ist, bleibt eine offene Frage.

Viele Befragte stimmen zudem einer spürbaren Verschärfung des Kommunikationsklimas zu (70 Prozent). Auch die Ergebnisse der qualitativen Befragung machen deutlich, dass der Ton auf digitalen Plattformen als rauer und zunehmend polarisierend wahrgenommen wird. Diese Tendenz wird durch impulsive Meinungsäußerungen und den Einfluss automatisierter Accounts weiter verstärkt.

Abbildung 6 | Negative Erfahrungen mit sozialen Medien

Manche Menschen berichten von negativen Erfahrungen auf Sozialen Medien. Welche der folgenden Dinge sind Ihnen selbst bereits widerfahren?



Basis: alle Befragten, die Soziale Medien nutzen (n=1.539). Fehlende Werte: Sonstige Erfahrungen/weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

Parallel dazu wächst das Bewusstsein für psychische Belastungen: Unrealistische Schönheitsideale, der Druck ständiger Erreichbarkeit und diffuse Ängste werden insbesondere von jüngeren Nutzer:innen als relevante Belastungsfaktoren benannt. Auch das Suchtpotenzial sozialer Medien wird deutlich problematisiert. Dennoch zeigt sich auch hier eine gewisse Ambivalenz: Probleme werden erkannt, aber zugleich relativiert – etwa durch die Haltung, dass letztlich jede Person selbst entscheide, welche Inhalte sie konsumiert.

„Manchmal krass, was andere in die Welt hinausposaunen. Aber das kann ja jeder für sich entscheiden, ob man sich das angucken möchte oder nicht."

weiblich, hohe Bildung, 50+ Jahre

Besonders kritisch fallen die Einschätzungen jener aus, die soziale Medien bewusst meiden oder ihre Nutzung aufgegeben haben. Sie betonen die Gefahr einer persönlichen Abhängigkeit sowie die Rolle algorithmischer Systeme als Verstärker negativer Emotionen. Darüber hinaus werden soziale Medien zunehmend als Konkurrenz zur Offline-Welt wahrgenommen, insbesondere durch die Verbreitung KI-generierter Inhalte. Interessanterweise berichten viele dieser Personen, dass sie nach einer Reduktion oder Aufgabe der Nutzung digitaler Plattformen alternative Wege gefunden haben, ihre Informationsbedürfnisse zu decken.

Eine Mehrheit hat sich mit den Risiken digitaler Plattformen abgefunden, die Bereitschaft, neue digitale Plattformen auszuprobieren, ist gering.

Eine Mehrheit der Befragten hat sich mit den Risiken digitaler Plattformen abgefunden, während die Bereitschaft, neue Plattformen aktiv auszuprobieren, insgesamt gering bleibt. Die Analyse der Wechselmotive und der Wechselbereitschaft verdeutlicht dabei eine klare Diskrepanz zwischen Einstellungen und tatsächlichem Verhalten. Zwar besteht auf Einstellungsebene eine grundsätzliche Offenheit gegenüber Alternativen, diese schlägt sich jedoch nur selten in konkreten Wechselhandlungen nieder.

Dieses Spannungsverhältnis zeigt sich insbesondere in der allgemeinen Wechselstimmung: Nutzer:innen äußern Kritik an bestehenden Plattformen und geben an, sich unter bestimmten Bedingungen einen Wechsel vorstellen zu können, verbleiben jedoch überwiegend bei den aktuell genutzten Angeboten. Ein zentraler Befund ist, dass wahrgenommene Risiken allein nur begrenzt handlungsleitend sind. So geben 73 Prozent der Befragten an, sich mit den Risiken digitaler Plattformen abgefunden zu haben und diese nicht als ausreichenden Anlass für einen Verzicht zu sehen. Gleichzeitig äußern 70 Prozent, dass sie sich einen Wechsel vorstellen könnten, sofern Plattformen demokratische Werte verletzen. Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass potenzielle Wechselmotive vor allem auf normativer Ebene verankert sind, jedoch selten in konkretes Verhalten übersetzt werden.

Die geringe Verhaltensrelevanz dieser Einstellungen zeigt sich deutlich bei der tatsächlichen Nutzung neuer Angebote. Nur rund ein Viertel der Befragten gibt an, aktiv neue Plattformen auszuprobieren. Gleichzeitig zählen sich 84 Prozent nicht zu denjenigen, die neue Plattformen frühzeitig nutzen. Diese Zahlen unterstreichen, dass exploratives Verhalten insgesamt schwach ausgeprägt ist. Ergänzend dazu bewertet mehr als die Hälfte der Befragten die Vorteile der aktuell genutzten Plattformen höher als deren Nachteile, was die bestehende Nutzung zusätzlich stabilisiert.

Soziodemografische Unterschiede treten nur in begrenztem Umfang auf. Zwar geben Männer unter 30 Jahren etwas häufiger an, neue Plattformen auszuprobieren, jedoch bleibt die tatsächliche Wechselaktivität auch in dieser Gruppe insgesamt gering. Insgesamt ergibt sich damit ein konsistentes Bild, in dem vorhandene Offenheit gegenüber Alternativen nur selten zu konkreten Verhaltensänderungen führt.

Mehrheit hält es für unwahrscheinlich, in den nächsten zwölf Monaten neue Plattformen auszuprobieren oder bisher genutzte zu verlassen.

Die geringe Wechselaktivität zeigt sich auch in der allgemeinen Wechselbereitschaft und verdeutlicht erneut die Diskrepanz zwischen potenzieller Offen-

heit und tatsächlicher Verhaltensänderung. Dabei wird insbesondere ein Unterschied zwischen der Bereitschaft, neue Plattformen auszuprobieren, und der Bereitschaft, bestehende Angebote aufzugeben, sichtbar.

So geben 23 Prozent der Befragten an, sich vorstellen zu können, in den kommenden zwölf Monaten neue soziale Medien auszuprobieren; bei Messengerdiensten liegt dieser Anteil bei 19 Prozent. Demgegenüber ist die Bereitschaft, bestehende Plattformen vollständig zu verlassen, deutlich geringer ausgeprägt: Nur 18 Prozent können sich vorstellen, soziale Medien aufzugeben, und lediglich 16 Prozent ziehen dies bei Messengern in Betracht. Entsprechend lehnt eine Mehrheit einen solchen Schritt ab oder hält ihn für unwahrscheinlich.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass potenzielle Offenheit gegenüber neuen Angeboten nicht mit einer Substitution bestehender Nutzung einhergeht. Neue Plattformen werden eher ergänzend in Betracht gezogen, während bestehende Angebote weiterhin genutzt werden.

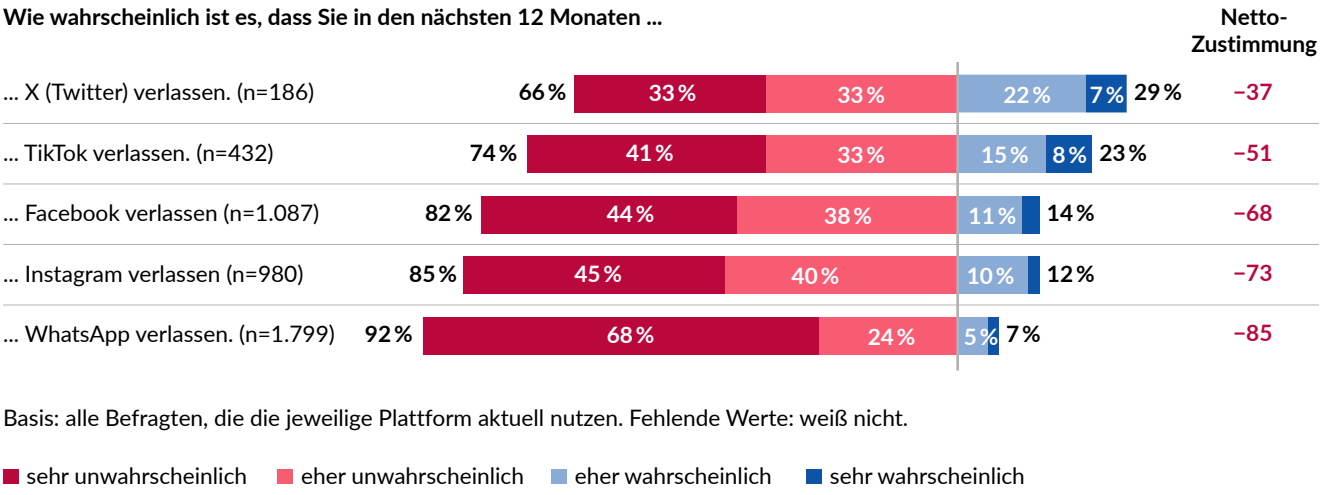
Am ehesten können sich aktuell X-/Twitter-Nutzer:innen vorstellen, die Plattform zu verlassen. Insbesondere Nutzer:innen von WhatsApp können sich dies nicht vorstellen.

Die geringe Wechselbereitschaft wird besonders deutlich bei der Betrachtung einzelner Plattformen. Hier zeigt sich, dass ein Verlassen etablierter Angebote für die Mehrheit der Nutzer:innen nur eingeschränkt in Betracht gezogen wird.

So geben 66 Prozent der X/Twitter-Nutzer:innen an, X (ehemals Twitter) wahrscheinlich nicht zu verlassen. Für TikTok liegt dieser Anteil bei 74 Prozent, für Facebook bei 82 Prozent und für Instagram bei 85 Prozent. Am höchsten ist er bei WhatsApp, wo 92 Prozent der Befragten angeben, sich einen Wechsel nicht vorstellen zu können (vgl. Abbildung 7).

Diese Ergebnisse zeigen, dass die Bereitschaft, eine Plattform zu verlassen, je nach Angebot unterschiedlich ausgeprägt ist. Insgesamt wird jedoch deutlich, dass eine große Mehrheit der Nutzer:innen an den aktuell genutzten Plattformen festhält.

Abbildung 7 | Spezifische Wechselbereitschaft von Nutzer:innen nach ausgewählten digitalen Plattformen



Basis: alle Befragten, die die jeweilige Plattform aktuell nutzen. Fehlende Werte: weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

Verdrängung dominierender Plattformen als nicht realistisch wahrgenommen.

Eine klare Mehrheit der Befragten (70 Prozent) hält es für unrealistisch, dass die derzeit dominierenden Plattformen in absehbarer Zeit verdrängt werden. Damit wird die bestehende Marktstruktur nicht nur erkannt, sondern auch als dauerhaft angenommen. Dieses Muster zeigt sich weitgehend unabhängig von soziodemografischen Merkmalen. In nahezu allen Alters- und Geschlechtergruppen überwiegt die Einschätzung, dass die großen Plattformen ihre dominante Rolle behalten werden. Unterschiede zwischen den Gruppen fallen gering aus: Jüngere Befragte sowie Frauen unter 30 Jahren äußern etwas häufiger die Erwartung möglicher Veränderungen, während ältere Befragte stärker von einer Fortdauer der bestehenden Verhältnisse ausgehen. Diese Abweichungen bleiben jedoch begrenzt und verändern nicht die grundlegende Tendenz, die durch eine breite Erwartung stabiler Marktverhältnisse geprägt ist.

Insgesamt wird damit deutlich, dass zwischen grundsätzlicher Offenheit und tatsächlichem Verhalten ein Unterschied besteht: Neue Plattformen werden eher ergänzend in Betracht gezogen, während bestehende Angebote weiterhin genutzt werden.

Die geringe Wechselbereitschaft verweist auf einen zentralen Punkt: Plattformmacht wirkt nicht nur über Unternehmensgröße oder Marktanteile, sondern auch über Gewohnheiten, soziale Netzwerke und fehlende alltagstaugliche Alternativen. Deshalb richtet sich der Blick im nächsten Schritt auf die Frage, wie Nutzer:innen diese Macht wahrnehmen und ob sie daraus politische Erwartungen ableiten.

2.2 | Bestehende Machtverhältnisse werden erkannt, aber selten handlungsrelevant

Die Ergebnisse zur Wahrnehmung von Plattformmacht zeigen ein klares Spannungsverhältnis zwischen Wissen und Problemwahrnehmung. Grundlegende Machtstrukturen digitaler Plattformen sind den Befragten weitgehend bekannt, werden für den eigenen Alltag jedoch nur begrenzt als problematisch eingeordnet. Die eigene Nutzung wird dabei meist nicht kritisch hinterfragt, obwohl zentrale Mechanismen digitaler Plattformen grundsätzlich verstanden werden. Auch eine mögliche gesamtgesellschaftliche Abhängigkeit wird nur selten aktiv thematisiert.

Gleichzeitig besteht ein breites Verständnis dafür, dass Daten eine zentrale Grundlage dieser Macht darstellen. Diese wird in erster Linie großen Technologieunternehmen zugeschrieben, während staatliche Akteure eine geringere Rolle spielen. Die Befragten können zudem in der Regel einordnen, welche Plattformen US-amerikanischen oder chinesischen Unternehmen zugeordnet sind, und benennen teilweise auch konkrete Personen wie Elon Musk oder Mark Zuckerberg. Dieses Wissen führt jedoch nicht automatisch zu einer kritischen Auseinandersetzung mit Plattformmacht.

Auffällig ist vielmehr, dass problematische Aspekte meist erst auf direkte Nachfrage thematisiert werden. In diesem Kontext werden dann insbesondere mögliche zukünftige Entwicklungen stärker in den Blick genommen. So wird eine politische Einflussnahme durch Plattformen als realistisch eingeschätzt, sowohl im internationalen Kontext als auch mit Blick auf Deutschland. Darüber hinaus äußern einzelne Befragte Sorgen über konkrete Entwicklungen, etwa Einreisebeschränkungen in die USA, die als Hinweis auf eine mögliche Ausweitung von Überwachung interpretiert werden. Ergänzend wird vereinzelt die Einschätzung geäußert, dass Europa im technologischen Wettbewerb zurückliegt.

Insgesamt zeigt sich damit ein Muster, bei dem Wissen über Plattformmacht vorhanden ist, dieses jedoch nur begrenzt in eine aktive Problemwahrnehmung oder kritische Einordnung im Alltag überführt wird.

„Ich habe ein gutes Nutzungsverhalten. Da ist es mir egal, ob mich der Ami oder der Chinese abhört."

weiblich, hohe Bildung, 50+ Jahre

Sorgen bestehen bezüglich des Einflusses digitaler Plattformen auf die öffentliche Meinung. Unter Donald Trump gelten soziale Medien zunehmend als Instrument politischer Einflussnahme.

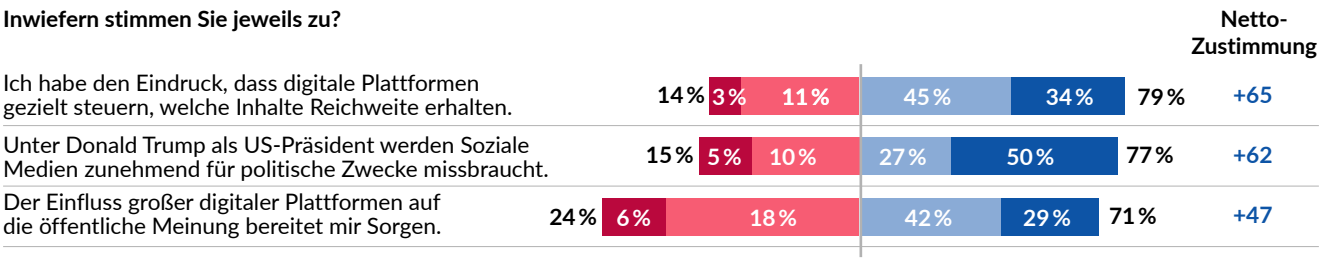
Im Unterschied zur eher geringen Problematisierung von Plattformmacht im Alltag zeigt sich beim Einfluss digitaler Plattformen auf die öffentliche Meinungsbildung ein deutlich ausgeprägteres Problembewusstsein. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Nutzer:innen hier stärker von aktiver Steuerung und Einflussnahme ausgehen. So stimmt eine klare Mehrheit (79 Prozent) der Aussage zu, dass Plattformen gezielt Inhalte steuern. Auch die Wahrnehmung sozialer Medien als Instrument politischer Einflussnahme ist weit verbreitet: 77 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass soziale Medien zunehmend für politische Zwecke genutzt werden. Ergänzend dazu äußern 71 Prozent Sorgen über den Einfluss großer Plattformen auf die öffentliche Meinung (vgl. Abbildung 8).

Diese Befunde weisen darauf hin, dass Plattformen insbesondere im politischen Kontext als einflussreiche Akteure wahrgenommen werden. Während Plattformmacht im Allgemeinen eher abstrakt bleibt, wird ihr Einfluss auf Meinungsbildung konkreter wahrgenommen und häufiger als problematisch eingeordnet.

Geldstrafen für Plattformbetreiber und Sperrung bzw. Verbot von Plattformen bei (wiederholten) Regelverstößen beliebter als Förderung europäischer Plattformalternativen und verpflichtende Interoperabilität.

Im Hinblick auf mögliche regulatorische Maßnahmen zeigt sich eine klare Unterstützung für staatliche Eingriffe. Die Zustimmung zu konkreten Maßnahmen ist insgesamt hoch. So befürworten 85 Prozent der Befragten höhere Geldstrafen für Plattformbetreiber bei Regelverstößen. 80 Prozent sprechen sich für Sperrungen oder Verbote von Plattformen aus, wenn diese wiederholt gegen Regeln verstoßen. Auch die Förderung europäischer Alternativen findet mit 67 Prozent Zustimmung eine Mehrheit. Etwas geringer, aber weiterhin mehrheitlich, ist die Zustimmung zur verpflichtenden Interoperabilität zwischen Plattformen, die von 62 Prozent der Befragten unterstützt wird.

Abbildung 8 | Allgemeines Image digitaler Plattformen



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: weiß nicht.

stimme überhaupt nicht zu | stimme eher nicht zu | stimme eher zu | stimme voll und ganz zu

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

Eine Mehrheit der Wähler:innen der meisten Parteien befürwortet stärkere Regulierung digitaler Plattformen – mit Ausnahme von AfD-Wähler:innen.

Auch die grundsätzliche Haltung zur Regulierung zeigt eine klare Tendenz. 61 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass große digitale Plattformen stärker reguliert werden sollten. Demgegenüber stehen 30 Prozent, die der Ansicht sind, dass zu viel Regulierung die Meinungsfreiheit gefährdet.

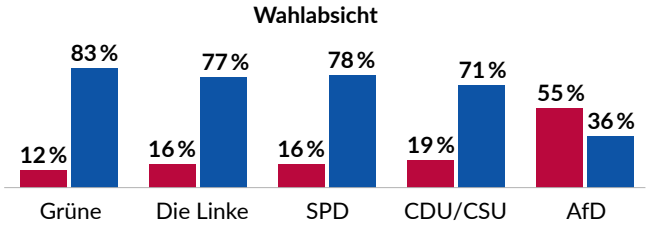
In der differenzierten Betrachtung nach Wahlabsicht zeigt sich, dass Wähler:innen der meisten Parteien mehrheitlich eine stärkere Regulierung befürworten. Die Zustimmung liegt bei 83 Prozent unter Wähler:innen der Grünen, bei 78 Prozent unter SPD-Wähler:innen, bei 77 Prozent unter Wähler:innen der Linken und bei 71 Prozent unter CDU/CSU-Wähler:innen. Deutlich geringer fällt die Zustimmung unter AfD-Wähler:innen aus, von denen 36 Prozent eine stärkere Regulierung befürworten (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9 | Regulierung von Plattformbetreibern nach Wahlabsicht

Bitte geben Sie jeweils an, welcher Sichtweise Sie eher zustimmen.

30 % Zu viel Regulierung von digitalen Plattformen **gefährdet die Meinungsfreiheit.**

61 % Große digitale Plattformen **müssen stärker reguliert** werden.



Basis: alle Befragten (n=2.016) / für Wahlabsicht nur Wahlberechtigte (n=1.694). Fehlende Werte: weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

Als wichtigstes Ziel von Plattformregulierung gilt der Schutz der Nutzerrechte, vor dem Schutz der Gesellschaft vor Desinformation.

Bei der Frage nach den Zielen von Plattformregulierung zeigt sich, dass der Schutz von Nutzer:innen im Vordergrund steht. 65 Prozent der Befragten nennen den Schutz von Nutzerrechten als wichtiges Ziel. Ebenfalls häufig genannt wird der Schutz der Gesellschaft vor Desinformation (59 Prozent). Weitere Ziele sind die Begrenzung der Marktmacht großer Plattformen (39 Prozent), der Schutz einzelner vor psychischer Belastung (35 Prozent) sowie mehr Transparenz von Algorithmen (27 Prozent). Vergleichsweise seltener wird die Sicherstellung von Wettbewerb zwischen Plattformen genannt (15 Prozent).

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass Plattformmacht grundsätzlich bekannt ist, jedoch im Alltag nur begrenzt problematisiert wird. Gleichzeitig besteht ein deutliches Problembewusstsein beim Einfluss auf öffentliche Meinungsbildung. Maßnahmen zur Regulierung werden mehrheitlich unterstützt, während beim Eingriff in private Kommunikation unterschiedliche Positionen nebeneinander bestehen.

Aus der Wahrnehmung von Plattformmacht folgt nicht automatisch eigenes Handeln. Umso wichtiger ist die Frage, welche Verantwortung Nutzer:innen bei Plattformen, Staat und Europäischer Union sehen.

2.3 | Erwartungen an politische Verantwortung und Regulierungsansätze

Politische Verantwortung der Europäischen Union: Zwischen hohen Erwartungen und Zweifeln an der Handlungsfähigkeit

Die Wahrnehmung von Plattformmacht führt nur selten zu eigenem Handeln. Stattdessen erwarten viele Befragte, dass Plattformbetreiber und politische Institutionen Verantwortung übernehmen. Vor diesem Hintergrund wurde untersucht, welchen Akteuren die Befragten die Verantwortung für den Schutz von Nutzerrechten und die Regulierung digitaler Plattformen zuschreiben.

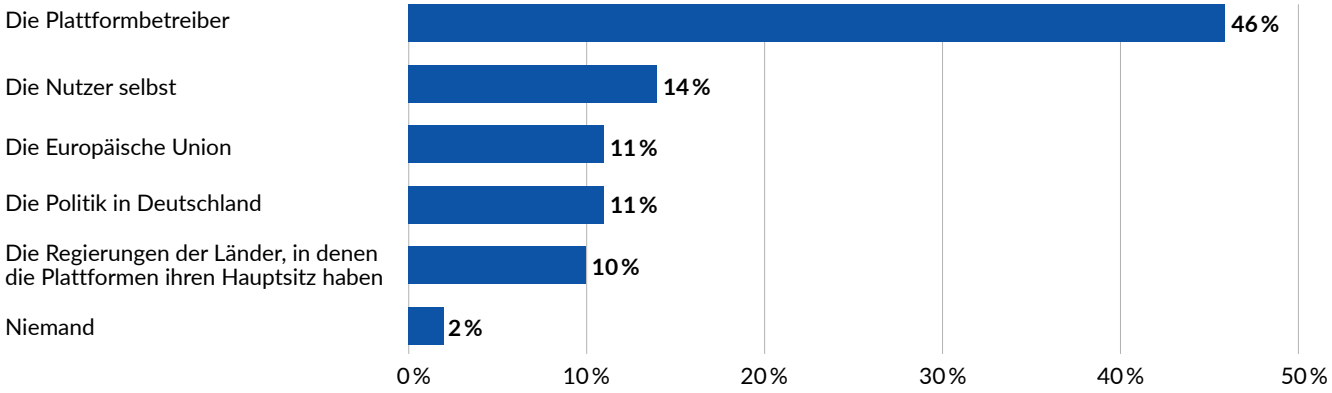
Besonders relevant ist dabei die Rolle der Europäischen Union (EU). Die Regulierung digitaler Plattformen findet zunehmend auf europäischer Ebene statt. Mit mehr als 100 politischen Maßnahmen im Bereich der Digitalpolitik hat die EU ihre Kompetenzen in diesem Politikfeld in den vergangenen Jahren deutlich ausgebaut (Zenner, Marcus und Sekut 2025). Für die Regulierung großer Plattformunternehmen sind insbesondere der Digital Services Act (DSA) und der Digital Markets Act (DMA) von zentraler Bedeutung (Müller und Kettemann 2024).

Wo europäische Zuständigkeiten bestehen, schafft die EU gemeinsame Regeln für den europäischen digitalen Binnenmarkt und hat einen gemeinsamen regulatorischen Rahmen für seine 27 Mitgliedstaaten gesetzt. Vor diesem Hintergrund wurde untersucht, welche Verantwortung die Befragten der Europäischen Union beim Schutz von Nutzerrechten und der Begrenzung von Plattformmacht zuschreiben.

Beim Schutz von Nutzerrechten auf digitalen Plattformen sehen 48 Prozent der Befragten in erster Linie die Plattformbetreiber selbst in der Verantwortung (vgl. Abbildung 10). Digitale Plattformen werden damit richtigerweise zunächst als privatwirtschaftliche Akteure verstanden, die selbst Verantwortung für ihre angebotenen Dienste und die damit verbundenen Inhalte, Nutzerrechte usw. tragen sollen (vgl. Infobox Plattformmacht, S. 12). Dies zeigt, dass sich die Befragten der Macht der großen Plattformen durchaus bewusst sind und ihren eigenen Handlungsspielraum als gering einstufen. Die Europäische Union wird mit elf Prozent deutlich seltener als zentrale Akteurin genannt.

Abbildung 10 | Zuschreibung von Verantwortung für den Schutz von Nutzerrechten auf digitalen Plattformen

Wer ist aus Ihrer Sicht hauptsächlich dafür verantwortlich, dass Nutzerrechte auf digitalen Plattformen geschützt werden?



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: jemand anderes/weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

Dennoch wünschen sich viele Befragte ein stärkeres politisches Vorgehen gegen große Plattformunternehmen (vgl. Abbildung 11). Eine deutliche Mehrheit (78 Prozent) spricht sich dafür aus, dass Deutschland und die Europäische Union selbstbewusster gegenüber großen digitalen Plattformen auftreten sollten. Plattformmacht wird dabei nicht nur als wirtschaftliches, sondern auch als demokratiepolitisches und geopolitisches Problem wahrgenommen.

Abbildung 11 | Wunsch nach einem selbstbewussteren Auftreten der Europäischen Union gegenüber großen digitalen Plattformen

Inwiefern stimmen Sie jeweils zu?
„Deutschland und die Europäische Union sollten selbstbewusster gegenüber großen digitalen Plattformen auftreten."

Basis: alle Befragten (n=2.016)

stimme überhaupt nicht zu | stimme eher nicht zu | stimme eher zu | stimme voll und ganz zu

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

Abbildung 12 | Dominanz US-amerikanischer und chinesischer Plattformunternehmen sowie fehlende europäische Kontrolle

Bitte geben Sie jeweils an, welcher Sichtweise Sie eher zustimmen.

30%

Es spielt für mich keine Rolle, woher digitale Plattformen kommen, solange sie gut funktionieren und viele Leute sie nutzen.

62%

Es bereitet mir Sorge, dass die wichtigsten digitalen Plattformen in US-amerikanischer oder chinesischer Hand sind.

Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

Diese Wahrnehmung spiegelt sich insbesondere in der Bewertung internationaler Abhängigkeiten wider. Viele Befragte äußern Sorge darüber, dass die wichtigsten digitalen Plattformen in amerikanischer oder chinesischer Hand sind.

Vor diesem Hintergrund stoßen europäische Alternativen auf breite Zustimmung (71 Prozent). Sie werden insbesondere mit digitaler Unabhängigkeit, stärkerem Datenschutz und größerer demokratischer Kontrolle in Verbindung gebracht (vgl. Abbildung 13).

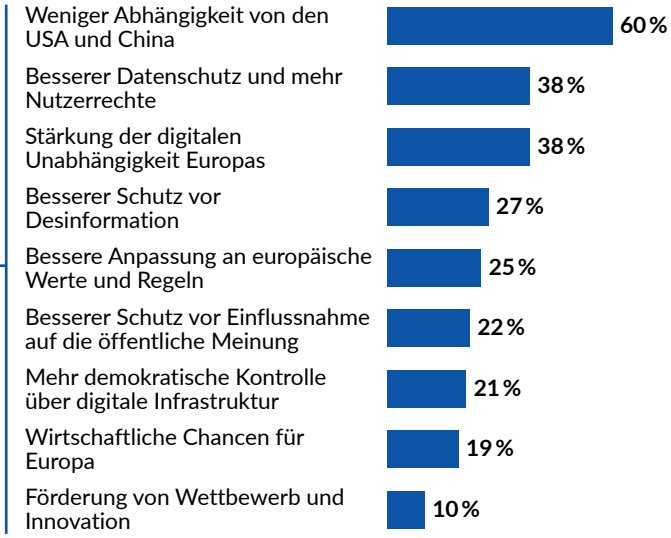
Die qualitativen Ergebnisse verdeutlichen jedoch, dass politische Zustimmung allein keine Nutzung erzeugt. Europäische Alternativen müssen aus Sicht der Nutzer:innen funktional überzeugen und mit etablierten Angeboten konkurrieren können.

Abbildung 13 | Bedeutung europäischer Alternativen zu Plattformen aus den USA und China und Gründe für europäische Alternativen

Ganz allgemein, wie wichtig finden Sie es, ob es europäische Alternativen zu großen digitalen Plattformen aus den USA oder China gibt?

Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: weiß nicht.

Warum ist es Ihrer Meinung nach (eher) wichtig, ob es europäische Alternativen zu großen digitalen Plattformen gibt?



Basis: alle, die es eher/sehr wichtig finden, dass es europäische Alternativen gibt (n=1.431). Fehlende Werte: Sonstige Gründe.

stimme überhaupt nicht zu | stimme eher nicht zu | stimme eher zu | stimme voll und ganz zu

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Der Wunsch nach verstärktem europäischem Handeln geht allerdings nicht mit einem entsprechenden Vertrauen in dessen Durchsetzungskraft einher. Viele Befragte bezweifeln, dass die EU bestehende Regeln wirksam gegenüber großen Plattformkonzernen durchsetzen kann. Dies könnte damit zusammenhängen, dass europäische Regulierung zwar grundsätzlich begrüßt wird, für viele Nutzer:innen jedoch abstrakt und kaum spürbar bleibt.

Insgesamt ergibt sich damit ein Spannungsverhältnis zwischen politischer Erwartung und wahrgenommener Handlungsfähigkeit. Die Europäische Union wird als notwendige Akteurin gegen Plattformmacht betrachtet, ihre Fähigkeit zur tatsächlichen Veränderung bestehender Machtverhältnisse wird jedoch skeptisch eingeschätzt. Digitale Souveränität erscheint vielen Befragten als wichtiges politisches Ziel, bleibt aber eng an funktionierende und alltagstaugliche Plattformalternativen gekoppelt.

Bewertung von ausgewählten regulatorischen Ansätzen

Die Ergebnisse zur politischen Verantwortung zeigen, dass viele Befragte Handlungsbedarf im Umgang mit digitalen Plattformen sehen. Neben der Frage, wer Verantwortung für den Schutz von Nutzerrechten und die Begrenzung von Plattformmacht tragen sollte, stellt sich damit auch die Frage nach konkreten politischen Maßnahmen.

Im Rahmen der Studie wurde daher die Wahrnehmung unterschiedlicher Regulierungsansätze untersucht, die auf unterschiedlichen Interventionsebenen digitaler Plattformen ansetzen: Dezentralität, Interoperabilität sowie das derzeit im politischen Diskurs stark debattierte Social-Media-Verbot für Jugendliche.

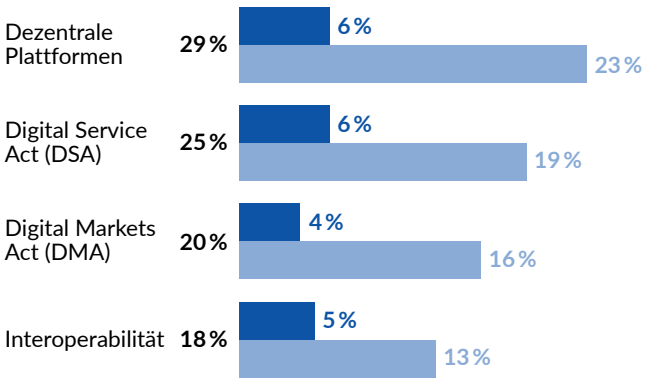
Diese drei Ansätze unterscheiden sich sowohl hinsichtlich ihrer Zielsetzung als auch hinsichtlich der Probleme, die sie adressieren. Dezentralität und Interoperabilität zielen darauf ab, die bestehenden Strukturen im Social-Media-Ökosystem zu verändern: Beide Ansätze sollen dazu beitragen, die starke Konzentration von Kontrolle und Einfluss auf wenige Plattformanbieter aufzubrechen. Durch die Verringerung von Abhängigkeiten gegenüber einzelnen Diensten sollen Nutzer:innen mehr Handlungsspielräume erhalten und der Wettbewerb unter Plattformanbietern gestärkt werden. Am stärksten wurde diese Diskussion rund um die Übernahme von X (damals Twitter) durch Elon Musk im Jahr 2022 geführt, welche zu verstärkten Wechselbewegungen von Nutzer:innen zu alternativen Plattformen wie Mastodon und Bluesky geführt hatte. Besonders Mastodon verzeichnete im Zuge dieser Entwicklung einen starken Nutzerzuwachs und etablierte sich als prominentes Beispiel eines dezentralen sozialen Netzwerks (Raman et al. 2024). Gleichzeitig gewann Bluesky, das auf dem offenen AT-Protokoll basiert und Interoperabilität zwischen verschiedenen Diensten ermöglichen soll, seit 2024 erheblich an Reichweite (Bluesky Social 2025). Die beschriebenen Entwicklungen deuten auf eine wachsende Nachfrage nach Plattformmodellen hin, die weniger stark von einzelnen Anbietern abhängig sind. Die Diskussion gewann insbesondere vor dem Hintergrund der Debatten um digitale Souveränität und resiliente digitale Infrastrukturen an Dynamik. Trotz der gestiegenen Aufmerksamkeit sind zentrale Fragen zur langfristigen wirtschaftlichen Tragfähigkeit sowie zu möglichen Förder- und Governance-Strukturen bislang nicht abschließend geklärt.

Ein Social-Media-Verbot für Minderjährige verfolgt hingegen ein anderes Ziel. Im Vordergrund steht hierbei der Schutz junger Nutzer:innen vor potenziellen negativen Auswirkungen sozialer Medien, etwa im Hinblick auf psychische Gesundheit, problematische Nutzungsformen, Cybermobbing oder die Konfrontation mit schädlichen Inhalten. In den vergangenen Jahren hat diese Debatte international deutlich an Dynamik gewonnen. Australien führte Ende 2025 ein Mindestalter von 16 Jahren für die Nutzung vieler Social-Media-Plattformen ein und verpflichtete diese, den Zugang Minderjähriger durch geeignete Altersverifikationsverfahren zu verhindern. Ähnliche Regelungen werden inzwischen auch in anderen Ländern diskutiert oder umgesetzt, darunter Frankreich und Kanada. Die Diskussion wird dabei von der Frage geprägt, inwieweit staatliche Eingriffe geeignet sind, junge Menschen wirksam zu schützen, ohne deren digitale Teilhabe unverhältnismäßig einzuschränken. Während Befürworter:innen auf mögliche positive Effekte für das Wohlbefinden und die Sicherheit Minderjähriger verweisen, werden zugleich Herausforderungen hinsichtlich der praktischen Durchsetzung, des Datenschutzes sowie möglicher Umgehungsstrategien diskutiert.

Die in der vorliegenden Studie untersuchten Maßnahmen reichen damit von vergleichsweise technischen und strukturellen Ansätzen bis hin zu unmittelbar erfahrbaren Eingriffen in die Nutzung digitaler Plattformen. Die Ergebnisse geben Aufschluss darüber, wie diese unterschiedlichen Formen der Regulierung von den Befragten bewertet werden.

Abbildung 14 | Bekanntheit von EU-Maßnahmen

Haben Sie von den folgenden Begriffen bereits gehört oder gelesen?



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: nein, noch nie gehört oder gelesen / weiß nicht.

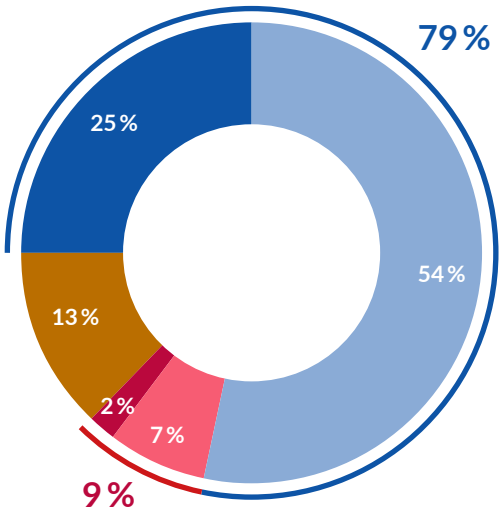
- ja, und ich weiß, was das bedeutet
- ja, aber ich weiß nur grob, was das bedeutet

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung | BertelsmannStiftung

Dezentralität
Dezentrale Plattformen gehören bislang nicht zum festen Wissensbestand vieler Nutzer:innen. Die Ergebnisse zeigen, dass nur eine Minderheit der Befragten bereits von dezentralen Plattformen gehört hat oder den Begriff konkret einordnen kann (vgl. Abbildung 14). Die geringe Bekanntheit des Konzepts spiegelt sich auch in der Nutzung entsprechender Angebote wider. Dezentrale Plattformen wie beispielsweise Mastodon spielen bislang nur eine sehr geringe Rolle im Nutzungsverhalten der Befragten (vgl. Abbildung 1). Lediglich ein Prozent gibt an, Mastodon aktuell zu nutzen, weitere ein Prozent haben die Plattform in der Vergangenheit genutzt. Gleichzeitig kennen mehr als vier Fünftel der Befragten die Plattform nicht. Die Bewertungen des Konzepts basieren damit häufig nicht auf eigenen Nutzungserfahrungen, sondern auf der spontanen Einschätzung der vorgestellten Idee.

Abbildung 15 | Bewertung von dezentralen Plattformen

Ganz allgemein, wie bewerten Sie diesen Ansatz?



Basis: alle Befragten (n=2.016). Abweichungen rundungsbedingt.

sehr gut | eher gut | eher schlecht | sehr schlecht | weiß nicht

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Dezentrale Plattformen

Die meisten heute genutzten sozialen Netzwerke und Messenger werden von einem einzelnen Unternehmen betrieben. Dieses Unternehmen entscheidet über technische Regeln, Inhaltsmoderation, Datennutzung und die Weiterentwicklung der Plattform.

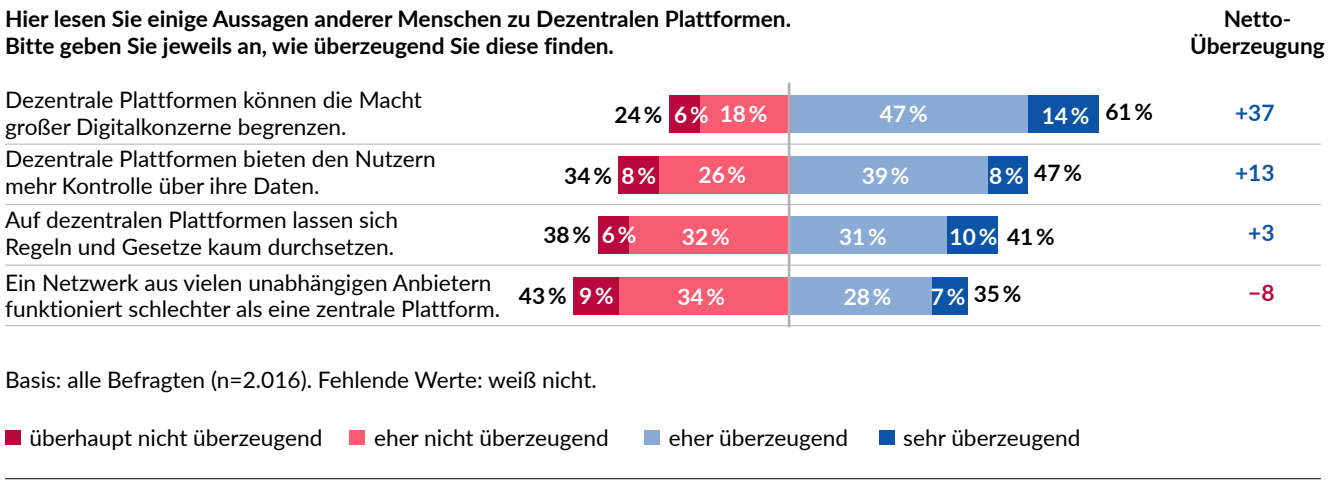
Dezentrale Plattformen verfolgen einen anderen Ansatz. Statt eines zentralen Anbieters besteht das Netzwerk aus vielen unabhängigen Betreibern, die miteinander verbunden sind. Nutzer:innen können dadurch verschiedene Anbieter wählen und trotzdem Teil desselben Netzwerks bleiben.

Befürworter:innen sehen darin eine Möglichkeit, die Macht großer Plattformunternehmen zu begrenzen. Da Kontrolle und Verantwortung auf mehrere Akteure verteilt werden, sollen einzelne Unternehmen weniger Einfluss auf Kommunikation, Daten und öffentliche Debatten erhalten (Staschen et al. 2025; Gehl 2023; Berger et al. 2023).

Bekannte Beispiele:
Mastodon, Pixelfed, PeerTube, OwnCast

Warum wird darüber diskutiert?
Dezentrale Plattformen gelten als möglicher Ansatz, um die Abhängigkeit von einzelnen großen Technologieunternehmen zu verringern und digitale Infrastrukturen widerstandsfähiger und vielfältiger zu gestalten.

Abbildung 16 | Überzeugungskraft ausgewählter Argumente zu dezentralen Plattformen



Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Auffällig ist zugleich, dass die positive Bewertung vor allem auf die Begrenzung von Plattformmacht zurückzuführen ist. Die Vorstellung, Kontrolle auf mehrere unabhängigen Anbieter:innen zu verteilen, wird mit 61 Prozent überwiegend positiv bewertet (vgl. Abbildung 16).

Gleichzeitig bleibt das Konzept für viele Nutzer:innen abstrakt. Während die Idee einer stärkeren Verteilung von Macht positiv bewertet wird, bestehen erhebliche Zweifel hinsichtlich der konkreten Funktionsweisen dezentraler Plattformen. Insbesondere Fragen der Übersichtlichkeit, technischen Stabilität und Durchsetzung von Regeln spielen in den qualitativen Diskussionen eine wichtige Rolle.

In den Ergebnissen werden jedoch auch Zweifel an der praktischen Umsetzung sichtbar. Insbesondere Fragen der Übersichtlichkeit, technischen Stabilität und der Durchsetzung von Regeln spielen dabei eine wichtige Rolle.

„Das wird dann wie bei der Politik. Wenn zu viele was sagen wollen, passiert nichts."

männlich, niedrige Bildung, 30–49 Jahre

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass die Begrenzung von Plattformmacht als zentrales Argument für dezentrale Plattformen wahrgenommen wird. Gleichzeitig bestehen Vorbehalte hinsichtlich ihrer praktischen Umsetzbarkeit.

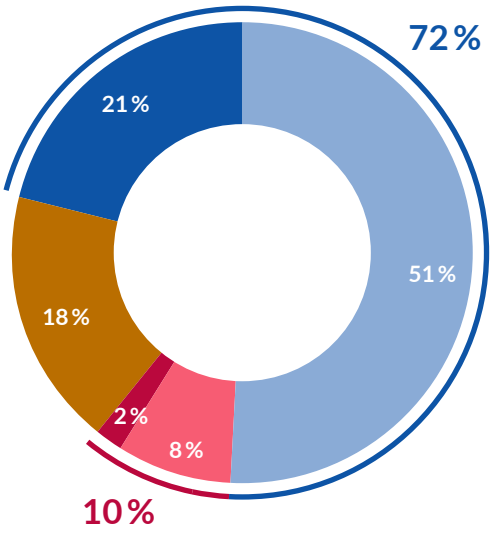
Interoperabilität
Mit Interoperabilität wurde ein weiterer Ansatz untersucht, der darauf abzielt, die Kommunikation zwischen unterschiedlichen Plattformen zu ermöglichen und damit bestehende Wechselhürden für Nutzer:innen zu verringern. Anders als Dezentralität setzt Interoperabilität nicht bei der Verteilung von Kontrolle an, sondern bei der Verbindung bestehender Plattformen.

Auch Interoperabilität ist bislang nur einer Minderheit der Befragten bekannt (18 Prozent). Im Unterschied zu dezentralen Plattformen erschließt sich der Nutzen des Ansatzes jedoch vielen Befragten schnell, sobald das Konzept anhand konkreter Beispiele erläutert wird.

Nach einer kurzen Erklärung stößt Interoperabilität auf breite Zustimmung. Besonders die Möglichkeit, Messenger verschiedener Anbieter miteinander verbinden zu können, wird positiv bewertet. Viele Befragte sehen darin eine Möglichkeit, bestehende Abhängigkeiten von einzelnen Plattformen zu verringern, ohne auf etablierte Kommunikationsnetzwerke verzichten zu müssen (vgl. Abbildung 17). Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass der praktische Nutzen des Ansatzes für viele Befragte unmittelbar nachvollziehbar ist.

Abbildung 17 | Bewertung von Interoperabilität zwischen Plattformen

Ganz allgemein, wie bewerten Sie diesen Ansatz?



Basis: alle Befragten (n=2.016). Abweichungen rundungsbedingt.

sehr gut · eher gut · eher schlecht · sehr schlecht · weiß nicht

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Interoperabilität

Interoperabilität bedeutet, dass unterschiedliche digitale Dienste miteinander kommunizieren können, obwohl sie von verschiedenen Unternehmen betrieben werden.

Ein bekanntes Beispiel ist die E-Mail. Menschen mit einer Gmail-Adresse können problemlos Nachrichten an Nutzer:innen von Outlook oder GMX senden, ohne denselben Anbieter nutzen zu müssen.

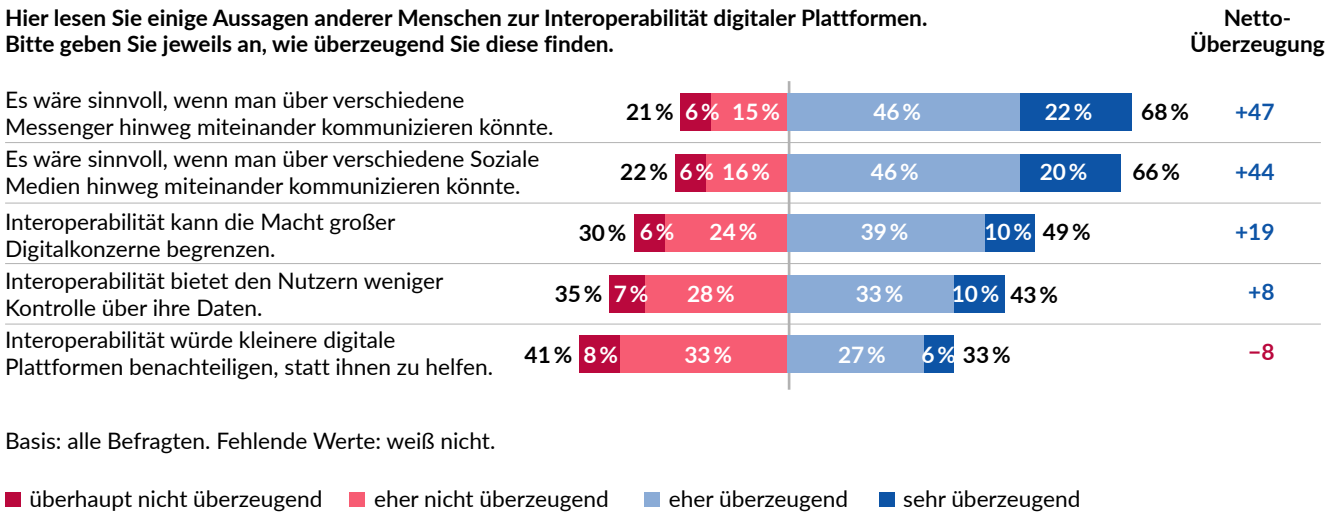
Bei sozialen Netzwerken und Messengern ist dies bislang meist nicht möglich. Nutzer:innen können in der Regel nur mit Personen kommunizieren, die denselben Dienst verwenden. Dadurch entstehen starke Bindungen an einzelne Plattformen (Staschen et al., 2025; Berger et al., 2023).

Interoperabilität soll diese Abhängigkeiten verringern (Scott Morton et al. 2023). Nutzer:innen könnten einen anderen Messenger oder ein anderes soziales Netzwerk wählen, ohne den Kontakt zu ihrem bestehenden Netzwerk zu verlieren.

Beispiel: Eine Person nutzt Signal, eine andere WhatsApp. Durch Interoperabilität könnten beide miteinander kommunizieren, ohne denselben Messenger verwenden zu müssen.

Warum wird darüber diskutiert?
Interoperabilität gilt als wichtiger Baustein des europäischen Digital Markets Act (DMA). Ziel ist es, die Abhängigkeit von einzelnen Plattformanbietern zu verringern und Nutzer:innen mehr Wahlmöglichkeiten zu geben.

Abbildung 18 | Überzeugungskraft ausgewählter Argumente zu Interoperabilität



Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

Gleichzeitig werden in den qualitativen Diskussionen auch Vorbehalte gegenüber dem Ansatz sichtbar. Interoperabilität wird teilweise missverstanden oder mit zusätzlicher technischer Komplexität verbunden. Besonders häufig werden Fragen des Datenschutzes, möglicher Sicherheitsrisiken sowie der praktischen Umsetzbarkeit angesprochen.

> „Ich finde das kompliziert. Irgendwie ist man letztlich dann doch indirekt noch bei WhatsApp."
>
> weiblich, hohe Bildung, 30–49 Jahre

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass Interoperabilität gesellschaftlich grundsätzlich anschlussfähig ist, ihre praktische Bedeutung für viele Nutzer:innen bislang jedoch abstrakt bleibt.

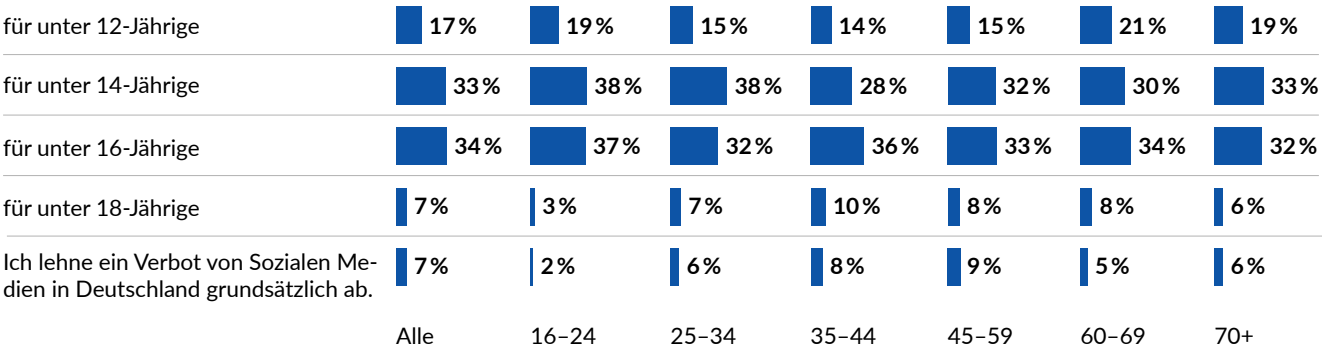
Verbot von Social-Media-Plattformen

Ein Social-Media-Verbot für Kinder und Jugendliche wird in Deutschland aktuell umfassend diskutiert. In unserer Studie zeigen die Befragten insgesamt einen erstaunlich starken Zuspruch zu altersbezogenen Verboten sozialer Medien. Besonders deutlich wird dies bei der Frage nach konkreten Altersgrenzen: So sprechen sich insgesamt 33 Prozent der Befragten für ein Verbot für unter 14-Jährige und 34 Prozent für ein Verbot für unter 16-Jährige aus. Mit sieben Prozent Zustimmung ist der Anteil jener, die ein solches Verbot grundsätzlich ablehnen, vergleichsweise gering.

Dabei sind es insbesondere jüngere Erwachsene, die entsprechende Maßnahmen unterstützen. In der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen sprechen sich 38 Prozent für ein Verbot unter 14 Jahren und 37 Prozent für ein Verbot unter 16 Jahren aus. Ähnlich hohe Werte finden sich bei den 25- bis 34-Jährigen (38 Prozent bzw. 32 Prozent). Auch in den mittleren Altersgruppen bleibt die Zustimmung stabil (z. B. 36 Prozent für ein Verbot unter 16 Jahren bei den 35- bis 44-Jährigen). Selbst unter den 60- bis 69-Jährigen liegt die Zustimmung für ein Verbot für Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren noch bei 34 Prozent. Diese Zahlen verdeutlichen: Die Unterstützung für altersbezogene Einschränkungen ist breit in der Gesellschaft verankert, wird jedoch besonders stark von den unter 50-Jährigen getragen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass alle Befragten selbst volljährig sind und somit nicht unmittelbar von einem solchen Verbot betroffen wären.

Abbildung 19 | Zustimmung zu einem Social-Media-Verbot nach Alter der Befragten

In anderen Ländern wird derzeit viel über ein Verbot von Sozialen Medien für Minderjährige diskutiert. Bis zu welchem Alter würden Sie ein solches Verbot in Deutschland befürworten?



Basis: alle Befragten (n=2.016). Fehlende Werte: weiß nicht.

Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung

BertelsmannStiftung

„Also ich persönlich finde, 16 ist ein sehr hohes Alter. In Amerika darf ich in dem Alter schon Auto fahren und gleichzeitig erst auf Facebook gehen. Ich finde die Altersgrenze zu hoch."

weiblich, hohe Bildung, 50+ Jahre

Gleichzeitig wird in den qualitativen Ergebnissen deutlich, dass die Zustimmung nicht uneingeschränkt vorhanden ist. Sobald ein Verbot hypothetisch die eigene Nutzung betreffen würde, verändert sich die Perspektive. Die Akzeptanz sinkt, Eingriffe werden kritischer bewertet. Verbote erscheinen dann weniger als sinnvolle Schutzmaßnahme, sondern eher als Einschränkung persönlicher Freiheit. Die Haltung gegenüber dieser Regulierungsmaßnahme erweist sich damit als kontextabhängig und stark an die eigene Betroffenheit gebunden.

Wunsch nach staatlicher Regulierung statt Änderung der eigenen Nutzung.

Diese Ambivalenz spiegelt sich auch im Umgang mit der eigenen Nutzung wider. Viele Befragte berichten von negativen Erfahrungen und zeigen sich der Gefahren sozialer Medien bewusst. Dennoch kommt ein Wechsel der Plattform oder ein vollständiger Verzicht für die meisten nicht infrage. Statt persönlicher Verhaltensänderung tritt ein anderes Muster in den Vordergrund: der Wunsch nach besseren Rahmenbedingungen.

Gefordert werden vor allem Maßnahmen, die die Qualität der Online-Diskurse verbessern, Schutz vor schädlichen Inhalten bieten und Plattformen stärker in die Verantwortung nehmen. Auffällig ist zugleich, dass bestehende Regulierungsinitiativen – etwa auf europäischer Ebene – vielen Befragten kaum bekannt sind. Regulierung wird zwar erwartet, aber nur begrenzt wahrgenommen.

Insgesamt entsteht so ein konsistentes, wenn auch spannungsreiches Gesamtbild: Die Befragten sind sich der bestehenden Risiken bewusst, ziehen daraus jedoch selten persönliche Konsequenzen. Stattdessen wird die Verantwortung zur Steuerung und Begrenzung dieser Risiken an staatliche Institutionen delegiert. Verbote erscheinen in diesem Kontext weniger als ultima ratio, sondern vielmehr als Ausdruck eines grundlegenden Vertrauens darauf, dass der Staat im Zweifel eingreift und den digitalen Raum ordnet und sicher macht.

3 | Implikationen: Was folgt aus den Ergebnissen?

Die Ergebnisse der Studie zeigen ein deutliches Spannungsverhältnis: Risiken digitaler Plattformen werden von vielen Befragten erkannt und zunehmend als gesellschaftliches, demokratisches und geopolitisches Problem wahrgenommen. Gleichzeitig führt dieses Problembewusstsein bislang nur selten zu tatsächlichen Verhaltensänderungen oder einer aktiven Abkehr von etablierten digitalen Plattformen. Die Dominanz großer Plattformanbieter bleibt vor allem durch soziale Netzwerkeffekte, hohe Gewohnheitseffekte und fehlende alltagstaugliche Alternativen stabil.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass digitale Souveränität nicht allein über individuelles Konsumverhalten oder informierte Entscheidungen hergestellt werden kann. Vielmehr entsteht ein strukturelles Spannungsfeld zwischen erkanntem Risiko, individueller Abhängigkeit und begrenzter Handlungsfähigkeit. Die Befragten erwarten deshalb in hohem Maße politische und regulatorische Lösungen, äußern jedoch zugleich Zweifel an der Durchsetzungsfähigkeit staatlicher und europäischer Institutionen gegenüber großen Plattformkonzernen.

Die Ergebnisse legen nahe, dass Plattformpolitik stärker an den konkreten Alltagserfahrungen der Menschen anschließen muss. Themen wie Datenschutz, Machtkonzentration oder algorithmische Kontrolle bleiben häufig abstrakt und schwer greifbar. Ebenso stoßen Konzepte wie Interoperabilität oder Dezentralität zwar grundsätzlich auf Zustimmung, werden jedoch selten in ihrem praktischen Nutzen verstanden. Damit politische Maßnahmen gesellschaftliche Wirkung entfalten können, müssen ihre Ziele, Schutzfunktionen und Vorteile sichtbarer, verständlicher und lebensnäher vermittelt werden.

Gleichzeitig zeigt sich, dass die Debatte um digitale Plattformen zunehmend über reine Verbraucherfragen hinausgeht. Plattformmacht wird verstärkt als Frage demokratischer Kontrolle, gesellschaftlicher Abhängigkeit und geopolitischer Handlungsfähigkeit verstanden. Insbesondere die Rolle großer US-Technologiekonzerne wird vor dem Hintergrund aktueller politischer Entwicklungen kritisch betrachtet. In diesem Zusammenhang gewinnt digitale Souveränität als politisches und gesellschaftliches Leitbild an Bedeutung. Die Europäische Union wird dabei vielfach als potenzieller Gegenpol zu dominanten Plattformkonzernen wahrgenommen.

Die Ergebnisse verdeutlichen jedoch auch, dass politische Zustimmung allein nicht ausreicht, um alternative digitale Ökosysteme gesellschaftlich zu etablieren. Europäische oder dezentrale Angebote müssen nicht nur normativ überzeugen, sondern vor allem funktional konkurrenzfähig, sozial anschlussfähig und nutzerfreundlich sein. Denn Nutzer:innen orientieren sich im Alltag primär an Praktikabilität, sozialer Einbindung und funktionierender Infrastruktur. Fragen digitaler Souveränität werden daher erst dann handlungsrelevant, wenn Alternativen ohne hohe soziale oder funktionale Kosten nutzbar werden.

Zudem zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen einzelnen befragten Gruppen: Besonders jüngere und digital aktive Gruppen weisen eine höhere Offenheit gegenüber neuen Plattformen und alternativen digitalen Angeboten auf. Sie könnten damit eine wichtige Rolle für zukünftige Dynamiken von Plattformwechseln und die gesellschaftliche Sichtbarkeit alternativer Angebote spielen.

Insgesamt machen die Ergebnisse deutlich, dass die Herausforderung digitaler Plattformmacht nicht allein technologisch oder regulatorisch verstanden werden kann. Sie berührt Fragen von Demokratie, gesellschaftlicher Teilhabe, Vertrauen in politische Institutionen und kollektiver digitaler Handlungsfähigkeit. Digitale Souveränität erscheint dabei weniger als kurzfristig erreichbarer Zustand, sondern vielmehr als langfristiges gesellschaftliches und politisches Projekt.

4 | Drei Handlungsfelder: Was jetzt passieren muss

Die Studie zeigt eine zentrale Spannung: Die Befragten sehen die Risiken großer Plattformen, bleiben ihnen aber im Alltag verbunden. Daraus entsteht ein klarer politischer Auftrag: Regulierung muss wirksam, sichtbar und verständlich werden,

1. Regulierung konsequent durchsetzen und sichtbar machen

Die Studie zeigt, dass die Befragten eine stärkere Regulierung digitaler Plattformen ausdrücklich befürworten, zugleich aber an der Durchsetzungsfähigkeit politischer Institutionen zweifeln. Bestehende Instrumente wie der Digital Services Act (DSA) und der Digital Markets Act (DMA) müssen konsequent angewendet und ihre Wirkung im Alltag muss für Nutzer:innen stärker erfahrbar werden.

Regulatorische Erfolge sollten nicht als abstrakte Gesetzgebung kommuniziert, sondern als konkreter Schutz im digitalen Alltag sichtbar gemacht werden. Solange regulatorische Erfolge ausschließlich auf der Ebene juristischer Verfahren oder europäischer Gesetzgebung kommuniziert werden, bleiben sie für die meisten Menschen abstrakt und folgenlos.

2. Plattformpolitik in die Sprache der Nutzer:innen übersetzen

Zentrale Begriffe der Plattformpolitik bleiben für viele Menschen abstrakt und erklärungsbedürftig. Ohne eine verständliche Übersetzung in den Alltag entstehen weder informierte Zustimmung noch ein tragfähiger Rückhalt für politische Maßnahmen. Die Studie zeigt zwar eine hohe Zustimmung zu regulatorischen Eingriffen gegenüber großen Plattformkonzernen, gleichzeitig sind viele bestehende europäische Regelungen kaum bekannt und ihre Wirkung auf den eigenen digitalen Alltag wenig sichtbar.

Besonders deutlich wird dies bei Konzepten wie Interoperabilität oder Dezentralität. Beide Ansätze werden grundsätzlich positiv bewertet, entfalten jedoch kaum mobilisierende Wirkung, weil ihr konkreter Nutzen im Alltag für viele Menschen unklar bleibt. Interoperabilität wird erst dann relevant, wenn nachvollziehbar wird, dass Nachrichten plattformübergreifend versendet und Kontakte beim Wechsel eines Dienstes mitgenommen werden können. Ähnliches gilt für die Idee der Dezentralität, die in öffentlichen Debatten häufig technisch oder netzpolitisch verkürzt wird. Für Nutzer:innen wird sie erst dann attraktiv, wenn deutlich wird, dass sie weniger Abhängigkeit von einzelnen Konzernen, mehr Kontrolle über die eigenen Daten und widerstandsfähigere digitale Infrastrukturen ermöglichen kann. Für die Plattformpolitik ergibt sich daraus eine zentrale Herausforderung: nicht nur neue Regeln zu schaffen, sondern deren Nutzen sichtbar und verständlich zu machen. Die Studie zeigt, dass es weniger an Zustimmung zu Regulierung mangelt als an der Wahrnehmung ihrer konkreten Wirkung im Alltag der Menschen.

3. Europäische und offene Alternativen funktional konkurrenzfähig machen

„Made in Europe“ für digitale Plattformen ist als Idee anschlussfähig und wird von vielen Nutzer:innen grundsätzlich positiv bewertet. Politisch trägt dieses Zielbild jedoch nur dann, wenn die entsprechenden Angebote im konkreten Nutzungserlebnis tatsächlich überzeugen. Die Studie zeigt deutlich, dass Risiken digitaler Plattformen zwar erkannt werden, dies aber nur selten zu einem tatsächlichen Wechselverhalten führt. Soziale Netzwerkeffekte stabilisieren die Dominanz etablierter Plattformen zusätzlich, weil Reichweite, Inhalte und soziale Kontakte dort gebündelt bleiben. Politik sollte daher gezielt Angebote unterstützen, die in den entscheidenden Dimensionen mit den großen Plattformen mithalten können. Dazu gehört ein nutzerzentriertes Design, das intuitiv und niedrigschwellig zugänglich ist. Dazu gehört eine inhaltliche Attraktivität, die durch redaktionelle, kulturelle und gemeinwohlorientierte Angebote gestärkt werden kann. Und dazu gehört die soziale Reichweite, ohne die digitale Räume keine Relevanz im Alltag erlangen.

Literaturverzeichnis

ARD/ZDF-Forschungsdienst (2025). „ARD/ZDF-Onlinestudie 2025“. https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ - (Download 20.05.2026)

Bennett, W. Lance, und Steven Livingston (2018). „The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions“. *European Journal of Communication* (33) 2. 122–139. doi:10.1177/0267323118760317.

Berger, Cathleen, Charlotte Freihse, Vincent Hoffmann, Vincent, Matthias C. Kettemann und Katharina Mosene (2023). *Dezentralisierung als Demokratisierung: Mastodon statt Plattformmacht.* Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. doi:10.11586/2023075.

Bluesky Social (2025). *Bluesky surpasses 35 million users*. https://bsky.social/about/blog.

Bucher, Taina (2018). *If...Then: Algorithmic Power and Politics.* Oxford: Oxford University Press.

Cinelli, Matteo, Giancarlo De Francisci Morales, Alessandro Galeazzi, Walter Quattrociocchi and Michele Starnini (2021). „The echo chamber effect on social media“. *Proceedings of the National Academy of Sciences* (118) 9. doi:10.1073/pnas.2023301118.

Couldry, Nick, und Ulises A. Mejias (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism.* Stanford: Stanford University Press.

Crémer, Jacques, Yves-Alexandre de Montjoye und Heike Schweitzer (2019). *Competition Policy for the Digital Era.* Hrsg. European Commission: Directorate-General for Competition. Brussels: European Commission, Publications Office.

Davison, W. Philipps (1983). „The third-person effect in communication“. *Public Opinion Quarterly* (47) 1. 1–15. doi:10.1086/268763.

Europäische Kommission (2026a). „Commission preliminarily finds TikTok’s additive design in breach of the Digital Services Act“. https://digital-strategy.ec.europa.eu/ (Download 28.5.2026).

Europäische Kommission (2026b). „Digital Fairness Act“. https://digital-strategy.ec.europa.eu/ (Download 28.5.2026).

Europäische Union (2023). *Digital Markets Act*. https://eur-lex.europa.eu/ (Download 28.5.2026).

Gehl, R. W., & Zulli, D. (2023). The digital covenant: Non-centralized platform governance on the mastodon social network. Information, Communication & Society, 26(16), 3275–3291. doi:10.1080/1369118X.2022.2147400

Gillespie, Tarleton (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media.* New Haven: Yale University Press.

Helberger, Natali, Jo Pierson und Thomas Poell (2018). „Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility “. *The Information Society* (34) 1. 1–14. doi:10.1080/01972243.2017.1391913.

Hickey, Daniel, Renée DiResta and Adriana Matamoros-Fernández (2025). *Platform Governance and Political Polarization on X.* Oxford Internet Institute Working Paper.

Howard, Philip N. (2020). *Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives.* New Haven: Yale University Press.

Klonick, Kate (2018). „The new governors: The people, rules, and processes governing online speech“. *Harvard Law Review* (131) 6. 1598–1670.

Kokolakis, Spyros (2017). „Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon“. *Computers & Security* 64. 122–134. doi:10.1016/j.cose.2015.07.002.

Müller, Matthias C., und Martin Kettemann (2024). „European Approaches to the Regulation of Digital Technologies“. *Introduction to Digital Humanism.* A Textbook. Hrsg. Hannes Werthner, Carlo Ghezzi, Jeff Kramer, Julian Nida-Rümelin, Bashar Nuseibeh, Erich Prem und Allison Stanger. Wien: Springer. 623–637.

Norberg, Patricia A., Daniel Horne und David Horne (2007). „The privacy paradox: Personal information disclosure intentions versus behaviors“. *Journal of Consumer Affairs* (41) 1. 100–126. doi:10.1111/j.1745-6606.2006.00070.x.

Poell, Thomas, Davis Nieborg und José van Dijck (2019). „Platformisation“. *Internet Policy Review* (8) 4. doi:10.14763/2019.4.1425.

Raman, A., Jurgens, D., Graham, M. und Scott A. Hale (2024). *Mastodon's Growth and the Dynamics of Decentralized Social Media.* Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM). https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/31385 (Download 20.05.2026).

Morton, Fiona M. Scott, Gregory S. Crawford, Jacques Crémer, David Dinielli, Amelia Fletcher, Paul Heidhues und Monika Schnitzer (2023). „Equitable Interoperability: The ‚Supertool' of Digital Platform Governance“. *Yale Journal on Regulation* (40) 3. 1013–1055. https://www.yalejreg.com/print/equitable-interoperability-the-super-tool-of-digital-platform-governance/ (Download 20.05.2026).

Srnicek, Nick (2017). *Platform Capitalism.* Cambridge: Polity Press.

Staschen, Björn, Sascha Foerster, Clara Ruthardt und Charlotte Freihse (2025). *Dezentrale Social-Media-Plattformen als Chance für ein resilientes Informationsökosystem. Gegenwärtige Herausforderungen und Empfehlungen für die Zukunft*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/dezentrale-social-media-plattformen-als-chance-fuer-ein-resilientes-informationsoekosystem (Download 18.6.2026).

Statistisches Bundesamt (2026). *59 % der Bevölkerung zwischen 16 und 74 Jahren nutzen aktiv soziale Medien*. Pressemitteilung. 2.3.2026. Wiesbaden. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/03/PD26_N014_63.html (Download 20.05.2026).

van Dijck, José, Thomas Poell und Martijn de Waal (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World.* Oxford: Oxford University Press.

Zenner, Kai, J. Scott Marcus und Kamil Sekut (2025). *A dataset of international legal and policy instruments for the digital world.* Brussels: CEPS.

Zuboff, Shoshana (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* London: Profile Books.

Die ZEIT (2026). *Debatte über Social-Media-Verbot für unter 14-Jährige.* 22. Februar. https://www.zeit.de/ (Download 20.05.2026).

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 | Nutzung digitaler Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 17
Abbildung 2 | Aktive vs. passive Nutzung sozialer Medien (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 18
Abbildung 3 | Bewertung ausgewählter digitaler Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 18
Abbildung 4 | Gründe für die Nutzung sozialer Medien (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 19
Abbildung 5 | Nutzungsansprüche an digitale Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 20
Abbildung 6 | Negative Erfahrungen mit sozialen Medien (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 21
Abbildung 7 | Spezifische Wechselbereitschaft von Nutzer:innen nach ausgewählten digitalen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 23
Abbildung 8 | Allgemeines Image digitaler Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 25
Abbildung 9 | Regulierung von Plattformbetreibern nach Wahlabsicht (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 26
Abbildung 10 | Zuschreibung von Verantwortung für den Schutz von Nutzerrechten auf digitalen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 27
Abbildung 11 | Wunsch nach einem selbstbewussteren Auftreten der Europäischen Union gegenüber großen digitalen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 28
Abbildung 12 | Dominanz US-amerikanischer und chinesischer Plattformunternehmen sowie fehlende europäische Kontrolle (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 28
Abbildung 13 | Bedeutung europäischer Alternativen zu Plattformen aus den USA und China und Gründe für europäische Alternativen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 29
Abbildung 14 | Bekanntheit von EU-Maßnahmen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 30
Abbildung 15 | Bewertung von dezentralen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 31
Abbildung 16 | Überzeugungskraft ausgewählter Argumente zu dezentralen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 32
Abbildung 17 | Bewertung von Interoperabilität zwischen Plattformen (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 33
Abbildung 18 | Überzeugungskraft ausgewählter Argumente zu Interoperabilität (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 34
Abbildung 19 | Zustimmung zu einem Social-Media-Verbot nach Alter der Befragten (Quelle: pollytix strategic research gmbh in Auftrag von Bertelsmann Stiftung) 35

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0
www.bertelsmann-stiftung.de

Charlotte Freihse
Co-Leitung
Projekt Digitalisierung und Gemeinwohl
Telefon +49 5241 81- 81587
charlotte.freihse@bertelsmann-stiftung.de
www.digitalisierung-und-gemeinwohl.de/

Asena Soydaş
Co-Leitung
Projekt Digitalisierung und Gemeinwohl
Telefon +49 5241 81-81247
asena.soydas@bertelsmann-stiftung.de
www.digitalisierung-und-gemeinwohl.de/

BertelsmannStiftung