LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit
verpflichtet.

# WHATSAPP-KANÄLE:
# ZWISCHEN DIGITALEM TAGEBUCH UND ONLINE-BOLZPLATZ

Nutzungsmotive, Inhalte und Risiken von WhatsApp-Kanälen bei Kindern und Jugendlichen.

März 2026

# INHALTSVERZEICHNIS

Glossar ... 3

**1. Einleitung ... 4**
1.1 Zielsetzung der Studie ... 4
1.2 Methodisches Vorgehen ... 4
1.2.1 Literaturrecherche ... 5
1.2.2 Qualitative Interviews mit Jugendlichen ... 6
1.2.3 Inhaltsanalytische Untersuchung von Kanälen ... 7

**2. Nutzung von WhatsApp und angrenzenden Plattformen durch Kinder und Jugendliche ... 8**
2.1 Beliebtheit und Nutzungshäufigkeit von WhatsApp ... 8
2.1.1 Nutzung WhatsApp-Kanäle ... 10
2.1.2 Themenfelder (Interviews) ... 11
2.1.3 Themenfelder (Inhaltsanalyse) ... 13
2.2 Motivation und Nutzungszwecke ... 16
2.2.1 Abgrenzung zu anderen Social Media Plattformen ... 17
2.3 Positionierung WhatsApp-Kanäle ... 19
2.4 Motivationen und Nutzungszwecke ... 22
2.4.2 Authentischer, intimer Blick hinter die Kulissen ... 25
2.4.3 Der digitale Coach ... 26
2.2.5 Communities – der digitale Bolzplatz ... 31
2.4.6 Inszenierter Alltag mit Überraschungsmomenten ... 33
2.4.7 Fantum - Gemeinschaft über gleiche Interessen erleben ... 34
2.4.8 Spezialwissen in Häppchen ... 34
2.5 Die Jagd nach Abonnentinnen und Abonnenten ... 36

**3. Gefahrenpotentiale der Nutzung von WhatsApp-Kanälen ... 40**
3.1 Verifizierung und Wahrnehmung von Sicherheit in WhatsApp-Kanälen ... 42
3.2 Reichweite um jeden Preis: Die Abonnentinnen und Abonnenten-Jagd als riskante Praxis ... 43
3.3 Persönliche Informationen und Privatsphäre ... 45
3.4 Hass und Beleidigungen ... 47
3.5 Reaktionen und Interaktionen ... 49
3.5.1 Reaktionen der Follower ... 49
3.5.2 Cybergrooming, Mobbing und soziale Ausgrenzung ... 51
3.5.3 Sensible oder problematische Inhalte ... 51
3.5.4 Risiken durch fehlerhafte oder fehlende Moderation ... 52
3.5.5 Sexting, pornografische Inhalte ... 53
3.6 Abhängigkeit und Suchtpotentiale ... 55

**4. Handlungsempfehlungen ... 56**
4.1 Kompetenzniveaus der Jugendlichen im Umgang mit den Kanälen ... 56
4.2 Rolle von Schule, Elternhaus und Peers bei der Vermittlung von Medienkompetenz ... 57
4.3 Verantwortung von Plattformen ... 59

**5. Fazit und Ausblick ... 61**

6. Literatur und Quellennachweis ... 66

7. Abbildungsverzeichnis ... 69

Impressum ... 70

# GLOSSAR

| BEGRIFF | BESCHREIBUNG | BEITRITT | TELEFONNUMMERN SICHTBAR |
|---|---|---|---|
| **Whatsapp-Chat** | 1:1-Kommunikation zwischen zwei Personen. Privat und direkt. | Geschlossen – nur durch Einladung/Kontakt | Ja |
| **WhatsApp-Gruppe** | Geschlossener Raum für mehrere Personen, alle können aktiv schreiben. | Geschlossen – Einladung oder Link | Ja |
| **WhatsApp-Kanal** | Einseitige Kommunikation: Admin postet Inhalte, Abonnentinnen und Abonnenten konsumieren passiv. | Öffentlich (Suchfunktion) oder privat (Link) | Nein |
| **WhatsApp-Community** | Bündelt mehrere Gruppen unter einem gemeinsamen Dach (z. B. Schule, Verein). | Geschlossen – Einladung oder Link | Ja (innerhalb der Gruppen) |
| **Q&A (Question & Answer) Session** | Eine geplante Aktion, bei der Admins ihrer Followerschaft die Möglichkeit geben, Fragen zu stellen. | Öffentliche Links zum Fragenstellen werden von den Admins gepostet. Die Antwort der Admins erfolgt privat oder öffentlich in deren Kanalfeeds. | 1) Ja, in nicht anonymen Social-Media-Dienste wie Instagram, TikTok oder Discord<br><br>2) Nein, in anonymen Q&A-Tools wie Cloudz.fun oder Chumpick |

# 1. EINLEITUNG

## 1.1 ZIELSETZUNG DER STUDIE

WhatsApp ist für viele Kinder und Jugendliche ein zentraler Bestandteil ihres digitalen Alltags. Die KIM-Studie 2024 zeigt, dass WhatsApp mit hoher regelmäßiger und täglicher Nutzung zu den wichtigsten Online-Angeboten von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren zählt (mpfs, 2025). Ein bisher wenig beachtetes Phänomen stellt dabei die Nutzung der WhatsApp-Kanäle (Einführung im September 2023) dar. Anders als im Chat dienen diese nur der Einwegkommunikation. Betreiberinnen und Betreiber (im Folgenden: Admins) senden Inhalte, Abonnentinnen und Abonnenten können diese nur lesen und mit Emojis reagieren. Diese wie ein Blog aufgebauten Kanäle ermöglichen es, gezielt den Posts einer Person, Gruppe oder Organisation zu folgen. Jeder kann einen Kanal erstellen – ob Markenartikler, Verbände oder Privatpersonen. Der Zugang für Abonnentinnen und Abonnenten erfolgt über ein Verzeichnis, das man durchscrollen kann oder über Einladungslinks zu den Kanälen. Vor allem Privatpersonen teilen dort persönliche Einblicke, Hobbys und kommunikative Anschlussmöglichkeiten – häufig ohne Bewusstsein für die damit verbundenen Risiken. Vor diesem Hintergrund untersucht die Studie, welche potenziell problematischen Inhalte in WhatsApp-Kanälen und angrenzenden Plattformen auftreten und wie Kinder und Jugendliche mit ihnen interagieren. Ziel ist es, das Nutzungsverhalten junger Menschen besser zu verstehen, Gefährdungspotenziale systematisch zu erfassen und darauf aufbauend Empfeh lungen für die Unterstützung von Eltern und pädagogischen Fachkräften sowie Plattformgestaltung zu entwickeln.

## 1.2 METHODISCHES VORGEHEN

Für die Untersuchung der Nutzung von WhatsApp-Kanälen von Jugendlichen wurde ein mehrstufiges Studiendesign gewählt. Dafür wurde zunächst eine Literaturrecherche (27.10. - 05.11.2025) durchgeführt. Es folgten qualitative Einzelinterviews (Durchführung auf Videoplattform Brainstork | Feldzeit: 27.-29.10.25 / 31.10.25 / 17.11.25) und eine detaillierte Inhaltsanalyse (7. - 22.11.2025) ausgewählter WhatsApp-Kanäle von minderjährigen Admins.

Die Literaturrecherche diente der grundlegenden Orientierung im Forschungsfeld und der Erfassung von möglichen Nutzungsmotiven von WhatsApp-Kanälen. Auf dieser Basis ließ sich das Phänomen zunächst beschreibend einordnen und theoretisch verorten, sodass die spätere Analyse nicht ohne konzeptionellen Rahmen erfolgte. Parallel zur Literaturrecherche erfolgte eine erste Sichtung der Kanäle von Jugendlichen. Die gewonnenen Erkenntnisse gingen in die Entwicklung des Leitfadens für die qualitativen Interviews ein. Dieser Leitfaden dient dazu, den Gesprächsverlauf zu strukturieren, aber nicht strikt standardisierend zu gestalten und stellt die Sicherstellung der thematischen Abdeckung dar. So werden alle für die Forschungsfrage relevanten Themen angesprochen, auch wenn das Gespräch offen und explorativ verläuft. Dadurch entsteht eine Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Interviews, ohne die Offenheit qualitati-

ver Forschung zu beeinträchtigen.

Mit Hilfe der qualitativen Interviews ließen sich die subjektiven Sichtweisen der Nutzerinnen und Nutzer rekonstruieren und die Motive, emotionalen Bedeutungen und individuellen Nutzungslogiken erschließen, die sich in der medialen Interaktion mit WhatsApp-Kanälen manifestieren. Der qualitative Zugang liefert Erkenntnisse, die sich aus einer reinen Analyse von Kanalinhalten nicht ableiten lassen, da Inhalte allein keine Auskunft darüber geben, wie sie wahrgenommen, gedeutet oder emotional verarbeitet werden. Die qualitative Phase dient somit der Hypothesengenerierung und schafft ein Verständnis der Phänomene, die in der späteren Inhaltsanalyse systematisch untersucht wurden.

Während Interviews vor allem subjektive Wahrnehmungen, Bedeutungszuschreibungen und individuelle Nutzungserfahrungen erfassen, bleibt unklar, welche konkreten Inhalte in den Kanälen geteilt werden. Die systematische Inhaltsanalyse schließt diese Lücke, indem sie die reale Kommunikationspraxis der Kanäle objektiv und nachvollziehbar sichtbar macht. Durch die Quantifizierung zentraler Merkmale lassen sich wiederkehrende Muster, thematische Schwerpunkte und formale Charakteristika erkennen, die sich in den subjektiven Aussagen der Jugendlichen möglicherweise nicht widerspiegeln oder ihnen nicht bewusst sind. Zudem trägt die strukturierte Erfassung der Inhalte zu einer höheren Vergleichbarkeit der Kanäle untereinander bei, da Häufigkeiten und Verteilungen von Themen, Formaten und Interaktionen empirisch gegenübergestellt werden können. Auf diese Weise ermöglicht die Inhaltsanalyse eine Validierung und Ergänzung der aus den Interviews gewonnenen Erkenntnisse.

Dieses gestufte Vorgehen entspricht dem Anspruch einer methodischen Triangulation, die sowohl den Kontext des Untersuchungsfeldes als auch das Erleben der Nutzerinnen und Nutzer und die objektive Struktur der Inhalte berücksichtigt. Dadurch erhöht sich die Validität der Analyse insgesamt, da die systematische Auswertung der Inhalte auf einem zuvor erarbeiteten, differenzierten Verständnis der Nutzungssituation basiert.

## 1.2.1 LITERATURRECHERCHE

Aufgrund der Neuheit der Kanäle existiert bisher nur wenig wissenschaftliche Forschung zu dem Thema. Es lassen sich aus allgemeinen Social Media Studien wertvolle Anknüpfungspunkte ableiten, um potenzielle Inhalte oder Risiken von Kinder- und Jugendkanälen zu verstehen. Weitere Erkenntnisse liegen aus allgemeinen medienwissenschaftlichen Untersuchungen (Schweiger & Schenk, 2021), sowie aus der allgemeinen Forschung zu WhatsApp als Kommunikationsplattform vor. Der Forschungsstand lässt sich über folgende Themen kategorisieren:

- allgemeine WhatsApp-Forschung
- erste Insights aus der Praxis zu WhatsApp-Kanälen
- medienwissenschaftliche Theorien zu Mediennutzungsmotiven

Es gibt zahlreiche Untersuchungen zu Nutzungsmotiven von WhatsApp als Kommunikationsmedium (vgl. z. B. Dutta, 2020). Zudem beleuchten diverse Studien Aspekte wie Privatsphäre, Sicherheit und Plattformmacht von WhatsApp. Nur wenige Studien (Feierabend et al., 2023) erheben die WhatsApp-Kanalnutzung von Jugendlichen. Zu den Motiven jugendlicher Nutzerinnen und Nutzer oder zu den Admins von WhatsApp-Kanälen wurden zum Zeitpunkt der Recherche keine Studien identifiziert.

Informationen zu den WhatsApp-Kanälen kommen eher aus praxisnahen Markt- und Branchenanalysen. Hier sind Reichweiten, Abonnentenzahlen, erste Erfolgsindikatoren und Einsatzszenarien vor allem im Journalismus und Marketing im Fokus (Bluhm, 2024). Zudem existieren Artikel, die das Potential der WhatsApp-Kanäle aus Marketingsicht in den Fokus nehmen und beispielsweise als „Gamechanger“ oder als „definitiv eine der wichtigsten Plattformen für aktuelle Inhalte“ betiteln (Schröder, 2023).

Wertvolle Anknüpfungspunkte zu WhatsApp-Kanal-Nutzungsmotiven oder zu Risiken von Kinder- und Jugendkanälen lassen sich lediglich aus der allgemeinen Forschung zu WhatsApp als Kommunikationsplattform und aus Studien zu Selbstinszenierung (Götz et al., 2019) und Themeninteressen auf anderen Social Media Apps (Deda-Bröchin et al., 2025) ableiten und fließen in die Analyse und Interpretation der vorliegenden Studien mit ein.

Auch die Auswertungsmöglichkeiten zur Medienanalyse sind bisher sehr beschränkt. Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten sowie die Reaktionen mittels Emojis zu einzelnen Posts sind sicht- und auswertbar. Weitere Daten zu Öffnungs- und Klickraten sind nicht publiziert und werden auch den jeweiligen Admins nicht mitgeliefert. Admins von Kanälen, die bspw. zu Fußballvereinen gehören, wünschen sich detailliertere Auswertungsmöglichkeiten wie Viewer-Zahlen und Klickraten, um die Leistung der Inhalte besser zu verstehen (Turian, 2023). Nutzungsmotive können aus anderen Mediennutzungstheorien (Gleich, 2021) abgeleitet werden, um Social Media spezifische Bedürfnisse (z. B. soziale Vernetzung, Selbstdarstellung, Partizipation) abzubilden. Es fehlt jedoch eine Studiengrundlage speziell für Nutzungsmotive von WhatsApp-Kanälen bei Jugendlichen. Insgesamt bieten WhatsApp-Kanäle eine vielversprechende, aber bislang unzureichend erforschte Kommunikationsform mit deutlichen Forschungslücken in Nutzungsverhalten und potenziellen Gefahren für Jugendliche, die durch die vorliegende Studie geschlossen werden sollen.

## 1.2.2 QUALITATIVE INTERVIEWS MIT JUGENDLICHEN

Im Vorfeld der systematischen Inhaltsanalyse wurden qualitative Interviews geführt, um ein tiefgehendes Verständnis der Nutzungserfahrungen, Einstellungen und Motive zu gewinnen. Sie ermöglichen es, subjektive Bedeutungen und komplexe Verhaltensmuster zu erfassen, die durch quantitative Daten schwer sichtbar sind. Qualitative Interviews helfen, die Nutzungsmotive, die Bedürfnisse und den Umgang mit den Inhalten und die Wahrnehmung der Kanäle besser zu verstehen. Sie tragen dazu bei, Hypothesen für die weiterführende Inhaltsanalyse zu generieren

und sind geeignet, um die komplexen und individuellen Erfahrungen sowie Nutzungsmotive von WhatsApp-Kanal-Abonnenten im Detail zu erfassen und somit ein besseres Verständnis für die Funktion und den Wert dieser neuen Kommunikationsform zu erhalten.

Dafür wurden zwölf einstündige Interviews mit Jugendlichen im Alter von 12 bis 18 Jahren durchgeführt. Die Rekrutierung erfolgte über HGT Teststudios Deutschland. Als Pre-Task-Aufgabe wurden von den Jugendlichen Screenshots der genutzten WhatsApp-Kanäle an die Projektleitung gesendet. Die Interviews wurden auf der Videoplattform Brainstork durchgeführt, aufgezeichnet und transkribiert.

Für Forschung mit Minderjährigen hält sich die GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung mbH streng an die ADM-Richtlinien (ADM e. V., 2024). Minderjährige im Sinne der Richtlinie sind Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren. Für Interviews mit diesen Personen gelten zunächst dieselben Regeln wie für Interviews mit Volljährigen. Es ist auf die Freiwilligkeit der Teilnahme hinzuweisen und auf die Einwilligung zur Verarbeitung und anonymisierten Nutzung der erhobenen Daten. Aus berufsethischen und rechtlichen Gründen sind jedoch weitere Regelungen und Einschränkungen zu beachten.

Bei Minderjährigen unter 14 Jahren wird grundsätzlich die Einwilligung des Erziehungsberechtigten für die Rekrutierung und die Befragung eingeholt. Bei internetbasierten Befragungen, bei denen personenbezogene Daten von Minderjährigen bis 15 Jahren verarbeitet werden, ist die Einwilligung des Erziehungsberechtigten gemäß Art.8 Abs. 1 EU-DSGVO notwendig. Grundsätzlich ist es aus Forschungssicht möglich, Kinder zu Themen wie WhatsApp-Kanälen zu befragen, auch wenn die Nutzung dieser ihnen formal erst ab einem höheren Alter erlaubt sind. Entscheidend ist, dass neutral erhoben wird und nicht zur Nutzung angeregt/angestiftet werden darf.

Bei der Ergebnisaufbereitung und den exemplarischen Screenshots der WhatsApp-Kanäle wurde darauf geachtet, dass keine personenbezogenen Informationen oder Abbildungen zu sehen sind.

## 1.2.3 INHALTSANALYTISCHE UNTERSUCHUNG VON KANÄLEN

Für die Inhalte dieser Untersuchung wurde eine qualitative Inhaltsanalyse nach dem Modell von Mayring (Mayring, 2010) angewendet. Zunächst wurde das Material definiert: Es handelt sich um ausgewählte WhatsApp-Kanäle von jugendlichen Admins, die systematisch über den Zeitraum vom 27.10.2025 bis 21.11.2025 untersucht wurden. Die Forschungsfrage zielte darauf ab, die Struktur der Kanäle, die (sensiblen) Themen, die Art der Reaktionen (Emojis) sowie potenzielle Gefahren (Links zu weiteren Plattformen bzw. Posten von persönlichen Inhalten) zu erfassen. Die zu untersuchenden Kanäle wurden mittels Zufallsauswahl über „Aktuelles“ und „Entdecken“ von den forschenden Personen (unterschiedlichen Geschlechts und Alters) recherchiert.

Zur Analyse wurde ein deduktiver Codeplan (siehe Kapitel 7.2) entwickelt, basierend auf vorab

definierten Kategorien, die sich an den Forschungszielen und an den Insights der qualitativen Interviews orientieren. Auch die Kodierung erfolgte durch mehrere unabhängige Codiererinnen und Codierer unterschiedlichen Geschlechts und Alters, um die Intercoder-Reliabilität sicherzustellen. Dabei wurden Textinhalte, Emojis und andere Medienformen (Bilder, Videos, Links) berücksichtigt.

Die codierten Daten wurden anschließend quantitativ hinsichtlich der Häufigkeiten der Kategorien sowie qualitativ hinsichtlich inhaltlicher Muster ausgewertet. Die Inhaltsanalyse ermöglicht so eine strukturierte und nachvollziehbare Interpretation der Kanalkategorien, der Nutzungsmotive der Admins sowie der potenziellen Gefahren. Das Vorgehen folgt bewährten Standards der Inhaltsanalyse und stellt somit die wissenschaftliche Nachvollziehbarkeit der Untersuchung sicher.

# 2. NUTZUNG VON WHATSAPP UND ANGRENZENDEN PLATTFORMEN DURCH KINDER UND JUGENDLICHE

## 2.1 BELIEBTHEIT UND NUTZUNGSHÄUFIGKEIT VON WHATSAPP

Laut Bitkom e. V. besitzen rund zwei Drittel (65 Prozent) der 6- bis 18-jährigen Kinder und Jugendlichen ein eigenes Smartphone. Während von den 6- bis 9-Jährigen erst 17 Prozent über ein eigenes Smartphone verfügen, sind es von den 10- bis 12-Jährigen bereits drei Viertel (76%). Unter den 13-15-Jährigen haben 90 Prozent ein Smartphone, ab 16 Jahren mit 95 Prozent nahezu alle (Bitkom e. V., 2023).

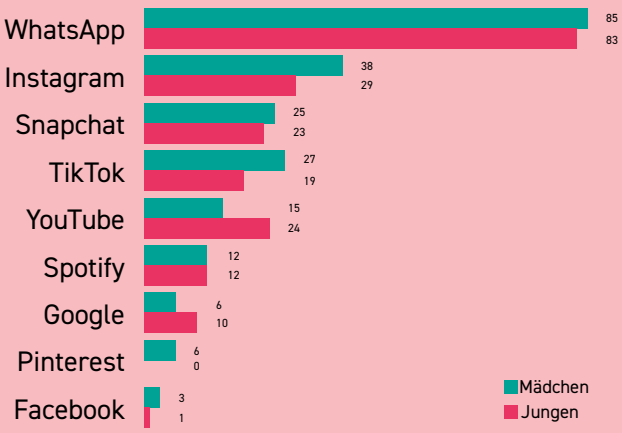
WhatsApp ist bei Kindern und Jugendlichen beliebt. Die App zählt laut der KIM-Studie 2024 (Medien-pädagogischer Forschungsverbund Südwest [mpfs], 2025) bei knapp der Hälfte (49%) der 6-13-Jährigen zu ihren Top 3 liebsten Apps. Mit großem Abstand folgen YouTube mit 36 Prozent und TikTok mit 27 Prozent.

Die offizielle Altersfreigabe in Deutschland und der EU wurde 2024 im Rahmen neuer EU-Verordnungen (DSGVO, Digital Services Act) von 16 auf 13 Jahre gesenkt, um einheitliche Regeln für digitale Dienste zu schaffen (Connect, 2024). Die Realität zeigt jedoch, dass auch schon deutlich jüngere Kinder den Dienst nutzen. 73 Prozent der 6-13-jährigen Internetnutzenden öffnen

WhatsApp mindestens einmal pro Woche. Gegenüber der letzten KIM-Studie hat sich die Beliebtheit des Dienstes damit noch einmal gesteigert (2022: 67 %). 60 Prozent der Kinder nutzen WhatsApp sogar täglich bzw. fast täglich. Mit deutlichem Abstand folgt TikTok mit einer regelmäßigen Nutzung von 42 Prozent.

## WHATSAPP IST DIE WICHTIGSTE PLATTFORM FÜR JUGENDLICHE

**Wichtigste Apps nach Geschlecht, in %**




**Wichtigste Apps nach Alter, in %**

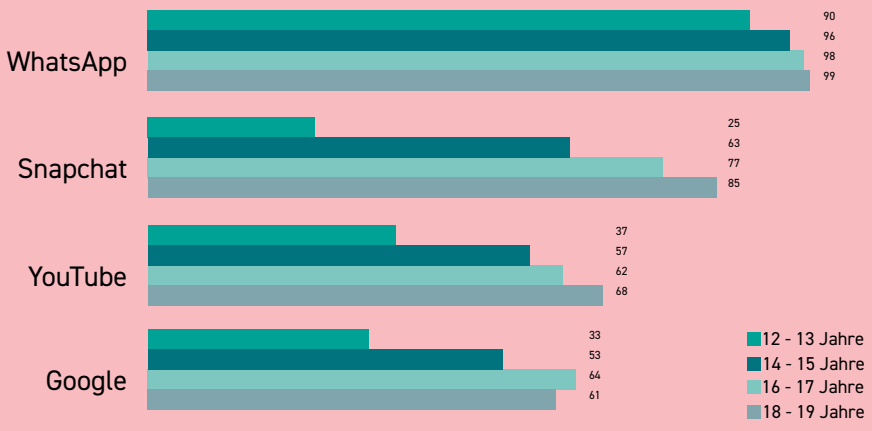



Abb. 1: WhatsApp Nutzung // Quelle: JIM 2025, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen, n=1.133

Die Nutzung von WhatsApp ab 13 Jahren ist nur mit Zustimmung der Eltern erlaubt. Tatsächlich erlauben Eltern ihren Kindern WhatsApp meist schon früher. Häufig existieren Schul- oder Klassenchats und der Messenger ist für Jugendliche ein wichtiges Kommunikationsmittel, um den Anschluss zu behalten. Eltern erlauben die Installation des Messenger auch, um ihre Kinder zu erreichen und bequem in Kontakt bleiben zu können. Zudem werden technische Alterskontrollen kaum durchgeführt bzw. Kinder können auch ohne Erlaubnis der Eltern den Zugang erhalten. Da die Altersangabe auf einer Selbstangabe beruht, muss diese nicht mit dem tatsächlichen Alter übereinstimmen.

Die frühe Nutzung bringt Herausforderungen mit sich: WhatsApp ist für Kinder wegen des Mangels an Kinderschutz-Mechanismen und der komplexen sozialen Dynamik eine riskante Plattform. Möglicherweise sind Kinder online komplexen Risiken wie Mobbing, Datenschutzproblemen und dem Einfluss toxischer Inhalte ausgesetzt. Deshalb wird empfohlen, dass Eltern die Nutzung aktiv begleiten, geeignete Privatsphäre-Einstellungen konfigurieren und mit den Kindern über verantwortungsvolle Nutzung sprechen (Medien-kindersicher.de). Es wird auch geraten, alternative, kindgerechte Messenger zu nutzen. Diese bieten zwar bessere Schutzmechanismen, werden aber seltener genutzt, da sie oft weniger verbreitet sind.

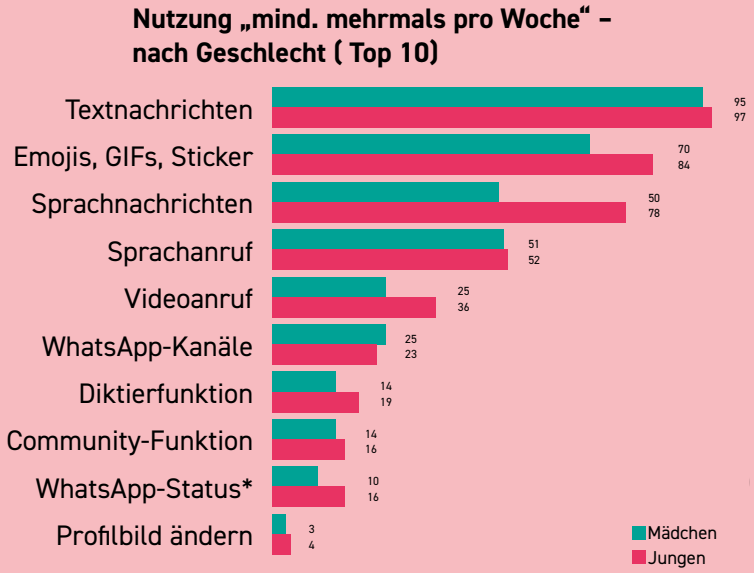
Die qualitativen Interviews bestätigen die WhatsApp Nutzung schon in jungen Jahren.

*„Ich glaube schon seit 3 Jahren. Ich habe seitdem mein Handy und das war das Erste, was ich eingerichtet habe, weil meine Mutter hat mir eigentlich nur das Handy gekauft. Weil sie immer wissen will, wo ich bin oder was ich jetzt gerade mache, wenn sie mal nicht zu Hause ist.“* - **Johan, 12 Jahre**

## 2.1.1 NUTZUNG WHATSAPP-KANÄLE

In der von der GIM durchgeführten JIM Studie (Feierabend, Rathgeb, Kheredmand, & Glöckler, 2023) wurde die WhatsApp Abfrage um die WhatsApp-Kanäle erweitert. Mehr als jeder zweite 12-19-Jährige (53%) nutzt die Kanäle bei WhatsApp – 32 Prozent sogar mindestens einmal die Woche. Mehr als jeder zehnte Jugendliche (14%) nutzt die Kanäle mindestens täglich. Jeder vierte Junge (25%) und fast jedes vierte Mädchen (23%) nutzt die WhatsApp-Kanäle mindestens mehrmals pro Woche. Im jüngsten befragten Alterssplit ist es sogar mehr als jeder dritte Jugendliche, der zurückspielt, die App mindestens mehrmals pro Woche zu nutzen.

### WHATSAPP-KANÄLE BESONDERS IN DER JUNGEN ZIELGRUPPE BELIEBT



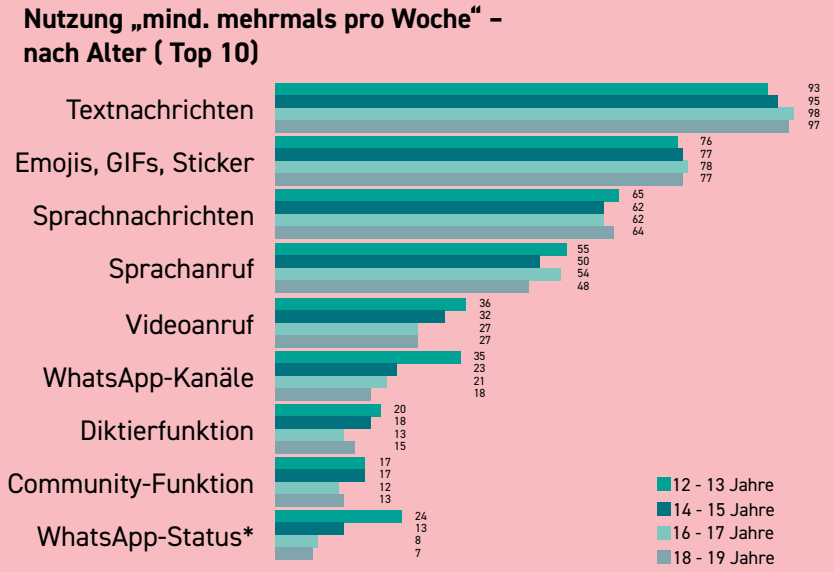




Abb.2: Genutzte WhatsApp Funktionen // Quelle: JIM 2025, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die WhatsApp nutzen, n=1.168 |*etwas in den WhatsApp-Status posten

Der erste Kontakt mit den WhatsApp-Kanälen erfolgt zufällig oder über Links, die man über Freundinnen und Freunde zugeschickt bekommt, dabei ist der Neuigkeitswert der Treiber, der den ersten Kontakt auslöst.

*„Wie alt waren wir da? 14 - da haben wir uns einfach so gedacht - Oh was ne Kacke da ist was Neues, haben wir uns gedacht.“* - **Silas, 17 Jahre**

Auch Eltern haben ihre Kinder auf interessante Kanäle hingewiesen:

> *„Also ich habe diesen Heißluftfritteusen Kanal, den hat meine Mutter mir empfohlen und meinte, also guck da mal rein, da gibt es wirklich coole Rezepte, weil wir halt jetzt relativ neu eine haben. Und dann dachte ich irgendwann, ja, vielleicht gibt es ja noch andere coole Sachen und dann habe ich andere Kanäle gefunden.“*
> **- Millie, 16 Jahre**

Nach dem ersten Kontakt finden die Jugendliche dann weitere Kanäle über den „Entdecken“ Button.

## 2.1.2 THEMENFELDER (INTERVIEWS)

Ein erster allgemeiner Blick auf WhatApp-Kanäle zeigt, dass vor allem Medien, Marken, Vereine und Organisationen sowie Influencerinnen und Influencer WhatsApp gezielt zur Kommunikation einsetzen. Unter den fünf beliebtesten Kanälen sind vier Fußball-Kanäle gelistet. Real Madrid C.F mit 66 Mio. Abonnentinnen und Abonnenten und FC Barcelona mit 51 Mio. Abonnentinnen und Abonnenten sind Spitzenreiter. Es folgt Netflix mit 32 Mio. Abonnentinnen und Abonnenten. Aber auch Prominente wie Katrina Keif (Schauspielerin Hindi Filme), Marc Zuckerberg und Shakira versammeln mit je 12 Mio. Abonnentinnen und Abonnenten eine hohe Anhängerschaft. Zu den größten deutschen Kanälen gehören der Kanal des FC Bayern München mit 9,1 Abonnentinnen und Abonnenten, die Tagesschau mit 2,6 Abonnentinnen und Abonnenten und die Drogeriekette dm mit 1,3 Abonnentinnen und Abonnenten (Stand 26.11.2025).

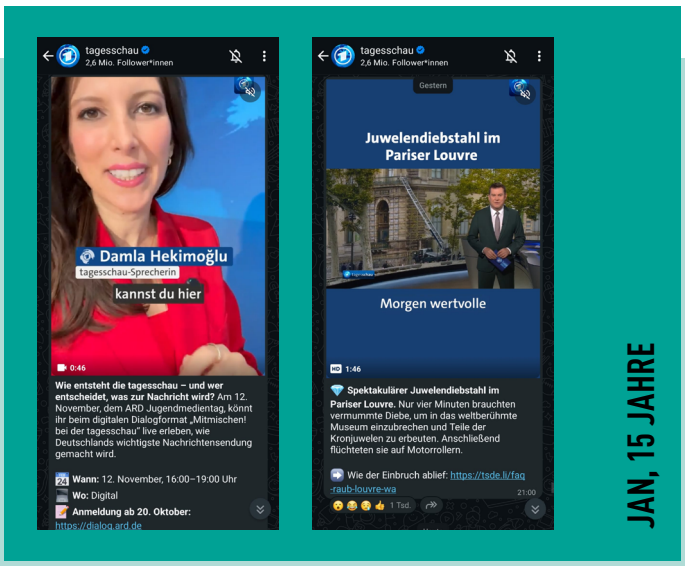
WhatsApp-Kanäle funktionieren grundsätzlich individuell: Jede Person sieht nur die Kanäle, die sie selbst abonniert hat, sowie einige Vorschläge im Bereich „Aktuelles“ bzw. „Updates“. Diese Empfehlungen sind jedoch nicht personalisiert wie bei TikTok oder Instagram, sondern orientieren sich überwiegend an Sprache, Region und allgemeiner Beliebtheit eines Kanals. Da WhatsApp keine kinder- oder altersgerechte Version seiner Kanalübersicht anbietet, werden Kindern und Jugendlichen grundsätzlich dieselben Kanäle vorgeschlagen wie Erwachsenen, abgesehen von wenigen ausgenommenen, altersbeschränkten Inhalten. Welche Themen tatsächlich genutzt werden, hängt daher nicht von WhatsApp selbst ab, sondern vom individuellen Abonnierverhalten der Kinder und Jugendlichen.

Die Interviews zeigen, dass Jugendliche im Alter von 11-13 Jahren, die oft keinen Zugang zu Plattformen wie Instagram oder TikTok haben, beispielsweise ihren Lieblings-Youtuberinnen und -Youtubern, Sportvereinen oder Stars auf WhatsApp-Kanälen folgen. Sie schätzen es, zu Themen wie Sport, Stars oder aktuellen Ereignissen auf dem Laufenden zu bleiben und so in der Lage zu sein, in ihrem sozialen Umfeld mitzudiskutieren. Die Pretask Aufgabe (Screenshots der genutzten Kanäle) zeigt auch WhatsApp-Kanäle von Nachrichtenabsendern. Dies lässt sich

möglicherweise auch auf soziale Erwünschtheit[1] in den Interviews zurückführen. Auf Nachfrage in den Interviews wurde jedoch konkreter Nachrichtencontent genannt, was auf eine tatsächliche Nutzung schließen lässt.

Besonders der erste Zugang erfolgt häufig durch Nachrichtenkanäle, die als Absender vermutlich auch eine höhere Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit ausstrahlen und die Hemmschwelle für eine Nutzung der WhatsApp-Kanäle senken. Dabei erreichen die Nachrichtenabsender über WhatsApp-Kanäle auch junge Zielgruppen.

1) Soziale Erwünschtheit bedeutet, dass Jugendliche ihre Antworten an das anpassen, was sie als akzeptabel oder erlaubt wahrnehmen, um in einem positiven Licht zu erscheinen. Wobei dies nicht zwangsläufig eine bewusste Lüge darstellt, sondern auch durch Selbstschutz, Scham oder Unsicherheit ausgelöst werden kann.

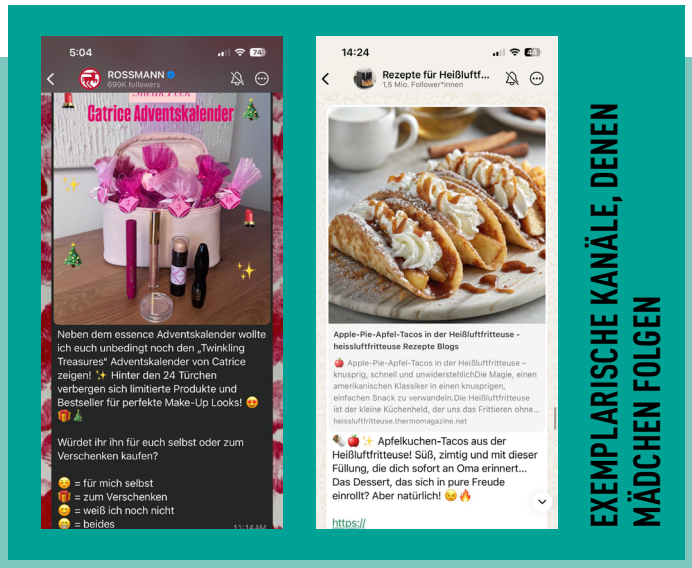



*Ich glaube Tagesschau, ZDF, Netflix und das waren dann die ersten. Dann kommt halt dieser eine Youtuber.*
**- Elias, 11 Jahre**

*Netflix auf jeden Fall. Dann habe ich so ein bisschen was auch für Rezepte, halt mehr so zum Backen. Ich habe auch Thalia drauf, Buchempfehlungen und ich glaube Rossmann habe ich auch noch, also ich habe gar nicht so viele.* **- Millie, 16 Jahre**

Abb. 3: Screenshots - News | genutzte Kanäle (Pre-Task qualitativer Studienbaustein)

Die Interviews zeigen klare geschlechterspezifische Unterschiede in den Interessenfeldern. Während Mädchen Kanälen zu Beauty-Themen und Kochen/Backen folgen, präferieren die Jungen eher Kanäle zum Thema Sport und Gaming.



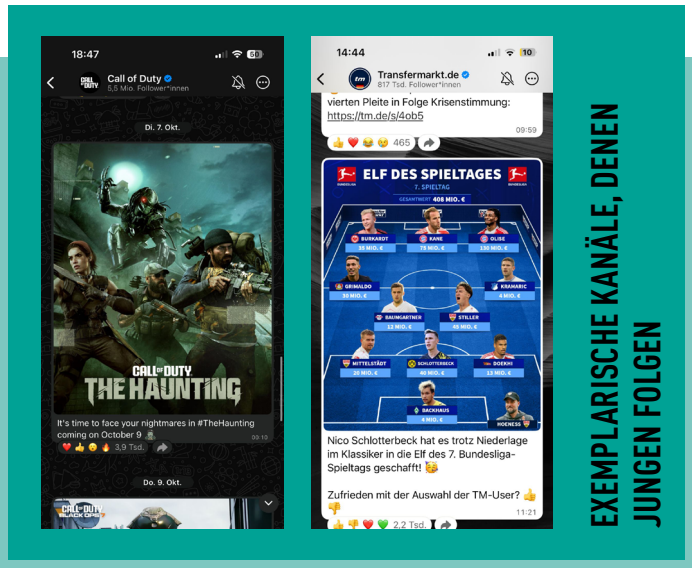




Abb. 4: Screenshots - genutzte Kanäle (Pre-Task qualitativer Studienbaustein) – Mädchen/Jungen

Private oder peer-to-peer WhatsApp-Kanäle von Gleichaltrigen scheinen im bewussten Abonnentenverhalten eine geringere Rolle zu spielen. Nur vereinzelt wurden Kanäle von Freundinnen und Freunden genannt. Privatpersonen, die man nicht kennt, wurden nicht genannt. Dies widerspricht der teilweise sehr hohen Followerschaft, die WhatsApp-Kanäle von Jugendlichen aufweisen. Ein Grund kann in dem sozial erwünschten Antwortverhalten liegen. Ein weiterer Grund könnte darin liegen, dass es nicht nur Gleichaltrige sind, die den WhatsApp-Kanälen der jugendlichen Admins folgen, sondern auch erwachsene Abonnentinnen und Abonnenten, die die Abozahl treiben.

## 2.1.3 THEMENFELDER (INHALTSANALYSE)

WhatsApp-Kanäle bieten für die Jugendlichen ein weites Experimentierfeld zu ihrer Identität und Selbstdarstellung. Hier bekommen sie Aufmerksamkeit und können über die Anzahl der Abonnentinnen und Abonnenten Erfolge verzeichnen. Die WhatsApp-Kanäle der Jugendlichen, die im Rahmen der Inhaltsanalyse ausgewertet wurden (zufällige Auswahl) behandeln Themen, die den zahlreichen Interessengebieten von Jugendlichen entsprechen. Den größten Anteil macht die Alltagsdokumentation aus. In 65 Prozent der untersuchten Kanäle teilen Jugendliche ihren Alltag in Fotos, Videos, Texten oder Vlogs (68% der Mädchen und 59% der Jungen). Während einem Teil der Jugendlichen die Einwegkommunikation ausreicht und nur Texte, Bilder und Fotos gepostet werden, suchen andere Jugendliche den Kontakt mit ihren Followerinnen und Followern über Abstimmungen.

So liegt das Thema „Q&A, Abstimmungen“ (Admins geben ihrer Followerschaft die Möglichkeit, Fragen zu stellen und beantworten diese) mit 28 Prozent direkt auf Position 2 der meistgeposteten Themen in den WhatsApp-Kanälen. Wie relevant die zweidirektionale Kommunikation ist, zeigt auch eine Bertelsmann-Umfrage (Bertelsmann Stiftung, 2025), in der etwa die Hälfte der befragten Jugendlichen angibt, Kontaktmöglichkeiten auf Social Media zu schätzen (zum Beispiel Fragen stellen, andere Ansichten hören). Neben Abstimmungen suchen die Admins weiteren Austausch mit ihrer Followerschaft über kommunizierte Links zu deren YouTube oder Social Media Plattformen. 8 Prozent der untersuchten Kanäle bieten ihren Abonnentinnen und Abonnenten einen weiteren offenen Austausch über Links zu offenen WhatsApp-Communities (vgl. Glossar).

Position 3 der WhatsApp-Kanalthemen belegt das Thema „Styling, Beauty“ – primär getrieben von den weiblichen Kanalbesitzerinnen: Fast jeder vierte Kanal der Mädchen (24%) behandelt dieses Thema. Auch in anderen Themenbereichen zeigen sich Unterschiede nach Geschlecht. Während mehr Jungen[2] WhatsApp-Kanäle zum Thema Gaming (41% vs. Mädchen 1%) und Challenges/Pranks (29% vs. Mädchen 1%) betreiben, wurden in der Inhaltsanalyse keine WhatsApp-Kanäle von Jungen zum Thema Turnen gefunden, während fast jede vierte Kanalbetreiberin (22% der Mädchen) dieses Thema behandelt. Geht es um sportliche Themen, steht bei fast jedem fünften Jungen das Thema Fußball im Fokus des eigens betriebenen WhatsApp-Kanal (18% vs. Mädchen 0%).

2) Die Stichprobengröße von n = 17 ist für statistisch belastbare Schlussfolgerungen nicht ausreichend und erlaubt keine generalisierbaren Aussagen. Die Ergebnisse in den soziodemographischen Splits sind daher als explorative Hinweise bzw. qualitative Trends zu interpretieren, die erste Anhaltspunkte liefern, aber in größeren Studien überprüft werden müssen.

WhatsApp ist nah an den Alltag der Jugendlichen angebunden, was auch dadurch verdeutlicht wird, dass jeder zehnte von Jugendlichen betriebenen WhatsApp-Kanälen das Thema “Schule/ Lernen“ zum Inhalt hat. Weitere Kanäle bieten Spezialwissen beispielsweise zu Pferden, Musik oder Fantum von Harry Potter bis zu K-Pop. Bei mehr als jedem zehnten von Mädchen betriebenen WhatsApp-Kanal sind die Themen „Mentale Gesundheit“ sowie „Liebe, Sexualität“ im Fokus.

## IM FOKUS DER WHATSAPP-KANÄLE IST DIE ALLTAGSDOKUMENTATION – BEI DEN JUNGEN MEHR KANÄLE ZUM THEMA GAMING, HUMOR UND GEWINNSPIEL

**Hauptthemen der jugendlichen Admins in %**

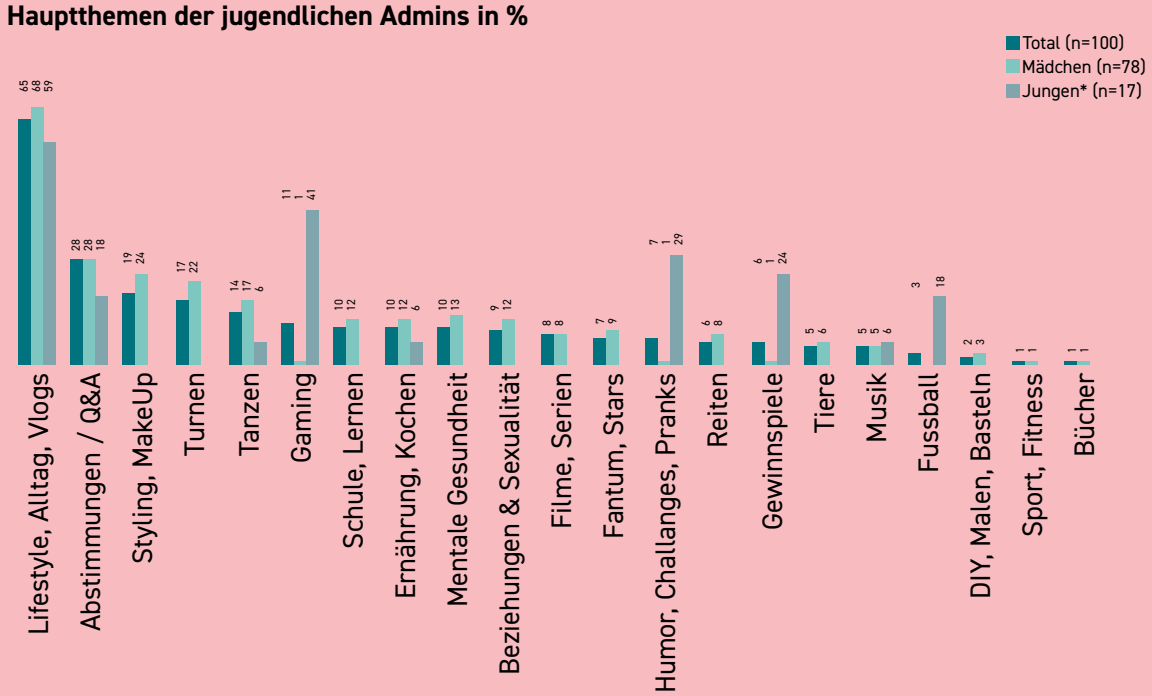



Abb. 5: Kanalthemen (Inhaltsanalyse) / Kleine Basis, Geschlechtersplit nur als Trend interpretierbar

Betrachtet man die Alterssplits der Mädchen (die Stichprobe der von Jungen betriebenen Kanäle ist zu klein für weitere Altersbetrachtungen) zeigt sich, dass sowohl der jüngere (10-13 Jahre) als auch der ältere (14-17 Jahre) Alterssplit einen hohen Anteil an Alltagsdokumentationen in den WhatsApp-Kanälen der Mädchen aufweisen. Während die älteren Mädchen etwas häufiger Q&A Sessions sowie Abstimmungen in ihren WhatsApp-Kanälen zeigen, zeigen sich jüngere Mädchen im Alter von 10-13 Jahren häufiger beim Turnen. 22 Prozent der 10-13-jährigen Mädchen posten Bilder/Videos von sich beim Turnen.

Die älteren Mädchen im Alter von 14-17 Jahren präsentieren in ihren Kanälen häufiger auch die Themen „Styling/Make-Up“ (22% vs. 15% der 10-13-Jährigen), „Fantum/Stars“ (17% vs. 4% der 10-13-Jährigen), „Filme/Serien“ (17% vs. 4% der 10-13-Jährigen), sowie „Tanzen“ (14% vs. 7% der 10-13-Jährigen).

## DER JÜNGERE ALTERSSPLIT (10-13 JAHRE) DER MÄDCHEN LIEBT DIE ALLTAGSDOKUMENTATION, GEFOLGT VON Q&A-SESSIONS UND TURNEN

**Hauptthemen der jugendlichen Admins, Mädchen nach Alter*, in %**

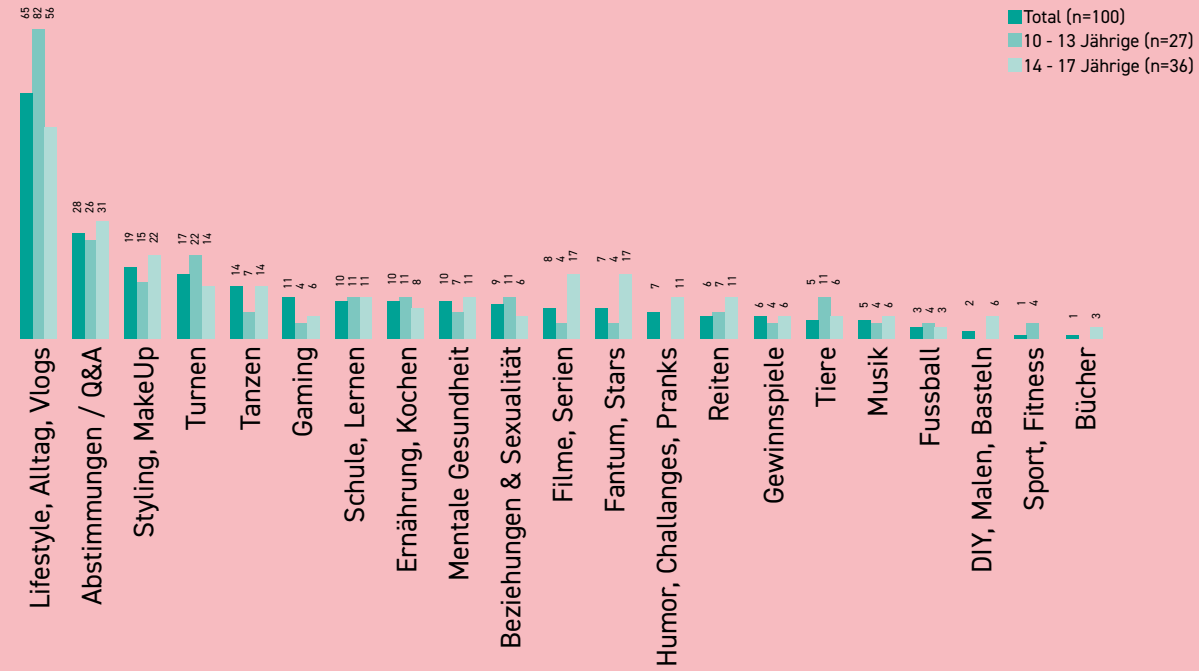



Abb. 6: Kanalthemen nach Alter (Inhaltsanalyse) / Differenz 10-13-Jährige und 14-17-Jährige zu Total: Alter nicht angegeben / *Kleine Basis: nur als Trend interpretierbar

## JUNGEN POSTEN HÄUFIGER HUMORIGE UND ALBERNE BEITRÄGE, MÄDCHEN LIEBEN ES ÄSTHETISCHER UND AUTHENTISCHER

**Anmutung der von Kindern und Jugendlichen betriebenen WhatsApp-Kanäle, nach Geschlecht, in %**

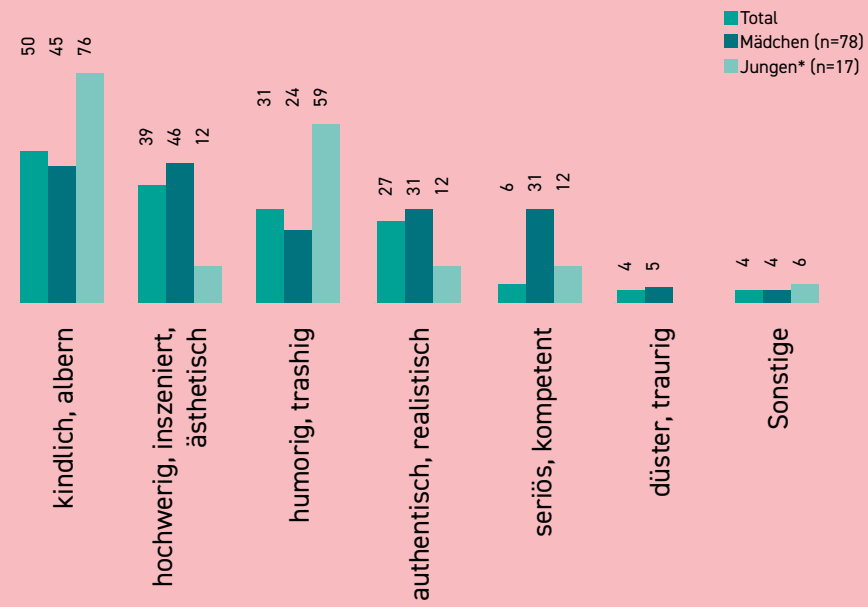



Abb. 7: Anmutung der Kanäle nach Geschlecht (Inhaltsanalyse) / Differenz zu Total: Geschlecht nicht erkannt / *Kleine Basis, nur als Trend interpretierbar

Jeder zweite von den Jugendlichen betriebene Kanal wirkt noch sehr kindlich in seiner Anmutung. Besonders die Mehrheit (76%) der jungen männlichen Admins positioniert sich auf einer eher kindlichen bzw. albernen Ebene. Jungen nutzen digitale Räume oft spielerischer und experimenteller, wobei Humor, Albernheit und niedrigschwellige Unterhaltung eine zentrale Rolle einnehmen.

Diese Form der Selbstdarstellung dient der sozialen Positionierung innerhalb der Peergroup: Sogenannte Memes, Insiderwitze oder einfache Bildbearbeitungen ermöglichen ihnen unverbindlich Aufmerksamkeit zu erzeugen, ohne sich angreifbar zu machen. Gleichzeitig vermeiden viele Jungen bewusst Formen der Selbstdarstellung, die als „zu erwachsen", „zu ernst" oder „zu ästhetisch" gelten könnten, da diese in männlich geprägten Peer-Kontexten mit sozialem Risiko verbunden sein können.

Hinzu kommt, dass Jungen sich stärker an spielerischen, gamifizierten oder humororientierten Online-Kulturen orientieren. Abonnentinnen und Abonnenten verstärken diese Unterschiede, indem sie diese Inhalte liken, was wiederum die Selbstinszenierung in diese Richtungen lenkt. Auch normative Erwartungen aus Popkultur und Influencer-Communities prägen den Stil der Inhalte (Landtag Nordrhein-Westfalen, 2017).

## 2.2 MOTIVATION UND NUTZUNGSZWECKE

Die Medienpsychologie geht davon aus, dass unterschiedliche Medien spezifische Nutzungsmotive bedienen. Die theoretische Hauptgrundlage dafür bildet der Uses-and-Gratifications-Ansatz (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973 | Rubin, 2002), der Mediennutzerinnen und -nutzer als aktive Akteure versteht, die Medien gezielt zur Befriedigung individueller Bedürfnisse auswählen. So sprechen unterschiedliche Plattformen auch für Jugendliche unterschiedliche Motivlagen an und erfüllen unterschiedliche Funktionen. Die Mood-Management-Theorie (Zillmann, 1988) beschreibt Mediennutzung als affektregulatorischen Prozess: Nutzerinnen und Nutzer wählen Medieninhalte danach aus, ob diese zur Verbesserung oder Stabilisierung ihrer aktuellen Stimmungslage beitragen. Mediale Strukturmerkmale, Nutzungskontexte und soziale Bedeutungen führen dazu, dass jedes Medium ein spezifisches Motivprofil bedient.

Die vorliegende Studie analysiert die Nutzungsmotive der WhatsApp-Kanäle auch im Kontext anderer Plattformen, um die Treiber zu differenzieren und damit auch Erklärungsansätze für die potenziellen Gefahren von WhatsApp-Kanälen aufzudecken. Ein zentrales Erklärungsmodell für das Betreiben von WhatsApp-Kanälen ist das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung und Selbstpräsentation. WhatsApp bietet – wie auch andere Social Media Plattformen – eine Bühne, auf der Individuen Identität darstellen, kuratieren und optimieren können. Studien zeigen, dass positive Rückmeldungen in Form von Likes, Kommentaren oder Followerzahlen das Selbstwertgefühl steigern und somit als sozial bestätigende Verstärker wirken (Nadkarni & Hofmann, 2012).

## 2.2.1 ABGRENZUNG ZU ANDEREN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

Jede Plattform bedient für die Jugendlichen andere Nutzungsmotive. So lassen sich die Plattformen auf Basis der qualitativen Interviews in den Spannungsfeldern zwischen Spaß/Unterhaltung und Information sowie der Alltagsunterstützung und der Alltagsflucht positionieren.

### NUTZUNGSMOTIVE IM VERGLEICH ZU ANDEREN PLATTFORMEN

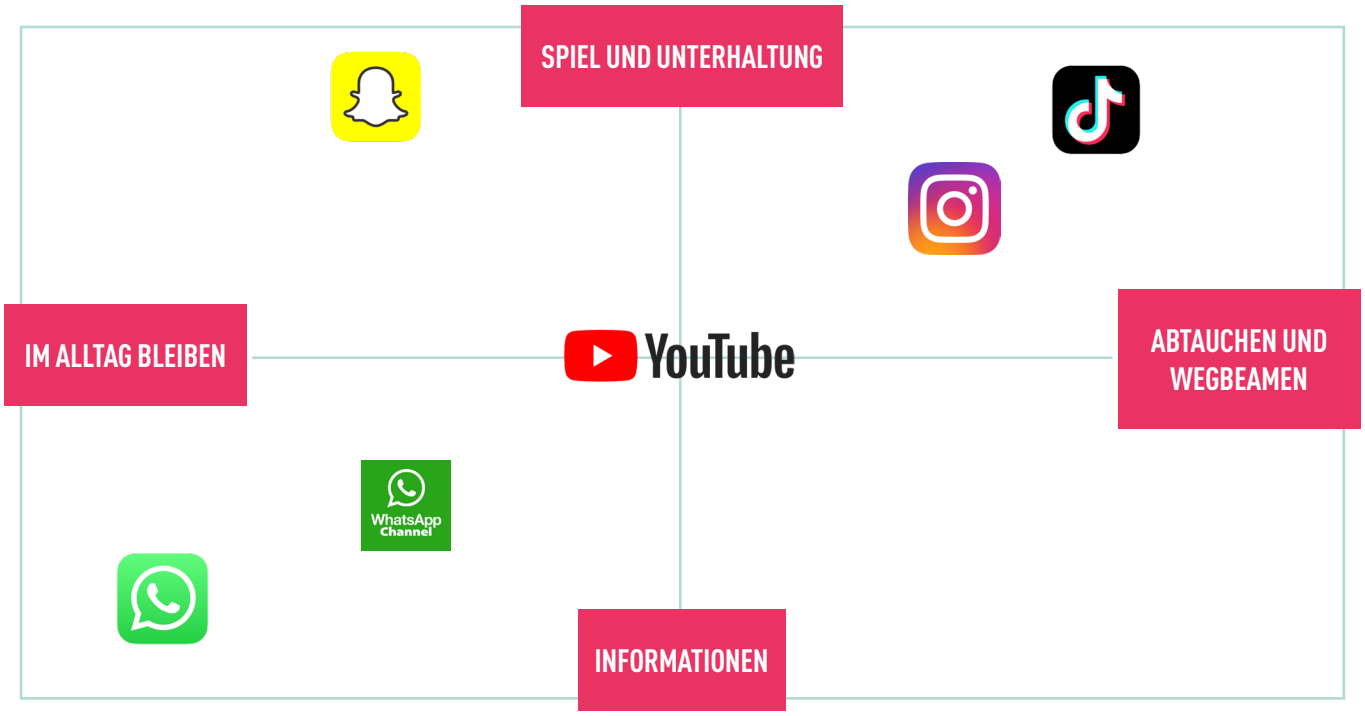



Abb.8: Nutzungsmotive Social-Media-Plattformen / Verortung aufgrund qualitativer Insights

### Snapchat – den Moment festhalten

Die schnelllebigen, flüchtigen „Snaps“ erlauben spontane, unverbindliche soziale Interaktionen, durch die Nutzerinnen und Nutzer sich wahrgenommen und wertgeschätzt fühlen, ohne den Druck ständiger Selbstdarstellung. Durch das automatische Verschwinden von Nachrichten und Bildern bietet Snapchat eine vermeintliche Intimität, die dazu animiert, spontane und authentische Momente zu teilen.

> *„Also Snapchat, das ist hauptsächlich zum Austauschen. Man kann verschiedene Freunde adden. Und man kann sich Fotos schicken. Fotos von sich, man kann auch ein Foto von seiner Kaffeetasse machen im Urlaub, das ist eigentlich egal, und da kann man sich so ein bisschen austauschen, was der andere gerade macht.“*
> - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

> *„Also ich mach meistens morgens nen Snap mittags und dann nochmal abends nen Snap, manchmal vergesse ich's auch."* **- Maxime, 12 Jahre**

Anders als die WhatsApp-Kanäle setzt Snapchat viel mehr auf spielerische und soziale Elemente, die zur regelmäßigen Rückkehr motivieren. Snapchat nutzt ein Belohnungssystem und motiviert Jugendliche durch Mechanismen wie Snapstreaks (täglicher Austausch von Snaps zwischen zwei Nutzenden, dargestellt durch eine Flamme) und Emojis, die den Grad der Nähe oder Aktivität zwischen Freundinnen und Freunden anzeigen. Dieses System weckt spielerischen Ehrgeiz und soziale Verpflichtung, sodass Jugendliche den Kontakt aufrechterhalten wollen, um ihre Snapstreaks zu verlängern. Dieser Mix aus sozialem Anreiz, Nähe, Belohnung und Interaktivität ist der zentrale psychologische Treiber für die hohe Nutzung von Snapchat bei Jugendlichen. Die Befragten sind sich der Gefahren bei Snapchat bewusst und haben teilweise auch negative Erfahrungen gemacht, fühlen sich aber aufgrund der Meldefunktion sicher.

## YouTube – der kleine Bruder vom TV

Während WhatsApp eine viel individuellere Plattform („Me-Screen") darstellt, wird YouTube teilweise noch als Familienaccount auf dem Fernseher genutzt („We-Screen"). Nutzungsverfassungen ähneln dem des Fernsehens und sind deutlich weniger aktivierend als andere „Hop-on-Hop-off" Social Media Plattformen wie beispielsweise TikTok. Man nimmt sich mehr Zeit für die Rezeption der Beiträge und diese findet eher in einer rezessiven Leanback-Verfassung statt.

> *„Ich nutze das auf unserem Fernseher deswegen und da sind wir angemeldet. Aber als Familien Account."* - **Luan, 14 Jahre**

> *„Also auf YouTube braucht man eher länger. Reinzukommen halt und sich ein Video auszuwählen ... aber YouTube ist auch sehr entspannt, das kannst du auf der Couch gucken, auf dem Fernseher und halt so Tutorials und so etwas ausführlicher angucken."* - **Johan, 12 Jahre**

## Instagram – Kommunikationsplattform und ästhetische Inszenierung

Instagram setzt stärker auf visuelles Storytelling und ist einerseits eine Plattform, in der das Leben ästhetisch inszeniert wird. Andererseits wandelt sich Instagram auch zu einer Kommunikations- und Austauschplattform und ähnelt daher in seiner Nutzungsverfassung am stärksten den WhatsApp-Kanälen. Besonders die Beiträge der Mädchen in den WhatsApp-Kanälen kopieren die Instagram Ästhetik. Jungen hingegen posten auch auf Instagram gerne Memes und Lustiges.

> *„Meine Freunde, meine Freundesgruppe und alle. Wir kommunizieren eigentlich zu 99% über Instagram, weil das ist am einfachsten, also auch über WhatsApp, aber wenn wir uns Sachen schicken, so Videos, Memes oder sowas, dann meistens einfach über Instagram.“* - **Silas, 17 Jahre**

Ähnlich wie die WhatsApp-Kanäle ist Instagram ein Medium, in das man kurz „reinhüpft“, um „Lücken“ oder Zeiten der Langeweile zu füllen.

### TikTok – „das entlastende Quatschmedium“

TikTok ist die Quatsch-, Spaß- und Unsinn-Plattform. Sie ist weniger glatt und geschönt inszeniert als beispielsweise Instagram und wird daher als etwas authentischer erlebt (Buggert, 2020). Während WhatsApp stark am Alltag angebunden ist, bietet TikTok ein Kontrastprogramm – weg von Leistungsdruck und Pflichtprogramm, was als entlastend und entspannend erlebt wird. Nutzerinnen und Nutzer erleben kreative Freiheit (z. B. Comedy oder Lipsync) jenseits von Perfektion und Hochglanzästhetik. Die Aktivierung über ständig neue Inhalte, die Jugendliche über den Algorithmus zugespielt bekommen, wirkt stimulierend und führt dazu, dass die Nutzung deutlich länger dauern kann.

> *„Bei TikTok komm ich ans Chillen. Also so Entspannen. Ich habe das Gefühl, es ist so oft was Lustiges dabei... nach der Schule, um noch mal runterzukommen.“*
> - **Johan, 12 Jahre**

## 2.3 POSITIONIERUNG WHATSAPP-KANÄLE

In den Interviews zeigt sich, dass die WhatsApp-Kanäle eine ganz eigene Positionierung haben. Dabei strahlt WhatsApp als Chat-Kanal und der Kontext, in dem die App generell genutzt wird, deutlich auch auf die Wahrnehmung der WhatsApp-Kanäle ab. WhatsApp hat zwar auch ein Mindestalter von 13 Jahren, wird aber als sicherer als andere Plattformen wahrgenommen, weil Inhalte gefühlt in geschlossenen Gruppen oder Kanälen geteilt werden. Jugendliche entgehen den starken Werbe- und Empfehlungsalgorithmen von Plattformen wie TikTok oder Instagram und sind gefühlt weniger öffentlich sichtbar. So können Inhalte geteilt werden, ohne direkt im Rampenlicht zu stehen – gewissermaßen erleben sie das Influencer-Dasein im kleinen Rahmen.

> *„Ja, ich finde das cool. Also weil ich ja auch kein Social Media mache. Kann man so ein bisschen austesten. Also manchmal vernachlässige ich es auch und denke mir so gar keine Lust. Da mache ich nur so ein Bild am Tag rein, aber manchmal bin ich auch richtig motiviert und dann mache ich mehrere Bilder.“* - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

## WAHRNEHMUNG VON WHATSAPP IM VERGLEICH ZU ANDEREN PLATTFORMEN

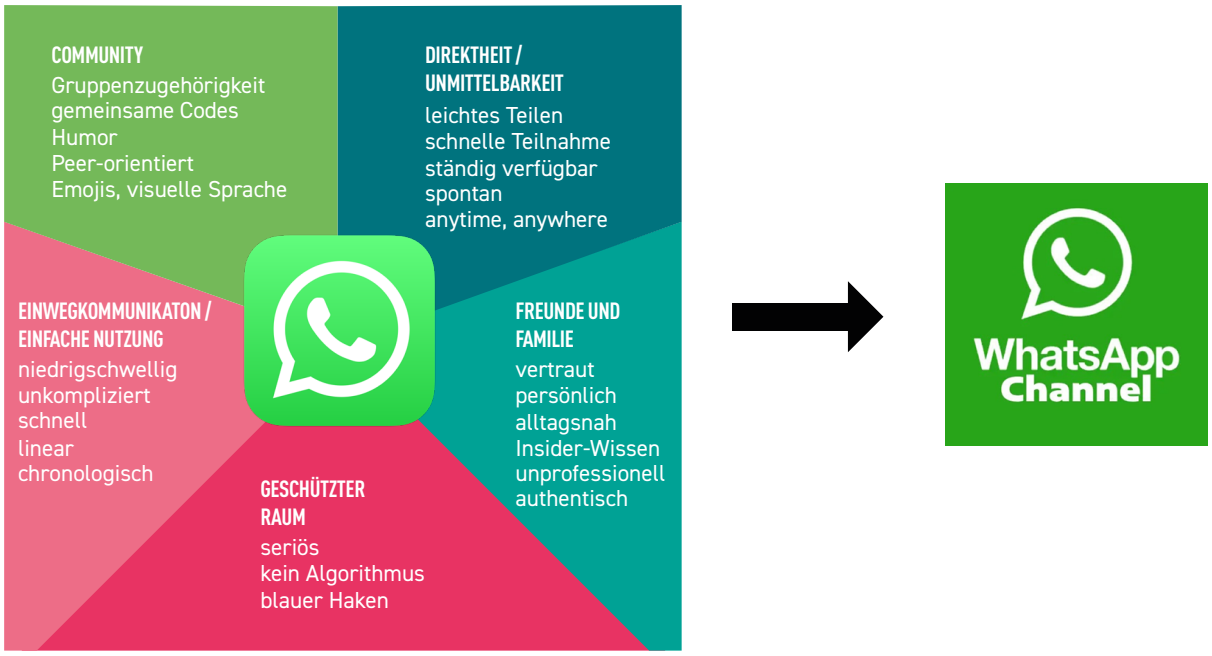



Abb. 9: Abstrahlung WhatsApp auf Kanäle

Während andere Plattformen eher der Inspiration, der Unterhaltung und dem „Abtauchen“ dienen, steht WhatsApp viel mehr für Alltagskommunikation und Beziehungen. WhatsApp ist der Alltagsbegleiter, der seit den frühen Morgenstunden immer präsent ist und den direkten und einfachen Draht zu Freundinnen und Freunden und Familie schafft.

> *„Meine beste Freundin, wir schreiben uns halt immer irgendwie so „Guten Morgen“, also morgens schon und dann besprechen wir auch alles, was wir so anziehen, weil manchmal machen wir auch Partner Look, weil wir auch manchmal halt so die gleichen Klamotten haben.“* - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

Die Stimmung in den Interviews ist deutlich ruhiger und wenig lebhaft, wenn es um die WhatsApp-Kanäle geht. Das Thema „WhatsApp“ scheint eher ein „unaufgeregtes“ Thema zu sein, das auch wenig „Word of Mouth“ Potential enthält.

> *„Also ich glaube, das ist noch nie so zur Sprache gekommen, vielleicht am Anfang mal kurz so, oh ja, jetzt gibt es so Kanäle oder so. Oder man hat es mal auf den Handys anderer gesehen, aber wirklich austauschen dazu tut man nicht."*
> - **Millie, 16 Jahre**

In den Interviews zeigt sich bei den Snapchat oder TikTok Nutzungsbeschreibungen ein deutlich lebendigeres Erzählen als zu der WhatsApp-Kanalnutzung. Die Jugendlichen in den Interviews erwähnen beim Thema WhatsApp relativ schnell Familie und Schule („Klassenchat") – also Menschen und Verpflichtungen, die wichtig sind. Man schaut häufiger rein, um nichts zu verpassen (Fear of Missing Out bzw. FoMO), zu antworten und „sozial auf dem Laufenden" zu bleiben.

Gelernt von WhatsApp allgemein ist auch die Verbindlichkeit und der Erwartungsdruck als eine Art sozialer Pflichtimpuls, der dazu führt, die App viel öfters, aber meist kürzer zu öffnen. Plattformen wie TikTok oder Instagram zeigen eine höhere „Stickyness" und ziehen Jugendliche stärker in ihren Bann, was zu einer intensiveren Zeitinvestition führt. Sie erzeugen einen „Flow"-Zustand, bei dem Nutzerinnen und Nutzer unbewusst von einem Video zum nächstem scrollen und tief in die Plattform eintauchen. Diese Plattformen stehen vermutlich auch aufgrund der algorithmisch kuratierten Feeds mehr für Entertainment, Eskapismus und Flow. Man bleibt länger dabei, aber geht nicht dutzende Male am Tag „nur kurz" rein, wie bei WhatsApp.

Anders als Social Media Plattformen wie TikTok oder Instagram zeigt WhatsApp in den Interviews eine hohe sichere Anmutung, die auf der Vertrautheit und Intimität basiert, die aus der privaten WhatsApp-Kommunikation mit Freundes- oder Familienchats gelernt ist. Zudem ermöglichen WhatsApp-Kanäle eine einseitige Verbreitung von Inhalten wie Nachrichten, Bildern oder Videos ohne direkte Interaktion jenseits von Emoji-Reaktionen, was gerade jüngeren Nutzerinnen und Nutzern das Gefühl einer höheren Sicherheit und eines geschützten Raums gibt. Die Struktur fördert eine niedrigschwellige Beteiligung, ohne den Druck ständiger Kommentare.

WhatsApp steht mehr für Nähe und Zugehörigkeit, aber weniger für Dauer-Stimulation, Reiz, Ablenkung und Spaß. Anders als TikTok-Clips, die mit schnellen Schnitten, Musik, Effekten und visuellem Overload eine Belohnung innerhalb der ersten Sekunden versprechen, bestehen WhatsApp-Kanäle häufiger aus Text, Bildern und weniger professionellen Videos und weisen damit eine weniger unmittelbare Reizdichte auf.

Zudem haben WhatsApp-Kanäle eine stärkere geschlossene, lineare Struktur: Die Nutzerinnen und Nutzer abonnieren konkrete Kanäle, erhalten deren Inhalte direkt und ohne automatische algorithmische Steuerung. Der Inhalt endet, wenn der Kanal nichts Neues postet. Andere Social Media Plattformen bieten ein Endlos-Scroll-Design („Infinite Scroll"), wo immer wieder ein nächstes Video erscheint. Dieses „Pull-to-refresh"-Prinzip animiert zum längeren Verweilen. Durch das Fehlen eines personalisierten „Endlosscrollens" und der Begrenzung auf die abonnierten Kanäle stehen diese mehr für eine kontrollierte Nutzung mit klaren Grenzen, anders als bei Social Media, wo man sich von einem Thema ins nächste klickt und sich in den „endlosen

Weiten“ des Internets verliert.

### Planetenreise

Die Kreativitätstechnik „Planetenreise“ ist eine kreative, projektive Technik der qualitativen Marktforschung, die unterstützt, rationales Denken zu umgehen und intuitive Assoziationen freizulegen. Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden Teilnehmende gedanklich in ein imaginäres Sonnensystem geführt, in dem verschiedene Planeten für Social Media Plattformen bzw. für die Kategorie der WhatsApp-Kanäle stehen. Durch die Beschreibung dieser Fantasieplaneten – ihrer Atmosphäre, Farben, Bewohner oder des Gefühls beim „Landen“ – äußern Menschen unbewusst geprägte Wahrnehmungen, die sie in direkter Befragung oft nicht formulieren könnten.

TikTok wurde hier als ein sehr bunter, aber auch künstlicher Planet („hier ist nicht alles echt“) beschrieben. TikTok Planetenbewohnerinnen und -bewohner sind individuell, aber auch gestresst. Auf dem TikTok Planeten herrscht laut den Interviews viel Hass und Negatives: „hier brennt es auch mal.“ Instagram wirkt hingegen etwas natürlicher („da gibt es auch Wasser und Bäume“) und auch etwas ruhiger, es gibt zwar auch Hass, aber etwas versteckter als auf dem TikTok Planeten. Snapchat ist für die Interviewten ein Planet, auf dem viele Freundinnen und Freunde gemeinsam leben und Spaß haben, man lebt seinen Alltag, dieser ist aber bunt und fröhlich („mit vielen bunten lustigen Bildern und Videos“).

Auf dem WhatsApp-Kanal Planet lebt man seinen normalen Alltag „es ist wie bei uns auf der Welt“, man hat zwar Spaß „aber nicht zu viel, nur ein bisschen“. Man lebt mit Freundinnen, Freunden und Familie „es ist auch nicht so anonym“, „es ist entspannt“, aber auch ein wenig „langweilig“.

## 2.4 MOTIVATIONEN UND NUTZUNGSZWECKE

Für Jugendliche sind WhatsApp-Kanäle eine niederschwellige Möglichkeit, Lieblingsstars oder Unternehmen zu folgen, Informationen zu erhalten und sich über aktuelle Themen upzudaten. Die Nutzung ist häufig unreguliert und ohne elterliche Kontrolle. Die Interviews zeigen, dass ähnlich wie die Social Media Nutzung allgemein auch die WhatsApp-Kanäle der Unterhaltung und Ablenkung sowie der Überbrückung von Langeweile dienen. Auch die Themen Soziale Interaktion, Zugehörigkeitsgefühl und Gruppenidentität spielen eine gleichermaßen große Rolle. Dennoch zeigen sich teilweise andere Facetten bei den WhatsApp-Kanälen, die im Folgenden detaillierter beschrieben werden.

In Anlehnung an die in den Interviews rekonstruierten Nutzungs- und Motivlagen der Abonnentinnen und Abonnenten wurden die inhaltlichen Angebote der untersuchten WhatsApp-Kanäle systematisch analysiert. Dabei wurden jene Themen priorisiert, die in den Interviews wieder-

kehrend als besonders relevant beschrieben wurden. Gleichzeitig wurden die aus Literatur und anderen Studien identifizierten Motive berücksichtigt, um Erklärungsmodelle für die Motive der Admins abzuleiten. Wir orientieren uns dabei an das von Dr. Häusel entwickelte Limbic-System (Häusel, 2011) – eine neuropsychologisch fundierte Typologie emotionaler Motive, die das menschliche Verhalten in drei Emotionsräume (Dominanz, Stimulanz und Balance) unterteilt, die mit spezifischen Bedürfnissen verknüpft sind. Dominanz getriebene Admins streben Status und Anerkennung an, weshalb sie Kanäle für Selbstdarstellung und Netzwerkaufbau nutzen, auch um Erfolge zu präsentieren. Stimulanz-orientierte Personen suchen Abwechslung, Neugier und schnelle Belohnungen. Im Gegensatz dazu priorisiert der Balance-Raum Sicherheit, Harmonie und soziale Bindung, was beispielsweise auch zu weiterführenden WhatsApp-Communities führt, die Verbindungen und Entspannung ohne Überreizung ermöglichen.

Das zu analysierende Kanalangebot ist damit als „doppelt anschlussfähig“ zu verstehen: Es orientiert sich einerseits an den aus den Nutzerinnen- und Nutzer-Interviews gewonnenen Motiven und trägt andererseits den rekonstruierten Zielen und Motiven der Admins Rechnung. So wird ein inhaltliches Setting geschaffen, das die wechselseitige Passung zwischen Erwartungen der Abonnentinnen und Abonnenten und Intentionen der Kanalverantwortlichen maximiert und die wahrgenommene Relevanz des Kanals stärkt.

### NUTZUNGSMOTIVE WHATSAPP-KANÄLE

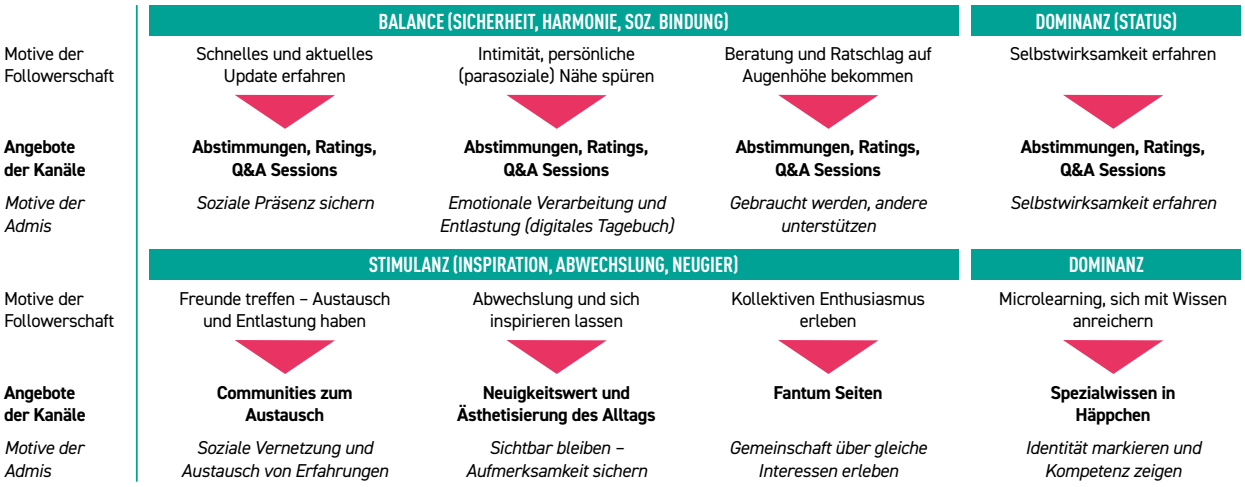



Abb. 10: WhatsApp-Kanalmotive

## 2.4.1 PERMANENTE ALLTAGSDOKUMENTATION

In den Interviews zeigt sich, dass WhatsApp besonders als schnelle Informationsquelle „kurz mal gucken“ für zwischendurch genutzt wird. Die Art der Information zeigt dabei eine andere Qualität als beispielsweise bei einer Google-Suche. Man erlebt die Informationen als aktueller und hat das Gefühl, dass die Informationen spezifischer sind. Zudem erlebt man einen sehr nie-

derschwelligen Zugang.

> *„Bei Fortnite war ich erleichtert, dass ich jetzt immer etwas habe, wo ich einfach nur da drauf gehen kann. Und dann weiß ich direkt die News, weil sonst habe ich immer extrem lang gebraucht, habe auf Twitch und so geguckt und das war zu nervig.“*
> - **Johan, 12 Jahre**

Ein entlastendes Moment ist zudem, dass die Informationen nicht selbst recherchiert werden müssen, sondern via Push Nachricht zugesendet werden:

> *„Wenn zum Beispiel bei DM oder Rossmann ein neues Produkt rauskommt, dann weiß ich einfach OK. Die sind neu rausgekommen, die möchte ich haben, dann gehe ich hin, kauf sie mir und dann weißt du einfach schon, dann musst du nicht extra in die Drogerie gehen, sondern kannst sofort sehen okay da ist ein neues Produkt raus-gekommen.“* - **Emma, 12 Jahre**

Die Admins antworten auf das Bedürfnis nach schneller Information, indem sie kontinuierlich Informationen zu ihrem Alltag und anderen Themen bereitstellen. Das Thema Alltagsdokumentation ist sowohl bei den Mädchen als auch bei den Jungen das häufigste Thema der eigenen WhatsApp-Kanäle. Teilweise stündlich werden die Followerinnen und Follower auf den neuesten Stand des Tagesablaufs gebracht – eine Art permanentes Update des eigenen Lebens. Das ständige Teilen von kleinen Alltagsmomenten wie „Ich gehe jetzt zur Schule“ oder „Ich esse jetzt“ wirkt wie eine laufende Kommunikation, die soziale Präsenz sichert und bestätigt. So bleibt man sichtbar und kann die Aufmerksamkeit im sozialen Umfeld sichern. Allerdings kann dieses Verhalten auch Stress auslösen, da der Druck, permanent aktiv zu sein, hoch ist und zu Überforderung führen kann. Zudem laufen Kinder mit solchen ständigen Updates Gefahr, private Informationen unbedacht zu teilen, was Sicherheitsrisiken birgt.

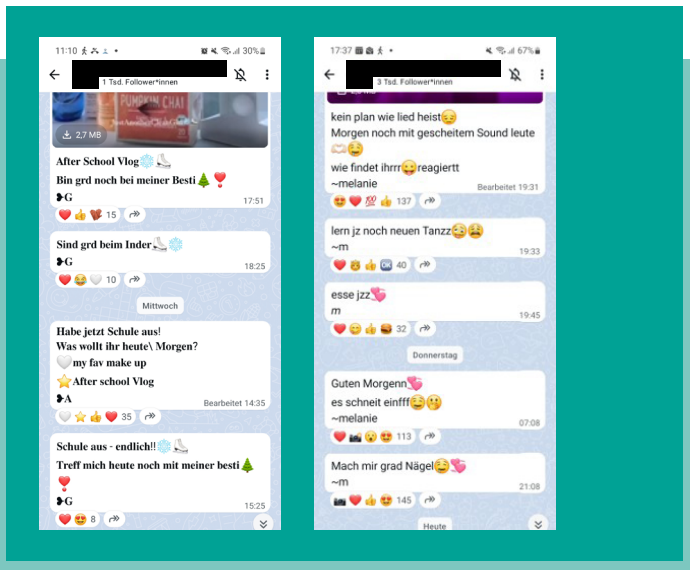



Abb. 11: Permanente Alltagsdokumentation (Screenshots)

## 2.4.2 AUTHENTISCHER, INTIMER BLICK HINTER DIE KULISSEN

Neben der Aktualität haben die WhatsApp-Kanäle eine weitere relevante Facette – sie bieten Informationen, die über eine rein funktionale Ebene hinausgehen. Sie gewähren den Blick hinter die Kulissen, geben Persönliches preis und bieten das Gefühl, man ist „ganz nah dran“. Nicht bei jedem Kanal werden diese Erwartungen jedoch erfüllt.

> *„Also wenn da wirklich Sachen rauskommen, zum Beispiel heute hat sich ein Spieler verletzt, dann interessiert mich das schon, ich will dann wissen, wie spielen wir, was machen wir anders oder was sind die wichtigsten Deals, die jetzt über den Tisch gehen.“* - **Luan, 14 Jahre**

Anders als bei anderen Informationsmedien erlebt man bei den WhatsApp-Kanälen eine größere Nähe zu den Kanal-Admins. Obwohl die Befragten in den Interviews die Kanal-Admins meist nicht persönlich kennen und es eine „One-to-Many“-Kommunikation ist, fühlt die Beziehung sich trotzdem vertraut und unmittelbar an, da Nachrichten in der privaten, bekannten WhatsApp-Umgebung kommuniziert werden, die auf Nähe, Intimität und Vertrautheit abstrahlt. Personen hinter den Kanälen wirken auch nahbarer und authentischer, weil sie Alltagseinblicke oder persönliche Informationen teilen, die man sonst eher aus direkten Gesprächen erwartet. Psychologisch funktioniert diese Nähe, weil Mediennutzerinnen und -nutzer parasoziale Beziehungen ähnlich wahrnehmen wie echte soziale Beziehungen. Faktoren wie wahrgenommene Ähnlichkeit, Authentizität und direkte Ansprache stärken das Gefühl, diese Person kenne ihn oder sie, was die Bindung intensiviert.

> *„Wahrscheinlich tritt man nicht wirklich mit denen in Kontakt, aber das Gefühl, das ist das Gute daran, das mag ich einfach, deshalb bin ich da gerne drauf.“* - **Silas, 17 Jahre**

Die Admins gewähren entsprechend den Blick hinter die Kulissen. Einerseits weil sie dem Bedürfnis ihrer Followerschaft nachkommen möchten, andererseits kann das Teilen intimer Inhalte Teil des Prozesses der Identitätsarbeit und Selbstvergewisserung sein. Menschen strukturieren ihre Identität durch erzählte Erfahrungen (McAdams, 1996). Die öffentliche Kommunikation unterstützt diesen Prozess, indem sie reflexive Selbstbezüge erzeugt. Das Ausdrücken belastender Gefühle kann so auch für die jugendlichen Admins eine entlastende Wirkung haben, indem die emotionale Verarbeitung unterstützt wird. WhatsApp-Kanäle fungieren dabei als eine Art digitale öffentliche Tagebuchform, was die entlastende Wirkung verstärken aber durch das Teilen von sensiblen Themen auch Gefahren bergen kann.

Ein weiteres zentrales Motiv ist das Bedürfnis nach sozialer Verbundenheit. Digitale Umgebungen bieten niederschwellige Möglichkeiten, Resonanz oder Mitgefühl zu erfahren. Selbstoffen-

barung dient in diesem Zusammenhang dazu, Nähe herzustellen und Einsamkeit oder soziale Unsicherheit zu reduzieren (Baumeister & Leary, 1995). Empirische Untersuchungen zeigen, dass besonders intime Inhalte häufig zu erhöhter sozialer Unterstützung führen (Manago, Taylor, & Greenfield, 2012). So entsteht eine öffentliche Intimität, in der das Teilen von Persönlichem als Zeichen von Authentizität gedeutet wird, was wiederum soziale Anerkennung verstärkt. Mehrheitlich wurden harmlose Themen wie Liebeskummer oder Schulprobleme angesprochen, vereinzelt aber auch sehr ernste Themen wie Depression oder Suizid (siehe auch Seite 45).

## 2.4.3 DER DIGITALE COACH

Die Admins stellen über intime Themen nicht nur Nähe oder Authentizität her, sondern sie bieten ihren Abonnentinnen und Abonnenten die Möglichkeit, ihre eigenen Sorgen und Probleme zu platzieren, wobei die Admins auf deren Fragen beratend antworten.

**Fast jeder zehnte Kanal (9%) und 12 Prozent der von Mädchen betriebenen Kanälen behandeln die Themen „Liebe, Beziehungen & Sexualität“.**

**Jeder zehnte Kanal-Admin (13% der Mädchen) postet zu Themen der mentalen Gesundheit.**

Jugendliche suchen Beratung und Coaching bei Gleichaltrigen im Netz, weil sie sich dort verstanden, weniger bewertet und emotional näher fühlen, da Gleichaltrige ähnliche Erfahrungen teilen, schneller Empathie zeigen, anonyme Räume Sicherheit bieten und der Austausch ihnen mehr Autonomie und Kontrolle über ihre Probleme gibt (Weßel, o.J.). Die Themen werden häufig auch in Q&A Sessions behandelt.

Auch in den analysierten verlinkten WhatsApp-Communities/-Gruppen zeigt sich, dass Jugendliche dort ähnliche Erfahrungen teilen und unmittelbare emotionale Resonanz geben. Professionelle Hilfe ist oft mit Hürden verbunden. Online hingegen bieten Peer-Communities/-Gruppen einen unkomplizierten, anonymen und kontinuierlichen Zugang zu Rat, Trost oder einfach das Gefühl, gehört zu werden.

Jugendliche wenden sich dem Netz zu, weil es genau jene Bedürfnisse nach Sicherheit, Zugehörigkeit und Ausdruck erfüllt, die im realen Umfeld häufig nicht ausreichend abgedeckt sind. Zudem empfinden viele Jugendliche die digitale Kommunikation als niedrigschwelliger und authentischer als Gespräche mit Erwachsenen, die sie häufig als wertend, belehrend oder unnahbar wahrnehmen.

Jugendliche Admins werden entsprechend als Peer-Beraterinnen und -Berater aktiv und geben als eine Art digitaler „Dr. Sommer“ Ratschläge, wie man Freundinnen und Freunde findet oder

Liebesprobleme löst. Hier finden Jugendliche einen Raum, in dem sie sowohl Unterstützung finden als auch selbst geben können. Jugendliche, die sich als Peer-Beraterinnen und -Berater engagieren, übernehmen oft eine Rolle, die ihnen soziale Bedeutung verleiht. Durch das Unterstützen anderer können sie das Gefühl erleben, gebraucht zu werden und einen positiven Einfluss auf andere zu haben, was ihr Selbstwertgefühl und ihre soziale Identität stärkt. Somit dient die Rolle als Beraterin und Berater nicht nur anderen, sondern unterstützt auch die eigene Entwicklung, etwa in Richtung Verantwortung oder Empathie. Auch wenn diese Nutzungsmotive in den qualitativen Interviews nicht genannt wurden, zeigt sich in der Inhaltsanalyse, dass WhatsApp-Kanäle auch genutzt wurden, um psychische Belastungen anzusprechen.

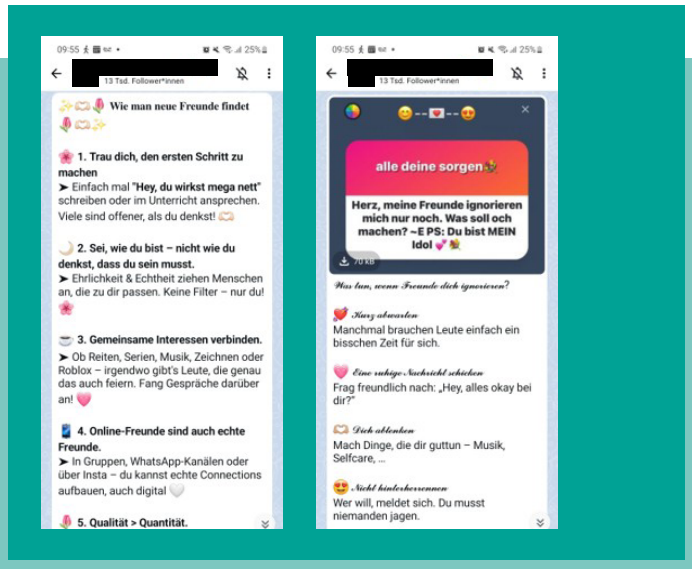


Abb. 12: Beratung WhatsApp (Screenshots)

Die Rolle Jugendlicher als Peer-Beraterinnen und -Berater im Netz kann also sowohl altruistische als auch ego-bezogene Motive haben: Wunsch nach Zugehörigkeit und Anerkennung, das Bedürfnis, eigene Erfahrungen sinnvoll zu nutzen, sowie der reale Bedarf an niedrigschwelliger Hilfe. Während manche Kanäle eher Tipps zu Themen wie Beziehung oder harmlosen Lebensfragen geben, über Fragen, die in Q&A-Sessions eingesammelt wurden, zeigen andere Kanäle schwerwiegendere Themen beispielsweise zu Depression, Suizid oder Selbstverletzung. Hier besteht die Gefahr, dass die Admins Probleme verharmlosen, falsche Ratschläge erteilen und dadurch die Symptome verschlimmern oder die in Anspruchnahme professioneller Hilfe verzögern (siehe auch Seite 45).

**4 Prozent der Kanal-Admins (und 5% der weiblichen Admins) posten entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte (z. B. Selbstmord, Selbstverletzung).**

Die Abstimmungen sowie die Q&A-Sessions bieten den Abonnentinnen und Abonnenten die Möglichkeit, selbstwirksam den Kanal-Content mitzugestalten.

**45 Prozent der Admins nutzen zumindest gelegentlich Q&A Sessions – bei den Kanälen der 10-13-Jährigen ist es mehr als jeder zweite (52%).**

Selbstwirksamkeit ist der Gegenpol zu der Ohnmacht, die Jugendliche angesichts von Corona, Klimawandel, Kriegen und zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung empfinden. Viele erleben diese Krisen als überwältigend und fühlen sich dadurch passiv, hilflos und orientierungslos.

Zudem bieten die Abstimmungen aufgrund der einfachen Interaktion einen niedrigschwelligen Austausch in den Kanälen, was schnelle Resonanz und Spaß an kollektiven Entscheidungen fördert.

Admins eines WhatsApp-Kanals können Fragen an ihre Abonnentinnen und Abonnenten stellen, indem sie die interaktiven Funktionen nutzen. Dabei haben sie folgende Möglichkeiten:

- Fragen stellen in Form eines Textes, Bilds oder Videos. Da WhatsApp-Kanäle keine direkten Antworten der Abonnenten und Abonnentinnen erlauben, nutzen Admins häufig auch verschiedene Antwort-Emojis (z. B. „reagiert mit  für…“, „mit  für…“)
- Fragen können auch direkt via Umfragen (Polls) erstellt werden. Admins können geschlossene Fragen stellen, bei denen Follower zwischen mehreren Antwortmöglichkeiten auswählen.



Abb. 13: Abstimmungen WhatsApp (Screenshots)

Zwar können die Abonnentinnen und Abonnenten auf die Beiträge der Admins nur mit Emojis reagieren. Doch die Jugendlichen haben einen Weg gefunden, diese Einwegkommunikation zu umgehen. So bieten sie die Möglichkeit über externe Plattformen Fragen zu stellen, die sie dann wieder in ihrem Feed beantworten. Die in den Kanälen verlinkten Plattformen lassen sich in zwei Funktionsgruppen einordnen: nicht anonyme Social-Media-Dienste wie Instagram, TikTok oder

Discord und anonyme Q&A-Tools wie Cloudz.fun oder Chumpick, die Jugendlichen ermöglichen, ohne Preisgabe persönlicher Daten Fragen zu stellen oder Feedback zu geben. Beide Kategorien werden genutzt, um mit Admins von WhatsApp-Kanälen oder anderen Influencer-Formaten zu interagieren, unterscheiden sich jedoch in ihrer Offenheit, ihrem Schutzniveau und der Art der sozialen Dynamik.

## IM FOKUS DER VERLINKTEN SEITEN STEHEN ANDERE WHATSAPP-KANÄLE SOWIE CLOUDZ.FUN

**Verlinkte Seiten in den von Jugendlichen betriebenen Kanälen, in %**

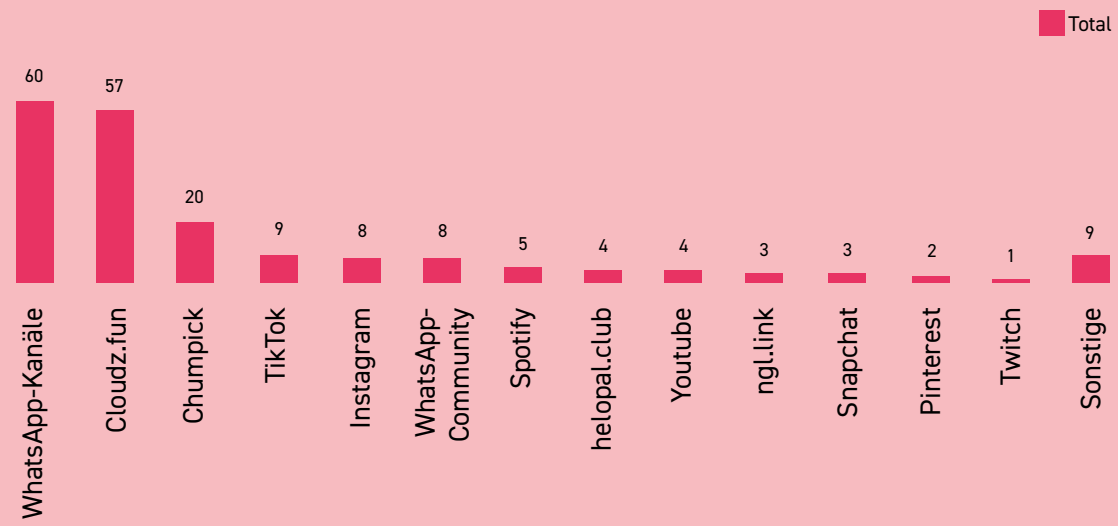



Abb. 14: Verlinkte Seiten in den von Jugendlichen betriebenen Kanälen

Cloudz.fun und Chumpick stehen für anonyme Q&A- und Feedback-Funktionalität: Nutzerinnen und Nutzer können einen Nutzernamen wählen, einen Link erzeugen und über diesen Link anderen erlauben, ihnen anonym Fragen, Meinungen oder Feedback zu senden.

**Mehr als jeder zweite analysierte Kanal (57%) nutzt cloudz.fun, um Q&A Sessions durchzuführen. Ein weiterer Online-Dienst ist Chumpick, der in jedem fünften analysierten Kanal genutzt wurde und auch als anonymes Q&A- bzw. „Fragen & Antworten"-Tool fungiert.**

Durch diese interaktiven Funktionen wird das Engagement der Abonnentinnen und Abonnenten erhöht, gleichzeitig ermöglichen diese Formate eine kontrollierte Selbstpräsentation, bei der die Admins ihr Image in einem scheinbar privaten Kommunikationsraum gezielt gestalten können. Insgesamt dienen Q&As und Abstimmungen auf WhatsApp-Kanälen der intensiven Beziehungspflege, der Steigerung von Aktivität und Aufmerksamkeit sowie der strategischen Stärkung der ökonomischen Reichweite von Inhalten. Abstimmungen schaffen zudem ein Gefühl von Mitbestimmung und exklusiver Zugehörigkeit, da WhatsApp-Kanäle im Vergleich zu öffentlichen Platt-

formen stärker als „Community-Räume“ wahrgenommen werden.

Die Anonymität der Fragen senkt die Hemmschwelle für Themen, die sonst nicht offen angesprochen würden und bietet Jugendlichen ein niedrigschwelliges Ventil für Unsicherheiten oder Beziehungsfragen. Die Fragen werden mit den Antworten direkt wieder in den Feeds der Kanäle repostet. Durch das Teilen dieser Inhalte erzeugen die Admins erhöhte Interaktionen in Form von Likes und Reaktionen, was als unmittelbare soziale Bestätigung wirkt und das Bedürfnis nach Anerkennung stärkt. Gleichzeitig dient die Auswahl und Präsentation der Fragen sowie die Art der Antworten dem Image-Management: Jugendliche können sich humorvoll, beliebt, reflektiert oder begehrt darstellen und so ihr öffentliches Selbstbild gezielt formen. Darüber hinaus fördert das Reposten die Wahrnehmung sozialer Relevanz innerhalb der Peergroup, da eine hohe Anzahl an Fragen und Reaktionen häufig als Indikator für Beliebtheit und Vernetzung gewertet wird.

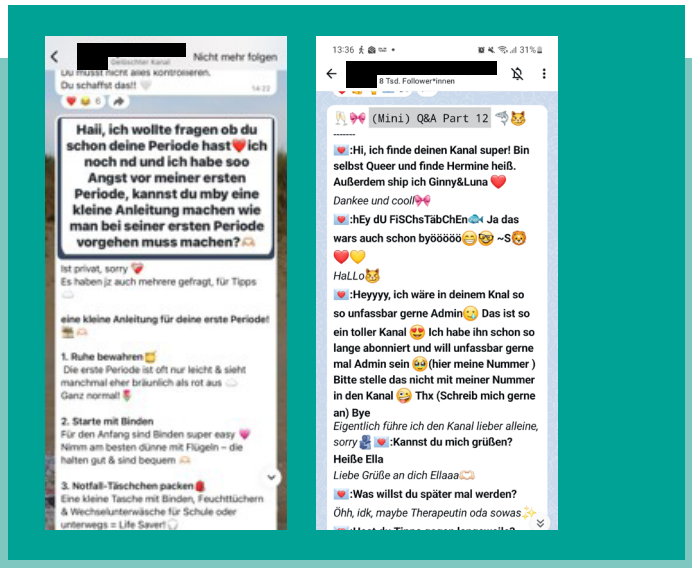


Abb. 15: Q&A-Sessions (Screenshots)

Weitere Kommunikationsmöglichkeiten werden über eine Zweikanal-Kommunikation, wie z. B. über weitere WhatsApp-Communities/-Gruppen angeboten, die im Unterschied zur Einwegkommunikation unmittelbare Rückmeldungen, persönliche Ansprache und interaktive Gespräche ermöglicht.

**13 Prozent der Kanal-Admins posten Telefonnummern oder andere Kontaktmöglichkeiten für einen weiteren nicht anonymen Austausch.**

## 2.2.5 COMMUNITIES – DER DIGITALE BOLZPLATZ

So wie früher das Jugendtreffen auf dem Bolzplatz, erfüllt heute die WhatsApp-Kanalbühne soziale Funktionen und Gruppenstrukturen sowie eine Parallelwelt fernab der Kontrolle von Eltern. Traditionelle Treffpunkte haben an Bedeutung verloren, was auch durch gesellschaftliche Veränderungen verstärkt worden ist: zunehmende schulische Verdichtung und durchstrukturierte Freizeit begrenzen spontane soziale Begegnungen im öffentlichen Raum. Jugendliche weichen auf digitale Orte aus, die flexibel, zeitunabhängig und ortunabhängig funktionieren. Auf Bolzplätzen oder anderen analogen Jugendtreffs bildeten Jugendliche kleinere, überschaubare Gruppen, in denen sie gemeinsam Zeit verbrachten, Erfahrungen austauschten, Regeln aushandelten und ihren Status innerhalb der Gruppe durch Spiel, Humor oder kreative Aktionen festigten. Bolzplätze oder andere Jugendtreffs sind heute von digitalen Kommunikationsräumen teilweise abgelöst worden.

**8 Prozent der Kanal-Admins verlinken auf einen offenen Austausch (mit Anzeige von Profilbild und Telefonnummer) in einer WhatsApp Community.**

WhatsApp-Communities/-Gruppen bieten informelle Gemeinschaft, soziale Vernetzung, Unterstützung und Austausch von Erfahrungen, beinhalten aber auch Negatives wie Mobbing oder Ausgrenzung und bergen für Jugendliche besondere Risiken in Bezug auf Privatsphäre, Manipulation, Belästigung und emotionale Belastung. Communities und Gruppen bieten gefühlt einen abgeschlossenen, „heimischen“ Raum an, in dem vermeintlich Gleichaltrige Inhalte teilen und aufeinander reagieren. Es entstehen auch informelle Hierarchien – etwa durch besonders aktive oder beliebte Admins.

Wie auf einem Bolzplatz kann man beobachten, wer „angesagt“ ist, wer Aufmerksamkeit bekommt, wer die Gruppenregeln definiert und es entstehen sozial geteilte Normen und Insider-Kulturen. Die Jugendlichen bewegen sich in einem von WhatsApp gelernten vertrauten, abgrenzbaren und kontrollierbaren Umfeld, das zugleich Raum für Experimente und Ausdruck individueller Interessen lässt. Insofern sind WhatsApp-Communities eine digitale Fortsetzung der sozialen Mikro-Welten, die früher auf analogen Jugendtreffplätzen existierten, angepasst an die Möglichkeiten der Online-Kommunikation.

> *„Nee, also ich finde, WhatsApp ist sehr sinnvoll, weil man da nicht zur Mutter greifen muss und einfach untereinander etwas schreiben kann.“* - **Johan, 12 Jahre**

Anders als frühere Verabredungen sind soziale Gruppen heute „always-on“ und begleiten den Alltag permanent. Hinzu kommt, dass digitale Räume niedrigschwelliger und weniger riskant erlebt werden als physische Treffpunkte. Jugendliche können ihre Kommunikation regulieren, indem Beiträge reflektiert, vorformuliert oder gelöscht werden. So werden soziale Risiken un-

mittelbarer persönlicher Interaktion, wie beispielsweise Ablehnung, reduziert. Communities bieten somit einen kontrollierbaren Sozialraum, der die Identitätsarbeit erleichtert, weil Peers, Feedback und Anerkennung immer und überall verfügbar sind (Valkenburg, 2011).

Die Schwerpunkte der auf den Kanälen verlinkten WhatsApp-Communities sind dabei ganz unterschiedlich. Von harmlosen Kennenlern-Gesprächen („welche Haarfarbe hast du“), über Quatsch- und Unsinn-Talks bis zu sehr persönlichen und teilweise problematischen Inhalten (Depression) wird mit öffentlich sichtbarem Profilbild und Telefonnummer eine große Bandbreite an Themen diskutiert.

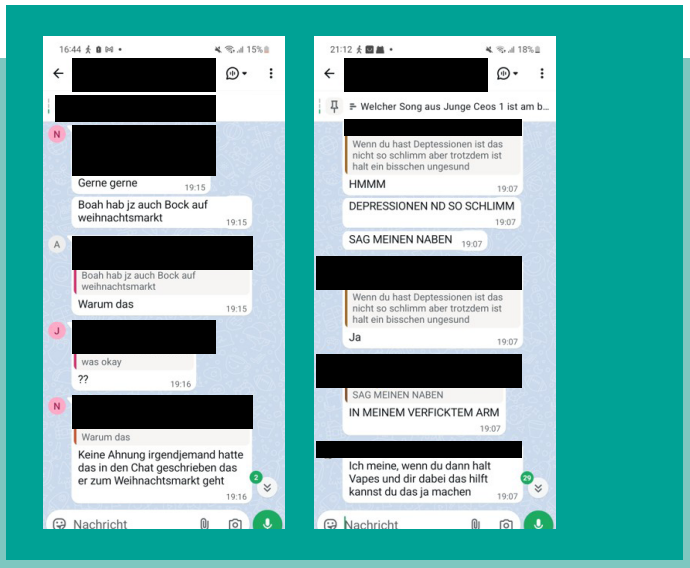


Abb. 16: WhatsApp-Communities/Gruppen (Screenshots)

Auch Beziehungs- und Sexualentwicklungsthemen haben sich ins Digitale verlagert. Jugendliche erleben diese Umgebungen als weniger riskant als Face-to-Face-Interaktionen, auch weil sie dort ihre Selbstpräsentation steuern können. Dadurch entsteht ein niedrigschwelliger Zugang zu emotionaleren Themen und Flirts, da dieser Raum eine scheinbare Intimität fördert.

Besonders für Jugendliche, die im analogen Umfeld nur begrenzte Anschlussmöglichkeiten finden – etwa aufgrund von Schüchternheit oder sexueller Orientierung, eröffnen Communities neue Möglichkeiten, Zugehörigkeit zu erleben und Fragen zu Identität und Sexualität zu klären. Aber auch heikle Themen wie Depression oder Selbstmord werden ohne professionelle Begleitung besprochen.

Während in manchen Communities auf schwerwiegende Probleme gar nicht oder durch Verharmlosungen eingegangen wird („Peer-Invalidierung“), gibt es andere Communities, die gezielt Rat zu persönlichen Herausforderungen anbieten. Das Anbieten von Beratung oder Coaching erfüllt für die Admins dabei mehrere Motive: Zum einen ermöglicht es die Stärkung des Selbstwertgefühls zum anderen dient es der Identitäts- und Rollenentwicklung, indem Jugendliche

neue Rollen als Mentorinnen oder Mentoren oder Expertinnen oder Experten erproben. Schließlich befriedigt das Coaching das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und sozialer Vernetzung, da der Austausch von Erfahrungen und die gegenseitige Unterstützung Vertrauen und Bindung innerhalb der Followerschaft stärken.

## 2.4.6 INSZENIERTER ALLTAG MIT ÜBERRASCHUNGSMOMENTEN

Anders als bei Google, wo man konkret nach Themen sucht, kann man sich bei den WhatsApp-Kanälen stärker überraschen lassen, weil sie ein einfaches, kuratiertes und unmittelbares Content-Format bieten, das sich auch vom typischen Newsfeed sozialer Netzwerke unterscheidet.

Während auf Instagram oder TikTok Algorithmen die Inhalte stark nach vorherigem Verhalten filtern, erhalten Abonnentinnen und Abonnenten eines Kanals direkt alle veröffentlichten Beiträge in chronologischer Reihenfolge, ohne dass Likes, Kommentare oder Trends die Sichtbarkeit beeinflussen.

Digitale Welten insgesamt sind hoch kompetitiv. Da die Abonnentinnen und Abonnenten einerseits auf der Suche nach funktionalen Informationen sind, sich gleichzeitig aber überraschen und inspirieren lassen möchten, müssen sich die Admins ihre Aufmerksamkeit immer wieder neu mit frischem Content sichern, um sichtbar zu bleiben und um nicht als langweilig oder irrelevant zu gelten. Motiv ist die sogenannte „fear of irrelevance“ (Williams, 2009) und die Angst vor dem Verschwinden aus dem sozialen Raum. Bei ausbleibender Kreativität droht die Gefahr, Abonnentinnen und Abonnenten zu verlieren. Aktuelle Bezüge, wie beispielsweise der jahreszeitliche Bezug dienen als Mittel, sichtbar und relevant zu bleiben.

Da die WhatsApp-Kanäle keine Empfehlungsalgorithmen haben, werden weniger Videos mit starkem „Hook“ geteilt, um Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit erzeugen. Um präsent zu bleiben, versorgen die Kanal-Admins ihre Followerschaft weniger mit Sensationen,




Abb. 17: Jahreszeitbezug (Screenshots)

**Admins versorgen ihre Abonnentinnen und Abonnenten kontinuierlich mit neuem Content. 80 Prozent posten täglich Beiträge. 73 Prozent sogar mehrmals täglich.**

**Etwa jeder zweite Kanal (51%), der die Alltagsdokumentation im Fokus hat, ist sehr hochwertig und ästhetisch inszeniert. Nur 29 Prozent zeigen ihren Alltag authentisch und realistisch. Besonders ältere Mädchen inszenieren ihren Alltag sehr ästhetisch und mit hochwertigen Bildern.**

sondern viel mehr mit überraschenden Informationen, die Neues bieten, entweder über aktuelle (jahreszeitliche) Bezüge, über neue spannende Produkte (beispielsweise aus dem Beauty-Segment) und mit anderen aktuellen oder bisher nicht bekannten Informationen.

## 2.4.7 FANTUM - GEMEINSCHAFT ÜBER GLEICHE INTERESSEN ERLEBEN

Besonders Fantum Themen bieten Identifikationsmöglichkeiten durch starke Charaktere oder Idole. Sie ermöglichen emotionale Flucht aus dem Alltag und regen die Kreativität sowie Fantasie an. Die Faszination beruht auf einem Gemeinschaftsgefühl, in dem Fans ihre Leidenschaft teilen und sich mit Gleichgesinnten verbunden fühlen. Durch diese Kombination aus emotionaler Bindung, Selbstexpression und sozialer Vernetzung erfüllen Fantum Themen wie z. B. K-Pop oder Harry Potter zentrale Bedürfnisse Jugendlicher und erklären ihre hohe Anziehungskraft. Diese Kanäle dienen nicht nur der Informationsvermittlung, sondern auch als soziale Plattform für emotionale Nähe, Identitätsbildung und kollektiven Enthusiasmus.

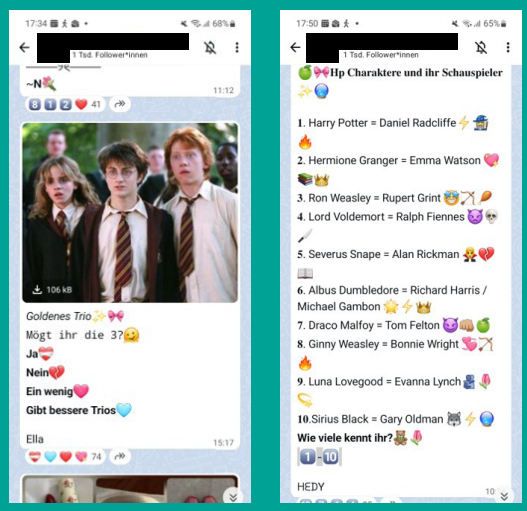


Abb. 18: Fantum (Screenshots)

**Von den untersuchten WhatsApp-Kanälen behandeln 7 Prozent Fantum Themen.**

## 2.4.8 SPEZIALWISSEN IN HÄPPCHEN

Manche WhatsApp-Kanäle bieten „Wissen in Häppchenform“. Es werden kompakte Wissenshappen und Zusammenfassungen bereitgestellt, die es ermöglichen, schnell und einfach Neues zu lernen. So bieten WhatsApp-Kanäle eine „kuratierte Wissensvermittlung“ in kleinen, leicht konsumierbaren Einheiten, die sich gut in den Alltag integrieren lassen.

> *„Der macht so jeden Tag so einen kurzen Fakt, was zum Beispiel der Mensch gut kann oder zum Beispiel weiß ich nicht, dass zum Beispiel ein Krokodil so schnell läuft oder so.“* - **Emma, 12 Jahre**

Dieser Trend passt zum wachsenden Bedürfnis nach Microlearning, das sich in der Popularität kurzer, prägnanter Informationsformate zeigt, die wenig Zeit beanspruchen und dennoch relevant und aktuell sind (z. B. die App Blinkist). Wie wichtig das Thema ist, zeigt ein Kanal einer Schülerin, die Lerntipps, Lernzettel und Erklärungen postet und über 50.000 Follower und Followerinnen hat.

Die Admins, die dieses Wissen in den unterschiedlichsten Kategorien von Beauty über Tiere bis hin zu Gaming teilen, können dadurch ihre Identität markieren und Kompetenz zeigen. Die Jugendphase ist durch intensive Identitätsarbeit (Erikson, 1968) geprägt, wobei die Selbstpräsentation eine zentrale Rolle spielt. WhatsApp-Kanäle dienen Jugendliche dabei auch als digitale Bühne, auf der sie ihre Interessen, Fähigkeiten und Zugehörigkeiten sichtbar machen können. Das Teilen von speziellem Wissen fungiert dabei als Identitätsmarker: Jugendliche zeigen, „wer sie sind“, und grenzen sich von anderen ab. Diese Form der Selbstpositionierung entspricht dem Bedürfnis, eine einzigartige Identität auszubilden. Das Teilen von Wissen verknüpft dabei persönliche Leidenschaft mit Relevanz in der Peergroup und kann somit sinnstiftend wirken.

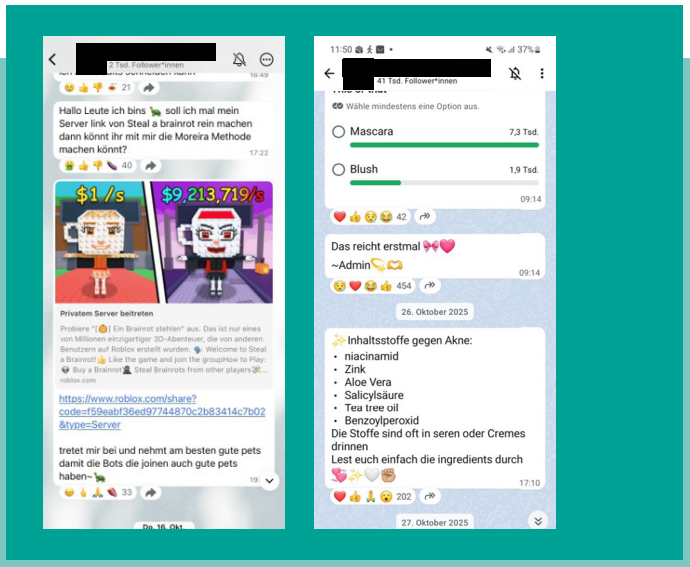


Abb.19: Wissensvermittlung (Screenshots)

Neben Identität spielt die soziale Anerkennung eine zentrale Rolle. Das Teilen von Fachwissen ermöglicht Jugendlichen, eine Expertenrolle einzunehmen, die wiederum soziale Wertschätzung generiert. Wenn Jugendliche Wissen vermitteln und dafür Likes, Kommentare oder Nachfragen erhalten, erfahren sie positive Rückmeldungen zu ihrer Wirksamkeit, was den Selbstwert steigert. Außerdem finden Jugendliche durch das Teilen von Special-Interest-Inhalten Gleichgesinnte und gerade das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ist für die Jugendlichen von zentraler Bedeutung (Baumeister & Leary, 1995). Dies zeigt sich besonders in den Turnvideos der jungen Mädchen.

**22 Prozent der Mädchen und 22 Prozent der 10-13-Jährigen zeigen sich beim Turnen (Video, Bilder)**

**WhatsApp-Kanäle: Zwischen digitalem Tagebuch und Online-Bolzplatz.**

Der Alltag wird zum Performanceraum, in dem man Leistung (Körperbeherrschung, Beweglichkeit, Fortschritt) sichtbar machen kann. In der Entwicklungspsychologie gilt gerade der sichtbare Erwerb körperlicher Fähigkeiten als ein wichtiges Selbstwirksamkeitserlebnis (Bandura, 1997).

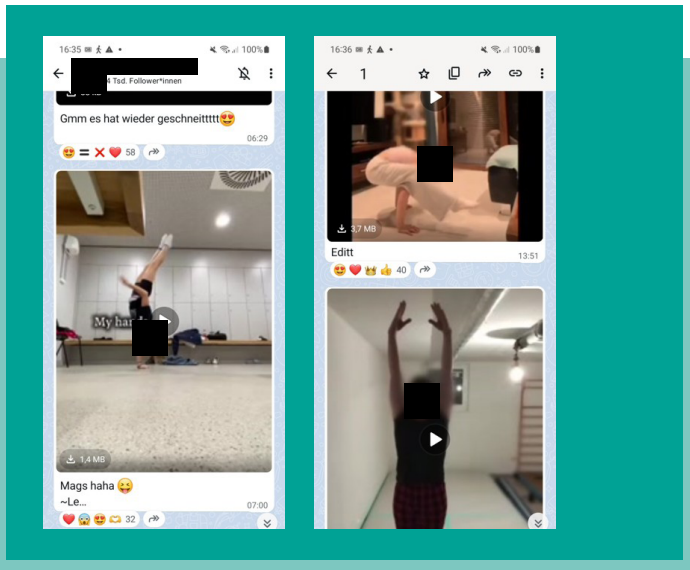



Abb. 20: Turnen (Screenshots)

Das Teilen von Turnvideos und Bildern, um eigene Kompetenzen zu zeigen, ist Ausdruck des Bedürfnisses nach Anerkennung. Diese Inszenierung dient über das soziale Feedback in Form von Likes zur Stärkung des Selbstwertgefühls. Durch die mediale Selbstinszenierung dieses Hobbies wird ein Gefühl von Kontrolle hergestellt, indem Jugendliche eine idealisierte Version ihrer selbst präsentieren. Diese digitale Selbstgestaltung dient als Anker in einer gefühlt komplexen und unsicheren Welt, birgt aber auch Gefahren, weil dabei private Informationen preisgegeben werden können, die Bilder missbraucht werden können und Kinder und Jugendliche die Kontrolle über deren Verbreitung verlieren (siehe auch Kapitel 3.5.3 Sensible oder problematische Inhalte, Seite 45).

# 2.5 DIE JAGD NACH ABONNENTINNEN UND ABONNENTEN

Schon auf der Kanal-Info-Seite der Admins werden Aboziele kommuniziert, also die Anzahl der Abonnentinnen und Abonnenten, die die Admins mit ihren WhatsApp-Kanälen erreichen möchten.

**43 Prozent der Kanal-Admins nennen Aboziele auf ihrer Kanal-Info-Seite.**

Die Inhaltsanalyse zeigt einen starken Drang der jugendlichen Admins, immer mehr Abonnentinnen und Abonnenten für ihre WhatsApp-Kanäle zu gewinnen. Freundinnen und Freunde pushen gegenseitig ihre Kanäle, immer wieder werden Rekordziele ausgerufen.

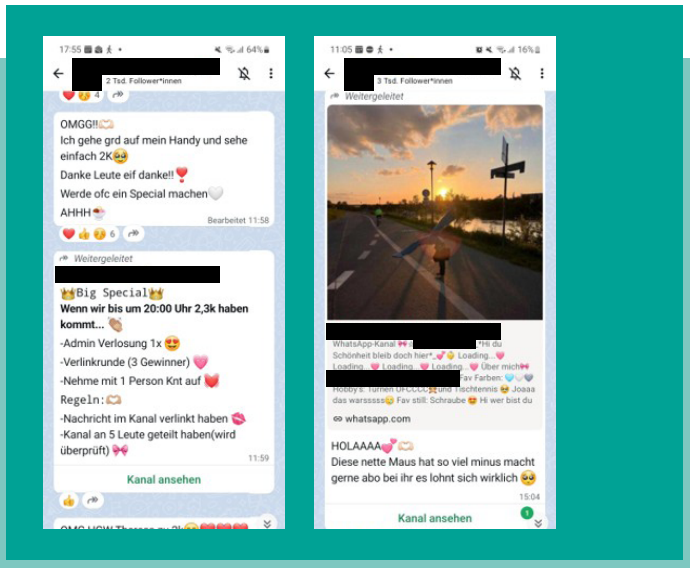



Abb. 21: Abo-Jagd (Screenshots)

WhatsApp-Kanäle verlinken aus diesen Gründen häufig auf andere (eigene oder befreundete) Kanäle, weil dies ein zentrales Mittel zur Reichweitensteigerung und Netzwerkbildung darstellt.

**60 Prozent der WhatsApp-Kanäle verlinken auf weitere WhatsApp-Kanäle.**

Durch diese Cross-Promotions können die jugendlichen Admins ihre Abonnentinnen und Abonnentenzahlen erhöhen und damit sozialen Status, Sichtbarkeit und Einfluss innerhalb ihrer digitalen Peer Groups ausbauen. Das Verlinken dient außerdem der Bildung thematischer Cluster: Nutzerinnen und Nutzer werden gezielt in verwandte Themenräume weitergeleitet, wo sie in ein größeres, lose verbundenes Kanalnetzwerk eingebunden werden. Diese wechselseitige Promotion ermöglicht Admins informelle Kooperationen, die wie ein Ökosystem aus Micro-Influencer-Strukturen funktionieren („Influencerinnen und Influencer Spiel im Kleinen“). Gleichzeitig entsteht für Jugendliche ein psychologischer Anreiz: Steigende Followerzahlen und neue Kanalbeziehungen erzeugen soziale Bestätigung und Belohnungseffekte, die die Motivation zum weiteren Wachstum verstärken. Insgesamt fungieren Kanalverlinkungen somit als Werkzeug, um Reichweite, Aufmerksamkeit und Status innerhalb der WhatsApp-Kanalwelt zu maximieren.

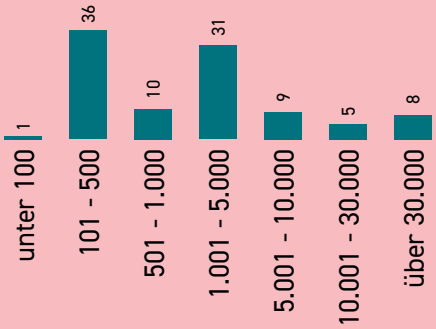
Diese Jagd nach Abonnentinnen und Abonnenten lässt sich durch eine Kombination entwicklungspsychologischer und sozialer Faktoren erklären. In der Adoleszenz spielt soziale Anerkennung eine zentrale Rolle, weshalb Reichweitenzahlen als leicht messbare Indikatoren für Beliebtheit und Status fungieren. Jede neue Abonnentenzahl wirkt wie eine Form sozialer Bestä-

tigung und aktiviert Belohnungsmechanismen, die kurzfristig Selbstwert und Zugehörigkeitsgefühl steigern. Zudem orientieren sich Jugendliche stark an Peers und an digitalen Vorbildern wie Influencerinnen und Influencer, deren Erfolg anhand von Abonnentinnen und Abonnentenzahlen wahrgenommen wird. Dies führt dazu, dass Reichweite als Maßstab für Relevanz, Kompetenz und Attraktivität interpretiert wird. Gleichzeitig erlaubt die technische Struktur von WhatsApp-Kanälen – insbesondere die einfache Weiterleitung von Beiträgen und die Sichtbarkeit großer Reichweiten – eine spielerische, fast wettkampfartige Dynamik, in der „Rekorde" zum sozialen Leistungsindikator werden.

Für die Followerschaft spielt die Abonnentenzahl zudem die Rolle eines Qualitätsmerkmals. Abonnentinnen und Abonnenten empfinden Kanäle mit vielen Followern oft als sicherer, weil ihnen die hohe Reichweite signalisiert, dass viele andere Menschen diesen Inhalten vertrauen. Dieser sogenannte soziale Beweis vermittelt das Gefühl, dass ein Kanal „geprüft" und akzeptiert ist. Große Kanäle wirken zudem professioneller und vertrauter, was Sicherheit erzeugt, während unbekannte Accounts eher als riskant wahrgenommen werden. Dabei wird häufig übersehen, dass auch sehr populäre Kanäle problematische oder manipulative Inhalte verbreiten können.

## MEHR ALS JEDER ZEHNTE VON JUGENDLICHEN BETRIEBENE KANAL HAT ÜBER 10.000 ABONNENTINNEN UND ABONNENTEN

**Followerschaft Total, in %**




**Mehr als 10.000 Abonnentinnen und Abonnenten, in %**

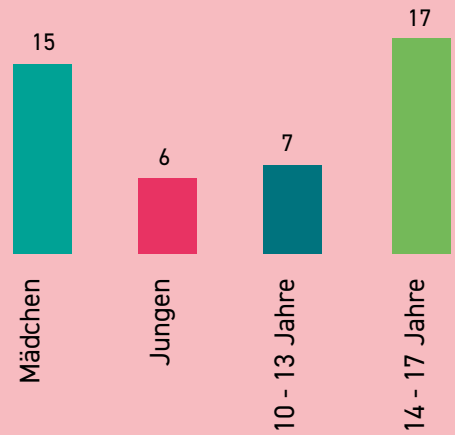



Abb. 22: Die Jagd nach Abonnentinnen und Abonnenten

Die Auswertung der Abonnentinnen- und Abonnentenzahlen zeigt, dass der Kreis der Abonnentinnen und Abonnenten der von Jugendlichen betriebenen Kanäle weit über die Freundschaftsclique hinausgeht. Nur 1 Prozent der analysierten WhatsApp-Kanäle hat eine Followerschaft von unter 100 Abonnentinnen und Abonnenten. Mehr als jeder dritte Kanal hat zwar noch eine relativ überschaubare Größe von 100-500 Abonnentinnen und Abonnenten. Die Mehrheit der Kanäle postet jedoch an eine Followerschaft von mehr als 500 Abonnentinnen und Abonnenten (63%).

Spitzenreiter sind drei von Mädchen betriebene Kanäle. Den ersten Platz belegt mit ca. 49.000 Abonnentinnen und Abonnenten ein Mädchen (ohne Altersangabe), das regelmäßig Bilder (Kleidung, Beauty) zum Thema Clean Girls postet. „Clean Girl" ist eine Social-Media-Ästhetik, die seit ein paar Jahren vor allem auf Plattformen wie TikTok oder Instagram verbreitet ist. Merkmale sind dezentes bis minimalistisches Make-up, makellose Haut, geflochtene oder glatt („sleek") zurückgekämmte Haare, neutrale Farben und ein Lifestyle-Look, der „organisiert, sauber und stilvoll" aussehen soll. Der Look wird oft gefeiert als „natürlich, zurückhaltend, elegant", als Gegenentwurf zu auffälligem Make-up oder glamourösen Looks (nau.ch, 2022). Auch wenn der Trend teilweise die Kritik hervorruft, er kommuniziere ein elitäres Beauty-Ideal und hätte rassistische, klassistische und fatphobe Untertöne (BR.de, 2024), konnten in der Inhaltsanalyse dieses Kanals keine Gefahren in Bezug auf sensible, persönliche Inhalte oder weitere Kontaktmöglichkeiten identifiziert werden.

Auf Platz zwei der meisten Abonnentinnen und Abonnenten (48.000) liegt ein Kanal, der Tipps und Anleitungen zum Zeichnen und Basteln enthält. Zwischen den Zeichen und Bastelanleitungen verbergen sich vereinzelt Turnvideos, die jedoch nicht mehr alle abrufbar sind. Auffällig ist hier jedoch, dass immer wieder Aufrufe zum Teilen bzw. Abonnieren gepostet werden: „Wenn wir bis morgen 19 Uhr die 49.220 wieder haben, bekommt ihr sogar eine (Anleitung für eine gebastelte) Handyhülle" oder „kleine Challenge an euch: Wenn wir bis morgen 19 Uhr 52,7k haben, gibt's morgen Face Reveal, also teilt den Kanal".

Den dritten Platz (38.000 Abonnentinnen und Abonnenten) belegt ein sehr junges Mädchen (12 Jahre), das über Real-Life und Tiere postet, aber auch viele – teilweise unzensierte – Bilder und Videos von sich zeigt.

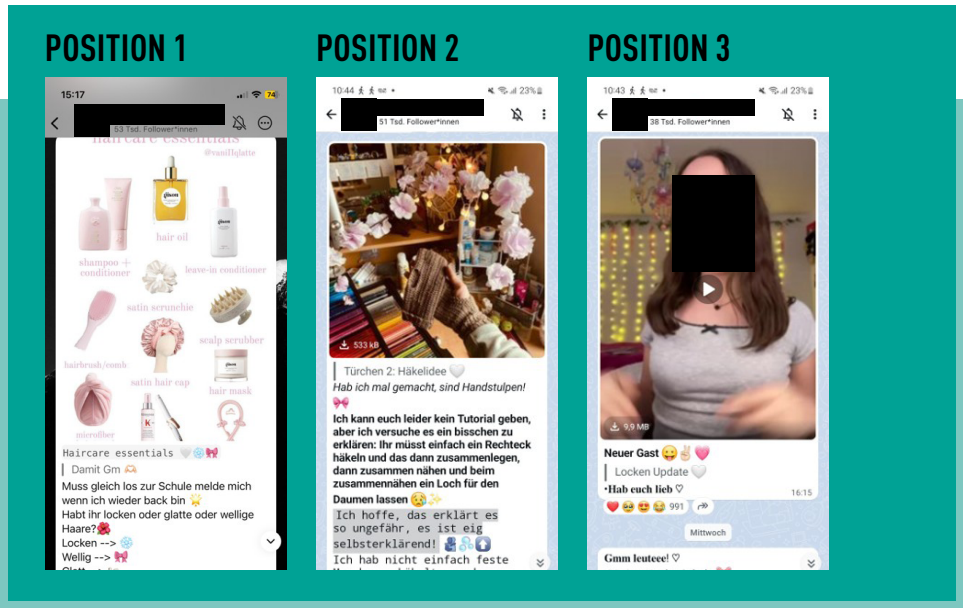



Abb. 23: Top 3 Kanäle nach Abo-Zahlen

# 3. GEFAHRENPOTENTIALE DER NUTZUNG VON WHATSAPP-KANÄLEN

Die Jugendlichen in den Interviews zeigen in Bezug auf ihre WhatsApp-Kanalnutzung häufig eine hohe Naivität, die auf mehreren Faktoren beruht. Zum einen verfügen sie über begrenzte Erfahrung und Urteilsfähigkeit, was die Einschätzung von Risiken wie Datenmissbrauch, Cybermobbing oder manipulativen Inhalten erschwert. Zum anderen handeln Jugendliche stärker impulsiv, suchen intensive soziale Bestätigung und neigen dazu, kurzfristige Belohnungen über langfristige Risiken zu stellen. Ein weiterer Grund liegt in der Abstrahlung der privaten und intimen WhatsApp Anmutung auf die Kanäle. WhatsApp ist gelernt als vertrauter und sicherer Raum. WhatsApp gilt durch seine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung als vertrauenswürdig und private Chats werden als geschützt angesehen. Diese Anmutung scheint sich auch auf die WhatsApp-Kanäle zu übertragen.

> *„Also vor allen Dingen, dass WhatsApp halt nur für Freunde ist. Also nur Leute, wo man wirklich auch die Nummer bekommt. Und ich finde, das ist so das Persönliche, weil bei TikTok oder Insta, da wird ja einem immer mal was angezeigt von Leuten, die man nicht kennt ... aber ist mir bei WhatsApp noch nie passiert, dass mich irgendeine Nummer angeschrieben hat, wo ich wirklich die Person nie kannte oder so.“*
> - **Millie, 16 Jahre**

Zudem sind WhatsApp-Kanäle Kommunikationsformate, bei denen Nutzerinnen und Nutzer Beiträge nur lesen und mit Emojis reagieren können, was den Eindruck einer kontrollierten und geschützten Umgebung verstärken kann. WhatsApp wird von Jugendlichen als sicherer und kontrollierbarer wahrgenommen als andere soziale Medien wie TikTok, Snapchat oder Instagram. Zudem wird die Nutzung subjektiv als begrenzter empfunden – Kontakte müssen bewusst hinzugefügt und Kanäle gezielt abonniert werden. Die zwölf interviewten Jugendlichen hatten bisher – anders als bei ihrer Erfahrung mit anderen Social Media Plattformen – keinen Kontakt mit unangemessenen Inhalten bei den genutzten WhatsApp-Kanälen.

> *„Bei WhatsApp kann man eigentlich alles machen, also da wird nichts Schlimmes oder so passieren glaube ich. Also ich glaube da gibt es keine schlimmen Kanäle, hatte ich jetzt noch keine Erfahrung damit. Einmal habe ich auf Tiktok etwas gesehen, das war eher nicht so Kinderbereich. Das hatte etwas mit Sex zu tun. Also ich bin darauf erstmal gar nicht klargekommen, wieso das genau auf der Seite passiert und ja also ich war geschockt.“* - **Johann, 12 Jahre**

Auf Social-Media-Plattformen wurde teils verstörender Content wahrgenommen. In den qualitativen Gesprächen berichteten die Teilnehmenden über Erfahrungen mit unangemessenen oder sexualisierten Inhalten auf Plattformen wie TikTok oder Instagram. Die Jugendlichen waren

durchaus in der Lage, solche Inhalte - unabhängig vom Alter - als nicht altersgerecht oder „schockierend“ (O-Ton) zu erkennen, meldeten diese jedoch selten und bevorzugten es, einfach weiter zu scrollen.

> *„Ja, also da waren Themen. Wo mich sehr belastet haben und das hat halt so weit geführt, dass ich nicht mehr so viel Hunger hatte und so. Ich weiß über den Krieg inzwischen, dass die Lage sehr angespannt ist und dass es vielleicht auch sein könnte, dass es halt passiert und ich hatte so Angst davor, dass es wirklich passiert und Social Media pusht sehr hoch, da sind viele Fake News dabei und manchmal kann man es nicht unterscheiden, was jetzt echt ist und was nicht. Und ja, das hat mich schon sehr belastet. Jetzt nutze ich TikTok nicht mehr.“* - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

Die fehlende negative Erfahrung mit WhatsApp führt dazu, dass Jugendliche auch in den Kanälen oft naiv agieren und Risiken unterschätzen. Sie gehen fälschlicherweise davon aus, dass sie in WhatsApp-Kanal-Umgebungen sicher sind, da keine passive, algorithmisch gesteuerte Content-Distribution erfolgt, keine Kommentarfunktion verfügbar ist oder ihre Telefonnummer nicht öffentlich sichtbar ist. WhatsApp-Kanäle werden in den Augen der Jugendlichen daher tendenziell sicherer erlebt als andere Social Media Plattformen, die algorithmisch gesteuert sind. TikTok setzt zum Beispiel auf einen personalisierten, oft unvorhersehbaren Content-Feed, der Videos mit potenziell verstörenden oder unangemessenen Inhalten enthalten kann. Dieses „Endlos-Scrollen“ und die algorithmische Verbreitung solcher Inhalte erhöhen das Risiko, dass Jugendliche mit schädlichen Inhalten konfrontiert werden.

WhatsApp-Kanäle bieten keine automatische Verbreitung von Inhalten, wodurch diese Inhalte überschaubarer und weniger überraschend sind. Durch den geschlossenen Charakter der Kanäle und die fehlende algorithmische Push-Funktion machen die jungen Nutzerinnen und Nutzer weniger negative Erfahrungen und erleben die WhatsApp-Kanäle als weniger risikobehaftet. Dieses Gefühl von Sicherheit erweist sich jedoch als trügerisch: Die Begrenzung von sichtbaren Kontakten oder Interaktionsformen mindert Risiken nur oberflächlich. In WhatsApp-Kanälen bleiben zahlreiche potenzielle Gefahren verborgen, sodass Jugendliche dazu verleitet werden können, das tatsächliche Risiko zu unterschätzen.

> *„WhatsApp ist sicherer als TikTok. Es gibt diese Kommentarfunktion nicht und dadurch kann man auch gut Mobbing verhindern oder sowas wie Hate Kommentare. Na klar gibt‘s die Emojis oder Daumen runter Emojis. Aber ich finde WhatsApp sicherer, wenn man sieht, wer einem folgt. Na klar, bei TikTok sieht man das auch, aber wenn es ein privates Konto ist, dann sieht man nicht, wer einem folgt und man kann es in WhatsApp besser filtern als auf TikTok.“* - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

In den Interviews zeigen sich einige Jugendliche aber auch relativ abgeklärt und zeigen – zumindest nach außen – eher desillusionierte bis gleichgültige Reaktionen.

> *„Ein älterer Mann, denke ich mal, war das, der hat unter meinem Video kommentiert, das habe ich aber auch gelöscht und hab den dann blockiert. Der hat mit Herzaugen kommentiert und dass er gerne mehr von meinem Content sehen würde und auf seinem Profil habe ich halt gesehen, dass es so ein älterer Mann war. Ich finde das irgendwie merkwürdig, wenn das halt ein älterer Mann ist und der schreibt mir so mit roten Herzen in meinen Kommentaren. Also wenn es ein süßer Opa ist ... , aber ich weiß es halt nicht, ob es nur so ein süßer Opa ist, da bin ich mir unsicher."*
> - **Maxime, 12 Jahre**

Diese negativen und teilweise verstörenden Erfahrungen auf Social Media Plattformen wurden in den durchgeführten Interviews mit den Abonnentinnen und Abonnenten von WhatsApp-Kanälen nicht gemacht. WhatsApp wird im Gegenteil eher als sehr vertrauter und sicherer Rahmen erlebt. Dieses vertraute und als sicher erlebte Umfeld scheint sich auch auf die Eltern zu übertragen, die die WhatsApp Nutzung ihrer Kinder wenig reglementieren.

> *„Also sie kontrollieren es jetzt nicht, sie bekommen halt schon sowas mit, wenn ich was erzähle oder so. Leute auf WhatsApp oder von meinem Sportverein und sowas gucken die dann manchmal mit, einfach weil ich denen dann auch Fragen dazu stelle, dann sehen die das, aber es wäre jetzt nicht so, dass meine Eltern das kontrollieren würden oder so."* - **Millie, 16 Jahre**

## 3.1 VERIFIZIERUNG UND WAHRNEHMUNG VON SICHERHEIT IN WHATSAPP-KANÄLEN

Ein wiederkehrendes Merkmal bei der Nutzung von WhatsApp-Kanälen ist der naive Umgang mit der Auswahl und Überprüfung der Kanäle. Die Legitimität von Kanälen und die Authentizität der Inhalte werden kaum hinterfragt. Häufig wird angenommen, dass ein Kanal mit vielen Abonnentinnen und Abonnenten automatisch vertrauenswürdig ist. Einige Teilnehmende nannten die blauen Haken, die das Gefühl der Sicherheit für die Jugendliche verstärken. Dieser wird bei WhatsApp-Kanälen als Garant für die Sicherheit, inhaltliche Qualität oder Jugendschutz wahrgenommen. Dabei signalisiert dieser lediglich, dass ein Kanal offiziell verifiziert und somit authentisch ist. Dennoch können auch verifizierte Kanäle problematische Inhalte verbreiten, etwa zu Gewalt, Drogen oder selbstverletzendem Verhalten.

Die Naivität der Jugendlichen zeigt sich auch im vermeintlichen Erkennen von Fake-Accounts. Die befragten Jugendlichen glauben, Fake Accounts an der Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten, am Logo oder am blauen Haken zu erkennen.

> *„Oft haben die sehr viele Follower, manchmal haben die aber auch gar nicht so viele Follower, also nur so um die 50.000 oder sowas und meistens sagt der blaue Haken ja auch, dass das so seriös ist.“* - **Josephine, 14 Jahre**

Andererseits scheinen Fake Accounts nichts Negatives darzustellen, solange diese zur Unterhaltung dienen oder Informationen bereitstellen, die relevant für die Jugendlichen sind.

> *„Ja, also selbst wenn es ein Fake Kanal ist und der postet alles, was mich interessiert. Also so die neuesten Trends von dort und dort, das stört mich ja nicht, dass es nicht der echte Rossmann Kanal ist. Aber solange da halt nicht so was Komisches gepostet wird. Wenn ich merke, in zwei Wochen posten die ganz komische Sachen, die irgendwie nicht so seriös sind ... dann kann ich denen ja auch einfach wieder entfolgen.“* - **Josephine, 14 Jahre**

## 3.2 REICHWEITE UM JEDEN PREIS: DIE ABONNENTINNEN UND ABONNENTEN-JAGD ALS RISKANTE PRAXIS

Die Anzahl der Abonnentinnen und Abonnenten spielt eine besonders große Rolle für die Jugendlichen, was aus mehreren Gründen gefährlich sein kann. In einer Entwicklungsphase, in der Identität, Selbstwert und soziale Zugehörigkeit besonders sensibel sind, wird die Anzahl von Followern oder Likes schnell zu einem Maßstab für Anerkennung. Dadurch kann sich das Selbstwertgefühl einseitig an äußerer Bestätigung orientieren, was Jugendliche anfällig für Unsicherheit, Selbstzweifel und Abhängigkeit von sozialem Feedback macht. Gleichzeitig entsteht ein starker Vergleichsdruck, da Jugendliche sich permanent mit idealisierten oder inszenierten Darstellungen anderer – auch professionellen Influencerinnen und Influencern – messen. Um mehr Aufmerksamkeit zu bekommen, greifen manche zu riskanten Verhaltensweisen, wie die Durchführung gefährlicher Challenges oder sexualisierte Selbstdarstellung. Schließlich führt der Druck, sich möglichst attraktiv zu präsentieren, zu Identitätsverzerrungen und der Gefahr, sich selbst als „Marke“ zu begreifen, statt einen authentischen Ausdruck der eigenen Persönlichkeit zu entwickeln.

Diese Jagd nach Abonnentinnen und Abonnenten bietet Gefährdungspotential und fördert Angebote zum Kauf von Abonnentinnen und Abonnenten (siehe Abbildung 24), die genau diese Bedürfnisse fokussieren. Gekaufte Followerinnen und Follower sind meist Bots oder Fake-Accounts, die keinerlei echte Interaktion zeigen und häufig mit dubiosen Netzwerken verknüpft sind. Dadurch geraten Jugendliche unbewusst in Kontakt mit automatisierten Systemen, die Spam, Manipulation oder schädliche Links verbreiten können. Zudem verzerrt der Kauf von Abos das Verständnis für authentische Reichweite und Erfolg: Jugendliche entwickeln unrealistische Erwartungen an ihre eigene Sichtbarkeit und messen ihren Wert an künstlich erzeugten Zahlen. Dies kann psychischen Druck, Abhängigkeit von digitalen Bestätigungsmechanismen und riskantes Online-Verhalten verstärken. Gleichzeitig erhöht eine künstlich vergrößerte Reichweite die Aufmerksamkeit externer Akteure.

Schon für 23,57 Euro Taschengeld lassen sich 1.000 Abonnentinnen und Abonnenten kaufen. Aus der Inhaltsanalyse und den qualitativen Interviews lassen sich die Bekanntheit und die Nutzung solcher Angebote nicht ableiten, wir möchten aber auf diese Angebote hinweisen, da die Inhaltsanalyse die große Relevanz der Abonnentinnen und Abonnentenzahl für die jugendlichen Admins aufzeigt. Es ist daher mit der wachsenden Bekanntheit auch mit einem Wachstum solcher Abo-Push-Angebote zu rechnen.

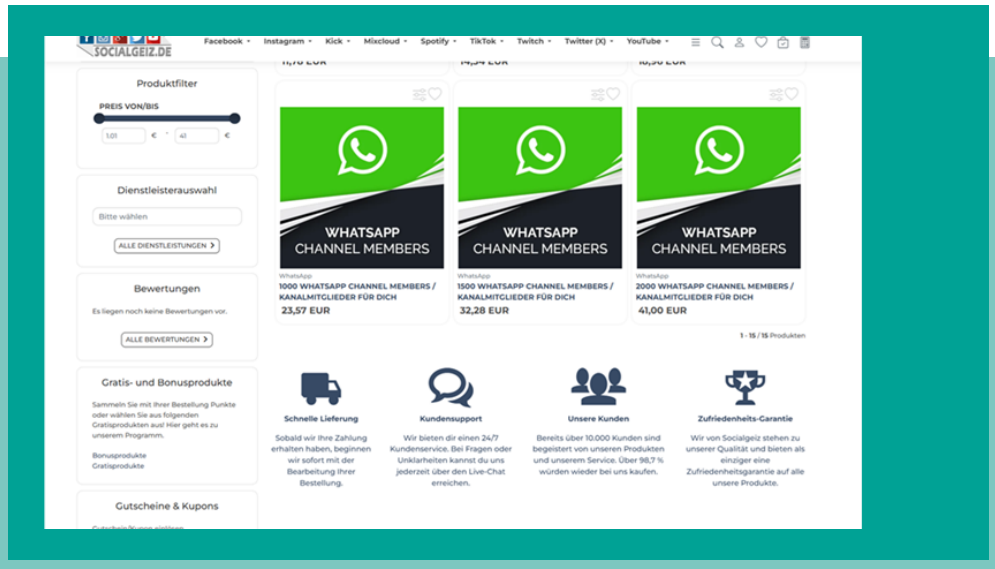


Abb. 24: Kauf von Kanalmitgliedern (Abonnentinnen und Abonnenten)

Wenn Kinder und Jugendliche privat eigene Kanäle erstellen, kann die Anzahl der Abonnentinnen und Abonnenten auch ohne Kauf von solchen potenziell schnell ohne bewusste Kontrolle wachsen – da Selbstdarstellung und Ausbau der Reichweite einige der Grundideen hinter der Erstellung von WhatsApp-Kanälen sind. Die Inhaltsanalyse deckt auf, dass mehr als jeder zweite Kanal (53%) mehr als 1.000 Abonnentinnen und Abonnenten aufweist. Was anfangs nur für Freundinnen und Freunde und Schulkameradinnen und -kameraden gedacht ist, kann daher schnell unübersichtlich werden. Je größer diese privaten Kanäle werden, desto schwieriger wird es, die Kontrolle über seine Abonnentinnen und Abonnenten zu behalten.

# 3.3 PERSÖNLICHE INFORMATIONEN UND PRIVATSPHÄRE

Es scheint, dass die jugendlichen Admins die Plattformmechanismen und Risiken nur begrenzt überblicken und die Kanäle durch die vertraute Anmutung von WhatsApp (siehe auch 2.3 Positionierung WhatsApp-Kanäle, Seite 18 ff.) als sicheren Kommunikationsraum wahrnehmen. Die Interviews zeigen, dass WhatsApp für viele Jugendliche ein alltägliches, privates Medium darstellt, das sie primär mit persönlichen Chats, geschlossenen Gruppen und kontrollierter Kommunikation verbinden. Diese Vertrautheit und die scheinbare Intimität übertragen sich auf die WhatsApp-Kanäle, obwohl diese technisch und strukturell etwas völlig anderes darstellen: Sie sind öffentliche, einseitige Formate, die sich eher wie Social-Media-Feeds verhalten als wie private Chats. Die Wahrnehmung wird jedoch durch das vertraute Interface, das bekannte Design und die Nutzung im gleichen App-Kontext stark verzerrt.

> *„Da kann nichts passieren. Ich meine, wir posten nichts von unseren Gesichtern, sondern nur von der Umgebung. Ja, und wir wissen halt, wer drin ist."*
> - **Lea-Sophie, 13 Jahre**

Dadurch unterschätzen junge Admins wesentliche Gefahren – etwa die Reichweite ihrer Inhalte, die potenzielle Sichtbarkeit für Unbekannte oder die Risiken von externen Links und Interaktionsformaten. Hinzu kommt, dass Jugendliche oft begrenzte medienrechtliche Kenntnisse und wenig Erfahrung im Community-Management haben, aber gleichzeitig starke soziale Bedürfnisse nach Aufmerksamkeit, Anerkennung und Status. Diese Kombination führt dazu, dass sie die Kanäle als harmlose Spielwiese begreifen und Risiken nicht erkennen oder unterschätzen.

Besonders das Teilen sensibler Informationen stellt für Jugendliche ein erhebliches Risiko dar. Die Inhaltsanalyse zeigt, dass Jugendliche häufig mehr über sich preisgeben, als ihnen bewusst ist. Dies betrifft nicht nur persönliche Daten, sondern auch intime Emotionen, Fotos, Gewohnheiten und soziale Beziehungen. Die folgenden zentralen Gefährdungsbereiche verdeutlichen, welche Formen sensibler Informationen Jugendliche teilen und welche Risiken daraus entstehen.

### Visuelle Inhalte: Risiko von Missbrauch, Weiterverbreitung und sexualisierter Gewalt

Häufig demonstrieren Mädchen leicht bekleidet Turn- oder Tanzeinlagen und präsentieren diese in Bewegung und teilweise auch in körperbetonten Posen. Die Anzahl der sexualisierten Emojis[3] wie beispielsweise 🍆, 🍑 oder 💦, auch bei harmlosen Bildern zeigt das hohe Gefährdungspotential. Pädophile suchen gezielt nach solchen Inhalten, um diese für sexuelle Zwecke zu nutzen. Diese Dynamik macht die vermeintlich harmlosen Turnvideos zu einem Risiko im Kontext sexueller Ausbeutung und Missbrauchsgefahr im Internet. Fotos und Videos – insbesondere

3) In der digitalen Kommunikation werden bestimmte Emojis häufig sexualisiert verwendet, das heißt, sie erhalten über ihre ursprünglich neutrale Bedeutung hinaus eine sexuelle Konnotation, die kulturell und kontextuell geprägt ist. Ein Beispiel ist das Auberginen-Emoji (🍆), das als symbolische Darstellung des männlichen Genitals interpretiert wird. Ähnlich wird das Pfirsich-Emoji (🍑) häufig als Anspielung auf das menschliche Gesäß verstanden. Das Schweiß-Emoji (💦) wird in sexualisierten Kontexten oft zur Andeutung von sexueller Erregung oder Körperflüssigkeiten verwendet.

Selfies, Alltagsbilder oder leicht bekleidete Aufnahmen – können schnell in falsche Hände geraten. Jugendliche unterschätzen häufig, wie leicht visuelle Inhalte gespeichert, manipuliert oder weitergeleitet werden können. Dies kann zu Cybermobbing, Rufschädigung oder im schlimmsten Fall zu sexualisierter Gewalt wie „Sextortion“ führen – eine Form von Erpressung, bei der Täter intime Bilder, Videos oder persönliche Daten einer Person nutzen oder deren Veröffentlichung androhen, um Geld, weitere sexuelle Inhalte oder bestimmte Handlungen zu erzwingen. Der Kontrollverlust über Bildmaterial ist eine der gravierendsten digitalen Gefahren für junge Menschen.

Auch wenn 16 Prozent der Admins ihre Gesichter in den Bildern und 16 Prozent der Admins ihre Videos zensiert haben (vs. unzensiert:  30% der Bilder und 34% der Videos), sind die Körper trotzdem zu sehen.

**Jeder dritte Kanal (33%) zeigt Bild- oder Videomaterial von Körpern.**

Ob es der Handstand vor dem Spiegel ist, das Springen auf dem Trampolin oder die Tanzszene mit Freundinnen. Inhalte, die Jugendliche als unbedenkliche Freizeitvideos einordnen, können von anderen als sexualisiert interpretiert werden.

Besonders die jungen Admins im Alter von 10-13 Jahren zeigen ihren Körper (48%). Harmlose Alltagsfotos von Kindern stehen laut einer Recherche von Panorama und STRG_F verstärkt im Fokus von Pädosexuellen (NDR, 2021). Demnach entnehmen die Täter Aufnahmen aus privaten Social-Media-Profilen, um sie anschließend in Foren hochzuladen, wo diese obszön kommentiert oder gegen Bilder von schwerem Kindesmissbrauch getauscht werden.

## Persönliche Identitätsdaten: Verlust von Privatsphäre und Datenmissbrauch

Jugendliche teilen persönliche Daten, Alter, Profilbild oder sogar Telefonnummern in WhatsApp-Kanälen. In einem von mehreren Mädchen betriebenen Kanal wurde ein sogenannter „Nummernleak“ gepostet. Nummern sind kurz im Feed sichtbar und werden dann gelöscht.  In Fällen, in denen WhatsApp-Communities/-Gruppen verlinkt wurden – was in 8 Prozent der Kanäle stattfindet – sind sowohl Admins als auch alle Abonnentinnen und Abonnenten mit Profilbild und Telefonnummern sichtbar. Solche Daten können für Identitätsdiebstahl, Stalking oder betrügerische Kontaktaufnahmen genutzt werden.

Besonders problematisch ist, dass Jugendliche häufig nicht einschätzen können, wie schnell scheinbar harmlose Angaben miteinander verknüpft werden können, sodass ihre Privatsphäre langfristig gefährdet ist. Mit persönlichen Daten wie Geburtstagsangaben (zweimal identifiziert) geben sie persönliche Daten preis, mit denen Accounts gehackt oder Identitäten gestohlen werden können. Zudem können Informationen von Personen genutzt werden, die Jugendliche mani-

| | | | |
|---|---|---|---|
| 44 % | der Jugendlichen zeigen unzensierte Bilder und/oder Videos, deutlich mehr Jüngere im Alter von 10-13 Jahren (56%) | 11 % | der Jugendlichen posten in ihren WhatsApp-Kanälen zu sensiblen und intimen Themen (z. B. mentale Gesundheit, Sexualität) |
| 33 % | der Jugendlichen zeigen ihren Körper – deutlich mehr Mädchen (41%) und 10-13 Jährige* (48%) | 8 % | der Jugendlichen zeigen in ihren WhatsApp-Kanälen Bilder mit erkennbarem Wohnort oder Haus |
| 13 % | der Jugendlichen posten in ihren WhatsApp-Kanälen Telefonnummern oder andere Kontaktmöglichkeiten | 4 % | der Jugendlichen posten zu entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten (z. B. Selbstverletzung, Selbstmord) |
| 12 % | der Jugendlichen zeigen in ihren WhatsApp-Kanälen Aufenthaltsorte oder lokale Informationen | | |

Abb. 25: Persönliche und sensible Daten

pulieren oder Kontakt zu ihnen aufnehmen wollen, indem sie vorgeben, sie besser zu kennen als sie es tatsächlich tun.

Durch Posts von regelmäßigen Treffpunkten, Schulwegen oder Wohnorten können Jugendliche unbewusst ihre täglichen Routinen preisgeben. Diese Daten können für Stalking, Mobbing oder gezielte Annäherungsversuche missbraucht werden. Besonders riskant ist das Teilen solcher Informationen in WhatsApp-Kanälen, deren tatsächliche Reichweite Jugendliche unterschätzen.

## 3.4 HASS UND BELEIDIGUNGEN

Das Thema Hass allgemein ist von anderen Plattformen bei den Jugendlichen bekannt. Ähnlich wie bei den Emojis zeigt sich in den Interviews mit den Nutzerinnen und Nutzer – zumindest nach außen – eine eher abgeklärte Reaktion auf das Thema.

> *„Weil Hate gibt es ja überall, das ist nun mal so.“* - **Silas, 17 Jahre**

Die Interviewten haben in den WhatsApp-Kanälen damit aber keine negativen Erfahrungen gemacht und sehen auch aufgrund der fehlenden Kommentarfunktion nicht die Gefahr, Hasskommentaren zu begegnen. Negativ konnotierte „Emojis“, die Hate auch ohne Kommentarfunktion kommunizieren könnten, wurden in den Interviews von den Interviewten nicht angesprochen.

> *„Wenn man jetzt etwas haten würde, würde ich jetzt auch nicht auf die Idee kommen, auf einen WhatsApp-Kanal zu gehen, weil das macht ja auch keinen Sinn, das ist ja nicht so effektiv wie wenn du jetzt einen Post machen würdest und sagst - ich hasse alle Schalker - das ist ja dann wahrscheinlich auf Instagram effektiver als bei einer WhatsApp-Community, weil du da nichts schreiben kannst.“* - **Silas, 17 Jahre**

Die Inhaltsanalyse deckt auf, dass Admins von negativen Erfahrungen, die sie über die Q&A-Sessions auch in Bezug auf Hassnachrichten gemacht haben, berichten.

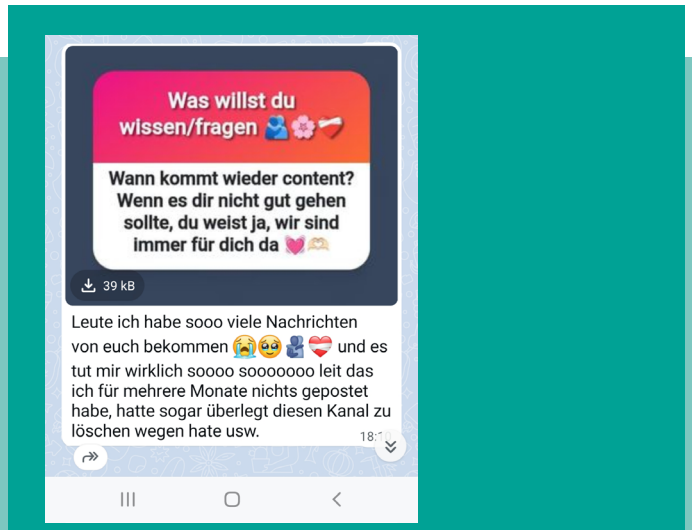



Abb. 26: Hate (Screenshot)

**Mehr als jeder zehnte Jugendliche (11%) berichtet in seinem WhatsApp-Kanal-Feed von negativen Erfahrungen (Hate, Mobbing, nicht kindgerechten Inhalten usw.), die im eigenen WhatsApp-Kanal gemacht wurden. Fast die Hälfte davon (Total: 5%) sind Hassnachrichten.**

Besonders wenn auf anonyme Plattformen verlinkt wurde, um beispielsweise über Cloudz.fun oder Chumpick in einem scheinbar sicheren Umfeld Q&A Sessions durchzuführen, besteht das Risiko mit Hass, Beleidigungen oder nicht kindgerechten Inhalten konfrontiert zu werden.

# 3.5 REAKTIONEN UND INTERAKTIONEN

## 3.5.1 REAKTIONEN DER FOLLOWER

**Emojis** werden in der digitalen Kommunikation häufig als harmlose Ausdrucksmittel wahrgenommen, bergen jedoch insbesondere für Jugendliche erhebliche Risiken. Aufgrund ihrer bildhaften, kontextabhängigen und oft mehrdeutigen Bedeutung können Emojis gezielt eingesetzt werden, um Jugendliche zu beeinflussen oder zu gefährden.

**In 42 Prozent der untersuchten WhatsApp-Kanäle wurden sexualisierte Emojis als Reaktion auf Posts identifiziert – deutlich mehr bei Kanälen von Jungen (53%) und jungen Admins im Alter von 10-13 Jahren (56%).**

Darüber hinaus können Emojis problematische Inhalte wie Gewalt oder selbstverletzendes Verhalten verharmlosen, insbesondere wenn sie humorvoll oder spielerisch eingesetzt werden. Auch für Cybermobbing und emotionale Manipulation eignen sich Emojis, da sie Ablehnung, Spott oder Drohungen implizit ausdrücken können, ohne dass explizite Worte nötig sind. Zudem bergen sie die Gefahr von Missverständnissen, da ihre Bedeutung je nach Kontext, Kultur oder individueller Interpretation stark variieren kann. Emojis sind also nicht für die Ausdrucksverstärkung, sondern können auch als Mittel zur Beeinflussung, Manipulation und Gefährdung von Jugendlichen eingesetzt werden.

Die Bedeutung der sexualisierten Emojis war den Interviewten bekannt, aber selbst anstößige oder abwertende Emojis (Auberginen-Emoji oder Mittelfinger-Emoji) wurden verharmlost oder nicht als besorgniserregend wahrgenommen, auch da sie bereits als alltäglich in Online-Kontexten gelten.

> *„(Aubergine oder Mittelfinger) Weil er halt, äh, ich weiß nicht, ja aus Spaß. Also das machen ja die anderen Leute, die halt dem Kanal folgen aus Spaß.“* - **Elia, 11 Jahre**

> *„Also manchmal finde ich das (Mittelfinger) halt einfach ein bisschen gemein so. Warum macht man das so also? Keine Ahnung, so Personen darauf zu reagieren finde ich irgendwie ein bisschen doof, aber ansonsten ja, passt das eigentlich. Also stört mich jetzt nicht so.“* - **Josephine, 14 Jahre**

Auch wenn die Reaktionen auf die meisten Posts in der Inhaltsanalyse positiv sind, gibt es Reaktionen mit abwertenden und angeekelten Emojis – besonders bei Jungen und 10-13-Jährigen. In 6 Prozent der Kanäle gab es zudem auch gewalttätige Emojis (Messer).

## BEI JUNGEN UND 10-13-JÄHRIGEN GIBT ES MEHR SEXUALISIERTE EMOJIS

**Art der Emojis zu Beiträgen in von Jugendlichen betriebenen Kanälen, in %**

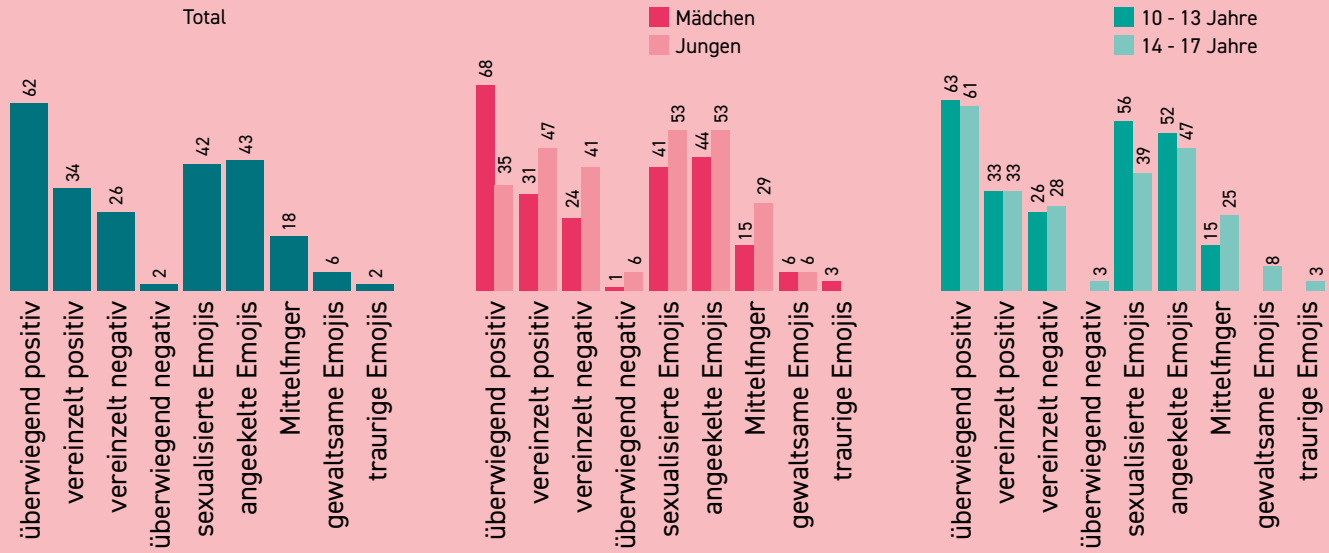



Abb. 27: Emoji-Reaktionen / Kleine Basis, nur als Trend interpretierbar

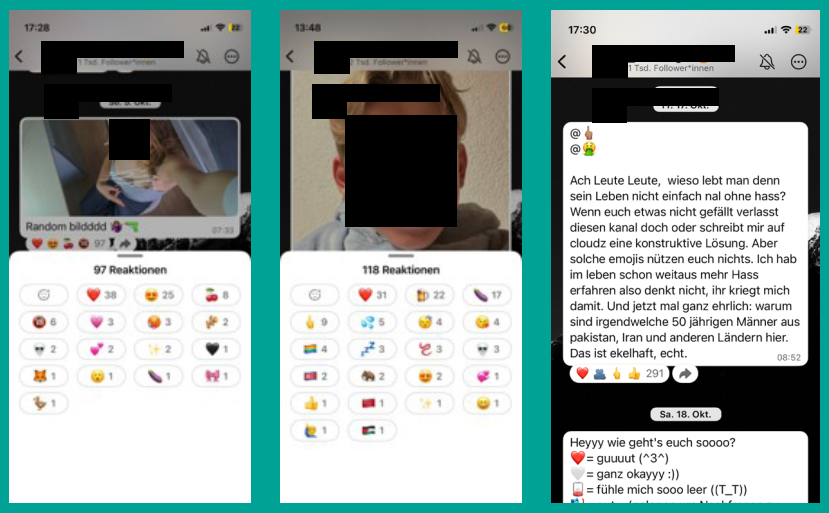



Abb. 28: Emoji-Reaktionen (Screenshots) & Abb. 29: Hate (Screenshot)

**Auch wenn Mädchen weniger negative Reaktionen erhalten als Jungen, gibt es auch hier einzelne Beiträge mit deutlich sexualisierten und negativen Reaktionen.**

**Die Mädchen spielen das Thema Hate auch kritisch in ihren Beiträgen zurück, was zeigt, dass auch in den Interviews verharmloste Emojis eine verletzende Wirkung haben können und nicht zu unterschätzen sind.**

## 3.5.2 CYBERGROOMING, MOBBING UND SOZIALE AUSGRENZUNG

In den untersuchten Kanälen gab es keine Hinweise auf Cybergrooming, Mobbing oder soziale Ausgrenzung. Lediglich in den Kanälen, die von mehreren Admins betrieben wurden, gab es vereinzelt Fälle von kleineren und harmlosen Streitereien unter Mädchen. Anders verhält es sich auf von WhatsApp-Kanälen verlinkten Seiten (mehrheitlich WhatsApp-Communities).




Abb. 30: Hate (Screenshot)

**Insgesamt verlinken 7 Prozent der WhatsApp-Kanäle auf externe Seiten, auf denen Hate bzw. Mobbing ein Thema sind.**

Anders als bei Klassen- oder Schulchats, wissen Eltern und auch Lehrerinnen und Lehrer häufig nicht, auf welchen Kanälen sich die Jugendlichen bewegen und bekommen von verlinkten Plattformen / Communities und den damit verbundenen potenziellen Problemen nichts mit.

## 3.5.3 SENSIBLE ODER PROBLEMATISCHE INHALTE

In WhatsApp-Kanälen oder den dort verlinkten Communities teilen Jugendliche persönliche Gedanken über Intimes, Einsamkeit, Konflikte oder depressive Gefühle (siehe auch Kapitel 2.4.3). Diese emotionale Offenheit kann von Dritten ausgenutzt werden – etwa zur emotionalen Manipulation, Erpressung oder zur Verstärkung problematischer Verhaltensweisen.[4]

Die Präsenz solch sensibler Themen in von Laien moderierten digitalen Räumen birgt erhebliche Risiken. Jugendliche verfügen weder über die fachliche Kompetenz noch über die emotionale Distanz, um mit psychischen Krisenthemen verantwortungsvoll umzugehen. Symptome werden als „normal“ dargestellt, wodurch Jugendliche ihre eigenen Warnsignale möglicherweise nicht mehr ernst nehmen. So wurde in einer über WhatsApp verlinkten Community auf die Offenbarung einer Depression lapidar mit „wenn Dir Vapen hilft, kannst Du das ja machen“ geantwortet.

4) Siehe dazu auch den Fall „White Tiger“. Der SPIEGEL hat ein Netzwerk von Tätern aufgedeckt, die Minderjährige zu Selbstverletzungen anstiften und sich daran ergötzen. Ein 13-Jähriger begang im Zuge der Manipulation während eines Livestreams Suizid (DER SPIEGEL, 2025).

Statt Orientierung und Unterstützung entstehen Fehlinformationen, Bagatellisierungen oder romantisierende Darstellungen von psychischem Leid, die besonders vulnerable Jugendliche weiter destabilisieren können. Zudem fehlen verbindliche Regeln, Moderationsmechanismen und professionelle Interventionen, sodass potenziell gefährliche Ratschläge, Triggerinhalte oder ungeschützte Bekenntnisse unkontrolliert verbreitet werden. Dies kann nicht nur zur Verstärkung bestehender Symptome führen, sondern auch Nachahmungstendenzen fördern. Die Kombination aus fehlender Expertise, gruppendynamischer Verstärkung und der scheinbaren Intimität von WhatsApp-Kanälen schafft somit ein Umfeld, das für Jugendliche in psychischen Belastungssituationen erheblich gefährdend sein kann.

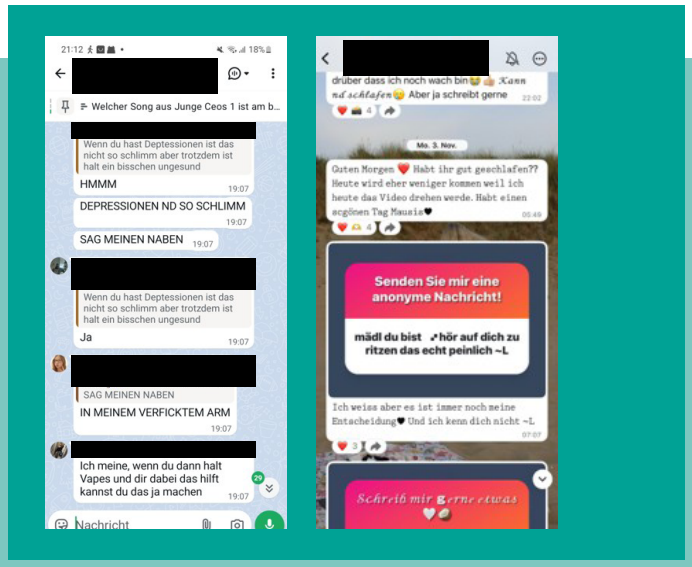



Abb. 31: Problematische Inhalte (Screenshots)

## 3.5.4 RISIKEN DURCH FEHLERHAFTE ODER FEHLENDE MODERATION

Hinzu kommt, dass falsche oder unvollständige Informationen verbreitet werden, die nicht von Fachleuten stammen und junge Menschen in eine falsche Richtung lenken können. Ohne professionelle Einschätzung besteht die Gefahr, dass Jugendliche ihre Beschwerden falsch einschätzen, sich selbst eine Depression zuschreiben oder echte Warnzeichen übersehen. Gleichzeitig führt Selbstcoaching häufig zu einer gefährlichen Isolation, da Betroffene sich eher zurückziehen, anstatt mit vertrauten Personen oder Fachkräften zu sprechen. Ein weiteres Risiko ist der subtile Selbstoptimierungsdruck, der in vielen Online-Coaching-Formaten vermittelt wird. Aussagen wie die in einer Community gefundene „Depressionen sind nicht so schlimm“ können bei Jugendlichen das Gefühl verstärken, sie seien selbst schuld an ihrer Wahrnehmung. Außerdem bieten Online-Inhalte keine Unterstützung in akuten Krisen, in denen professionelle Hilfe lebenswichtig sein kann. Selbstcoaching in Communities kann keine fachliche Beratung ersetzen.

Dabei ist nicht nur die fehlende fachliche Beratung für die Fragestellenden ein Problem – der Kontakt zu so gravierenden Themen wie Vergewaltigung, Ritzen oder Selbstmord kann Jugend-

liche stark belasten, weil sie solche Inhalte emotional und kognitiv noch nicht richtig einordnen können und solche Themen Jugendliche emotional überfordern.

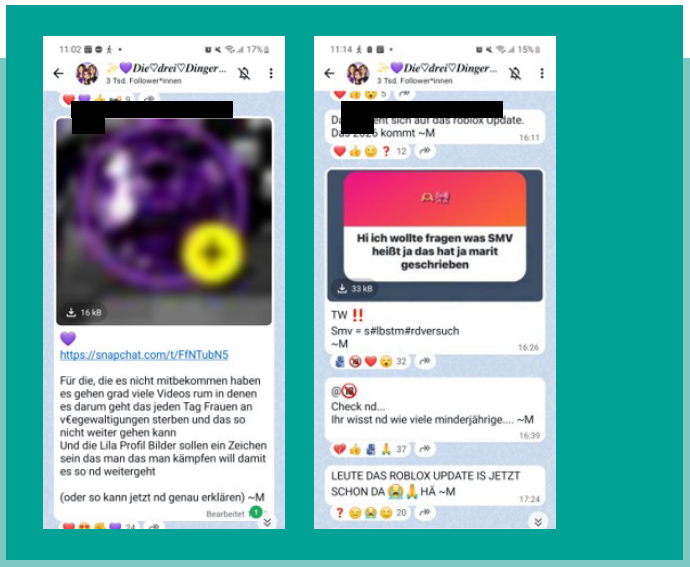


Abb. 32: Verstörende Inhalte (Screenshots)

## 3.5.5 SEXTING, PORNOGRAFISCHE INHALTE

In der durchgeführten Inhaltsanalyse wurden keine pornografischen Kanäle aufgefunden, indem über die Suchfunktion Begriffe wie „Sex“, „Porno“ oder „Erotik“ eingegeben wurden. Auch wenn diese Kanäle mit Sicherheit existieren, scheint der Zugang nicht ohne Einladungslinks möglich zu sein. Dennoch könnten sich entsprechende Links mit zunehmender Bekanntheit schnell unter Jugendlichen verbreiten. Bei den verlinkten Communities wurde eine Community (mit ansonsten harmlosen Inhalten) identifiziert, die auch sexuelle Inhalte sowie anstößige Sticker kommuniziert, was für sehr junge Nutzerinnen und Nutzer ungeeignet ist.

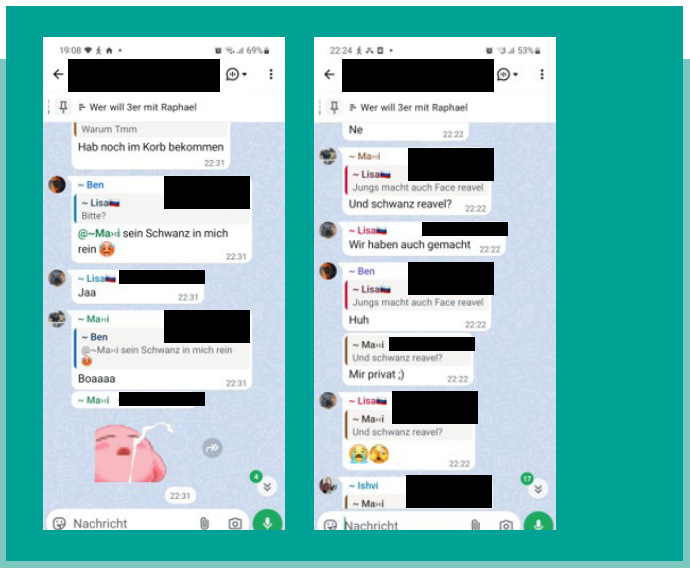


Abb. 33: Sexuelle Inhalte (Screenshots)

Bildern oder Videos über digitale Medien wie Smartphones, Messenger-Dienste, soziale Netzwerke oder Online-Plattformen. Unterschieden wird zwischen freiwilligem, einvernehmlichem Sexting und problematischen (gezwungenen, unkontrollierten) Formen. Auch wenn auf WhatsApp-Kanälen Sexting nur über Emojis möglich ist, kann über verlinkte Plattformen und über dort kommunizierte Kontaktmöglichkeiten ein Austausch von sexuell eindeutigen Inhalten stattfinden. Posts wie untenstehende weisen darauf hin, dass Jugendliche Erfahrungen damit gemacht haben.

In dem Zeitraum, in dem die Inhaltsanalyse durchgeführt wurde, wurden 7 der 100 WhatsApp-Kanäle gelöscht. Hintergründe dafür sind nicht ersichtlich, aber Posts wie diese zeigen, dass auch negative Erfahrungen mit nicht kindgerechtem Content ein Grund gewesen sein können.

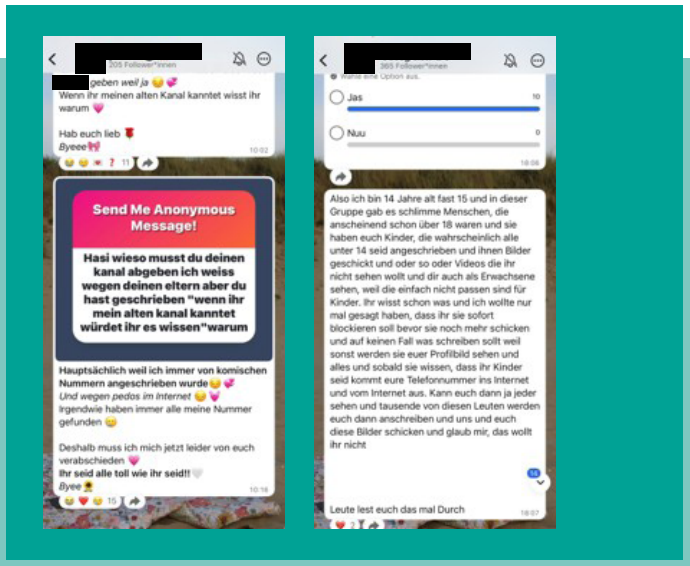


Abb. 34: Gelöschte Kanäle

# 3.6 ABHÄNGIGKEIT UND SUCHTPOTENTIALE

Ein auffälliges Merkmal der untersuchten WhatsApp-Kanäle ist die hohe Frequenz der gepostenten Beiträge.

**80 Prozent der Admins posten mindestens täglich Beiträge, 73 Prozent sogar mehrmals täglich.**

Die Mehrheit der untersuchten Admins postet mehrmals täglich – teilweise stündlich und häufiger. Dies kann eine Suchtgefahr bergen, insbesondere wenn es zur Gewohnheit wird und das Verhalten die Kontrolle über die eigene Nutzung übersteigt. Das Belohnungssystem im Gehirn wird kontinuierlich durch Likes, positive Emojis und empfundene soziale Bestätigung aktiviert, was zur Wiederholung des Verhaltens motiviert. Auch wenn häufiges Posten allein noch keine Sucht garantiert, kann es das Risiko für psychische Belastungen wie Stress, Angst oder depressive Symptome steigern, wenn das Verhalten zur zentralen Quelle von Wohlbefinden wird oder andere Lebensbereiche vernachlässigt werden.

Die Interviews bestätigen die Anforderungen an einen Admin, seine Abonnentinnen und Abonnenten immer wieder mit neuem Content zu versorgen.

> *„Ich gucke jeden Tag den Kanal an, weil halt generell viele Nachrichten pro Tag kommen. Ich glaube so, also nach drei, vier Stunden gab es schon wieder 20 Nachrichten, glaube ich.“* - **Ela Lina, 12 Jahre**

> *„Ich wüsste, glaube ich nicht, was ich da alles reinstellen würde... die schreiben einfach viel, was sie den Tag über so machen. Aber ich glaube, so spannend ist das bei mir nicht. Und ich habe auch einfach nicht die Zeit dafür, jeden Tag dort irgendwas reinzuschreiben und so was. Wenn ich dann einen Monat lang nicht reinschreibe, ich glaube, dann wäre das einfach richtig langweilig.“* - **Josephine, 14 Jahre**

# 4. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## 4.1 KOMPETENZNIVEAUS DER JUGENDLICHEN IM UMGANG MIT DEN KANÄLEN

Die jugendlichen WhatsApp-Kanal-Nutzerinnen und -Nutzer zeigen in den Interviews wenig Kompetenzen, was den Umgang mit WhatsApp-Kanälen anbelangt. Die Verlässlichkeit der Kanäle wird an der Anzahl der Follower oder an der Bekanntheit des Admins gemessen und generell ist das Vertrauen groß.

> *„Ich glaube schon, dass sie vertrauenswürdig sind. Also man kann ja nur mit Emojis kommentieren also man kann nicht so wie bei Snapchat Kommentare da lassen, also ich glaube schon, dass die vertrauenswürdig sind.“*
> **- Lea-Marie, 15 Jahre, Admin eines Kanals**

Für die Jugendlichen scheint die Anzahl der Follower und Followerinnen oder ein strukturierter Aufbau automatisch ein Sicherheitsbeweis darzustellen.

> *„Man sieht das (Seriosität), also finde ich auch an der Struktur der Kanäle, dass die Beiträge auch aufgebaut sind und ordentlich, sage ich mal, aussehen, also dass man da wirklich geguckt hat, dass das Layout auch gut ist von den Beiträgen.“*
> **- Jan, 15 Jahre**

Auch die Inhaltsanalyse zeigt, dass jugendliche WhatsApp-Kanal-Admins nur in begrenztem Maße über die notwendigen Fähigkeiten verfügen, die Kanäle kompetent und sicher zu nutzen. Insbesondere der unreflektierte Umgang mit persönlichen Daten stellt ein zentrales Problem dar. Häufig werden Fotos, private Informationen oder situativ intime Inhalte ohne ausreichendes Bewusstsein für mögliche Konsequenzen geteilt. Diese Praktiken verdeutlichen eine teilweise ausgeprägte Naivität gegenüber Datenschutzrisiken sowie den potenziellen sozialen und psychologischen Folgen einer unkontrollierten Weiterverbreitung. Dieser Befund unterstreicht die Notwendigkeit einer systematischen medienpädagogischen Begleitung, die früh ansetzen und Kinder befähigen sollte, digitale Kommunikationsräume sicherer, reflektierter und verantwortungsbewusster zu nutzen.

# 4.2 ROLLE VON SCHULE, ELTERNHAUS UND PEERS BEI DER VERMITTLUNG VON MEDIENKOMPETENZ

Das Teilen sensibler Informationen durch Jugendliche ist ein komplexes Phänomen, das sich aus Entwicklungsbesonderheiten, Peer-Dynamiken und der scheinbaren Intimität digitaler Räume speist. Die Risiken reichen von Datenmissbrauch über emotionale Manipulation bis hin zu sexualisierter Gewalt und langfristigen sozialen oder psychischen Folgen. Um Jugendliche besser zu schützen, braucht es nicht nur technische Schutzmaßnahmen, sondern vor allem Medienkompetenz, Aufklärung und klare Regeln in digitalen Räumen.

Charakteristisch ist dabei, dass die WhatsApp-Kanalnutzung weitgehend außerhalb der elterlichen Wahrnehmung und Kontrolle stattfindet. Jugendliche können eigene WhatsApp-Kanäle erstellen und über Einladungslinks (z. B. via Snapchat oder Instagram) Abonnentinnen und Abonnenten hinzufügen, ohne dass Eltern automatisch benachrichtigt werden. WhatsApp-Kanäle wirken privater und entziehen sich der Sichtbarkeit, da sie in der Messenger-App integriert sind und keine separaten Accounts erfordern. Die WhatsApp-Kanalfunktion ist bei vielen Eltern auch kaum bekannt. Die ARD/ZDF-Medienstudie 2024 (Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse & Medien Perspektiven, 2024) zeigt zwar, dass 66 Prozent der 30-49-Jährigen und 52 Prozent der 50-69-Jährigen die Kanäle kennen, die Mehrheit der Kennerinnen und Kenner diese aber nicht nutzt. Gerade bei Jugendlichen, die ihr Smartphone unabhängig nutzen, wissen Eltern in der Regel nicht, ob und wie ihre Kinder WhatsApp-Kanäle nutzen und welche Gefahren diese Kanäle bergen.

**BEKANNTHEIT UND NUTZUNG VON WHATSAPP-KANÄLEN NACH ALTERSGRUPPEN (IN %)**

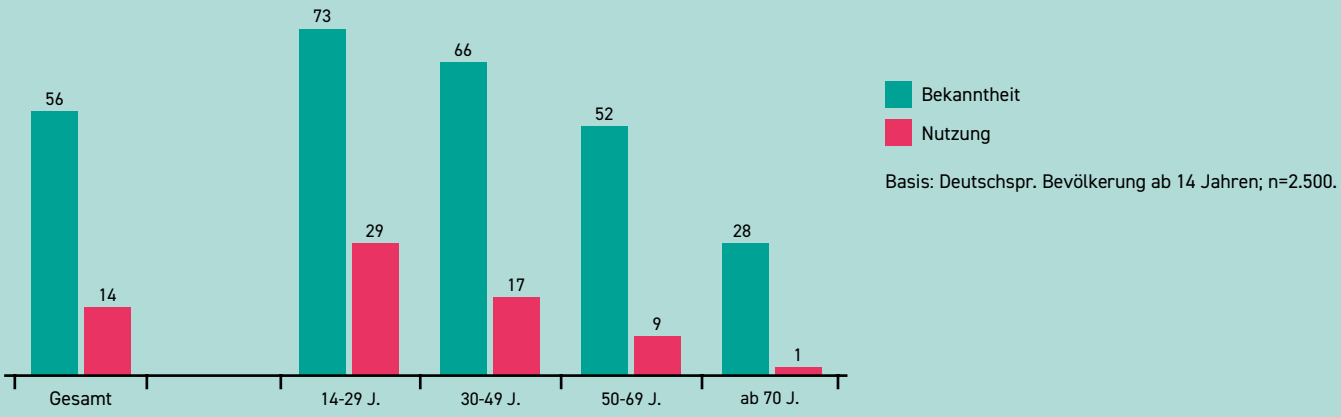



Abb. 35 nach: ARD/ZDF-Medienstudie 2024

Dies zeigte sich auch bei der Rekrutierung für die qualitative Studie als Herausforderung. Da Eltern oft nicht wissen, dass ihre Kinder Whatsapp-Kanäle nutzen, weil sie sie selbst nicht kennen, war es schwierig jugendliche Nutzende für diese Studie zu rekrutieren, da man Jugendliche aus Datenschutzgründen nicht direkt rekrutieren kann, sondern dies über die Erziehungsberechtigten erfolgen muss.

Die mangelnde Aufklärung verstärkt die oft ohnehin schon lose Kontrolle über die Online-Aktivitäten der jüngeren Nutzerinnen und Nutzer. Daher geht es nicht nur um Aufklärungsarbeit bei Kindern und Jugendlichen, sondern auch darum, das Bewusstsein für die Risiken und Gefahren bei den Eltern zu schärfen.

*Interviewerin: „Vielleicht zu dem Kanal von dir und von deiner Freundin, wie seid ihr denn da drauf gekommen, dass ihr den gemacht habt?“*
*Lea-Sophie (13 Jahre): „Sie hat mich gefragt. Ich habe ja gesagt.“*
*Interviewerin: „Okay und musstet ihr vorher irgendwie eure Eltern fragen, ob ihr den (Kanal) machen dürft, oder?“*
*Lea-Sophie (13 Jahre): „Wir haben es einfach gemacht.“*

Sowohl Eltern als auch Jugendliche sollten über sinnvolle Regeln informiert werden, wie beispielsweise keine echten Namen zu nutzen, keine privaten oder sensiblen Themen zu posten, keine Kontaktdaten zu kommunizieren und nicht auf Links zu weiterführenden Communities zu klicken. Das Aufstellen von Verboten erscheint keine sinnvolle Strategie zu sein. Sie wären auch schwer umzusetzen, da WhatsApp derzeit keine Möglichkeit bietet, die Funktion „Kanäle“ gezielt zu deaktivieren oder vollständig zu entfernen, ohne die gesamte App einzuschränken. Dies würde für die Jugendlichen den Ausschluss aus ihrer Peergroup bedeuten. Da WhatsApp selbst keine Kinderschutzfunktionen oder Filter anbietet, bleibt die pädagogische Begleitung entscheidend.

Wichtig ist, die Handlungsfähigkeit der Nutzenden zu stärken und sie für Situationen und Handlungen zu sensibilisieren, die Gefahren bergen. Das betrifft nicht nur sexualisierte Antworten in Q&A Sessions, sondern auch Themen, die auf verlinkten Communities stattfinden können, wie beispielsweise Mobbing.

Die hohe wahrgenommene Privatsphäre, die situative Spontaneität sowie die gruppendynamischen Mechanismen erschweren es jedoch Eltern und pädagogischen Fachkräften adäquate, kontextbezogene Unterstützung zu bieten. Die strukturelle Distanz zwischen erwachsenen Bezugspersonen und jugendlicher Kommunikationspraxis begrenzt die Wirksamkeit traditioneller Formen der Medienerziehung, die primär durch Eltern oder Schulen vermittelt werden. Während schulische Programme wichtige Grundlagen vermitteln können, erreichen sie die informellen, alltagsnahen Kommunikationssituationen nur bedingt. Daher ist zu erwägen, Medienkompetenzförderung stärker an jugendnahe Vermittlungsformen zu knüpfen.

Ein vielversprechender Ansatz besteht im Einsatz jugendlicher Medienscouts (Juuuport, Medienscouts-Programm der Landesanstalt für Medien NRW). Gleichaltrige gelten als glaubwürdiger, praxisnäher und besser imstande, akzeptierte Kommunikationsnormen zu etablieren. Medienscouts können nicht nur Kenntnisse über Datenschutz und Risikoprävention vermitteln, sondern fungieren zugleich als niedrigschwellige Ansprechpersonen in konkreten Problemsituationen. Damit bieten sie eine Möglichkeit, Medienkompetenz genau da zu stärken, wo Eltern nicht miteinbezogen werden aus Angst eines Verbots oder eines Ausschlusses aus der Peergroup. Die Scouts beraten junge Menschen bei konkreten Problemen, sensibilisieren und klären mit Aktionen auf. Sie können zudem das Projekt auf Bildungsmessen, auf Schulveranstaltungen oder auf Social Media repräsentieren, um damit auch Eltern und Lehrkräfte zu erreichen.

Es gibt jedoch Themen, die das Alter oder die Kompetenzen eines jugendlichen Medienscouts überschreiten, wie beispielsweise oben beschriebene Themen wie Mobbing, Pornografie, Suizidalität oder psychische Störungen. Daher ist es zwingend notwendig, dass diese in ihrer Aufklärungsarbeit auch von Therapeutinnen und Therapeuten begleitet werden.

## 4.3 VERANTWORTUNG VON PLATTFORMEN

WhatsApp-Kanäle können Kinder und Jugendliche zu intensiver Nutzung oder der Preisgabe personenbezogener Daten verleiten und erhöhen das Risiko unerwünschter Kontaktaufnahmen. Anonyme Q&A-Formate sind besonders anfällig für Cybermobbing, sexuelle Belästigung, manipulative Inhalte sowie das unkontrollierte Verbreiten belastender Botschaften. Zudem erschwert Anonymität die Moderation, Nachverfolgbarkeit und Interventionsmöglichkeiten bei übergriffigen oder gefährdenden Inhalten erheblich. Deshalb sollten Plattformen zu Mindeststandards verpflichtet werden, die die Sichtbarkeit von Kanälen für Minderjährige regulieren und altersgerechte Voreinstellungen sicherstellen. Gleichzeitig ist es notwendig, die inhaltliche Aufsicht auszubauen. Meldesysteme für jugendgefährdende Inhalte sollten niedrigschwellig zugänglich sein, und Prüfraster für Inhalte in Kanälen müssen entwickelt werden. Eine enge Zusammenarbeit mit Strafverfolgungsbehörden und Jugendschutzorganisationen ist erforderlich, um Verstöße effektiv zu sanktionieren.

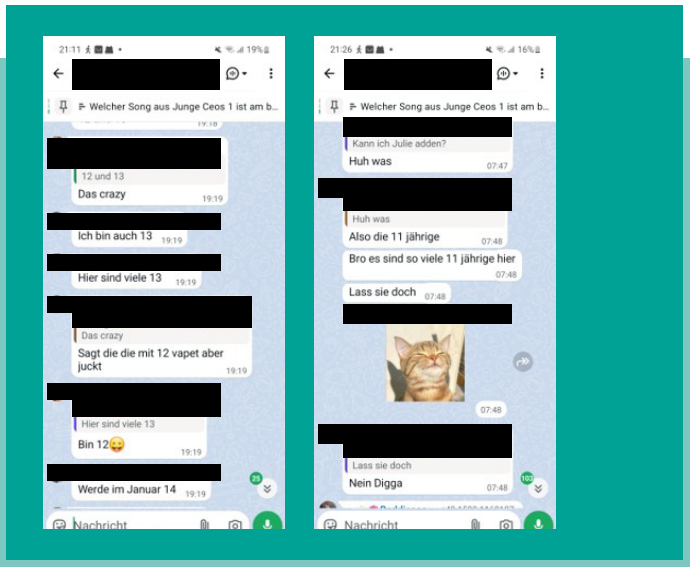



Abb. 36: Alter der Kanal-Nutzenden (Screenshots)

**6 Prozent der Admins geben ihr genaues Alter mit 11-12 Jahren an. Tatsächlich könnte der Anteil höher sein, da 38 Prozent kein Alter und 24 Prozent Altersklassen (z. B. 10-15 Jahre oder 11-14 Jahre) angegeben haben.**

# 5. FAZIT UND AUSBLICK

Diese Studie zeigt sowohl aus den Ergebnissen der qualitativen Interviews als auch aus der Inhaltsanalyse eine teilweise ausgeprägte Naivität der Jugendlichen gegenüber der Preisgabe persönlicher, mitunter intimer Informationen. Vor dem Hintergrund, dass Kinder bereits mit zehn oder elf Jahren schon eigene WhatsApp-Kanäle betreiben, ist höchste Dringlichkeit bei der Aufklärung geboten.

## Gelernte Sicherheit bei WhatsApp strahlt auf Kanäle ab

Jugendliche Admins überblicken die Risiken nur begrenzt und nehmen die Kanäle durch das vertraute Interface, das bekannte Design und durch die gelernte vertraute und intime Anmutung von WhatsApp als sicheren Kommunikationsraum wahr. WhatsApp steht für Alltagskommunikation und Beziehungen und strahlt in seiner gelernten vertrauten, geschlossenen Anmutung stark auf die Wahrnehmung der WhatsApp-Kanäle ab. Da Jugendliche auf WhatsApp bislang kaum negative Erfahrungen gemacht haben – anders als auf Plattformen, die gezielt extreme Inhalte priorisieren –, verhalten sie sich dort häufig unbedarft und unterschätzen mögliche Risiken. Im Vergleich zu anderen Plattformen, die stärker über Algorithmen funktionieren, weist WhatsApp auch eine geringere Informationsdichte auf und verleitet aufgrund seiner geschlossenen Struktur weniger zum Endlossurfen. Die Nutzung wird als kontrolliert und mit klaren Grenzen erlebt.

## WhatsApp-Kanäle sind noch nicht im Fokus der Eltern

Die Nutzung von WhatsApp wird durch die Erziehungsberechtigten i. d. R. deutlich weniger überwacht als die von Plattformen wie TikTok oder Instagram. Zudem ist vielen Eltern die Kanalfunktion entweder gar nicht bekannt oder sie haben trotz Kenntnis darüber bislang keine eigenen Nutzungserfahrungen gesammelt. Die Interviews zeigen, dass die Nutzung von WhatsApp-Kanälen weitgehend außerhalb der elterlichen Wahrnehmung und Kontrolle erfolgt.

## Admins bieten die Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme

Die Admins von Kanälen sind getrieben von der Jagd nach neuen Abonnentinnen und Abonnenten und wollen sich die Aufmerksamkeit ihrer Followerschaft sichern, indem sie ihr das Gefühl geben, sie sei ganz nah dran an ihrem Leben. Daher suchen die Admins immer nach neuen Möglichkeiten, um in den Austausch mit ihren Abonnentinnen und Abonnenten zu kommen. Ein beliebtes Mittel hierfür sind anonyme Frage-und-Antwort-Plattformen wie Cloudz.fun oder Chumpick. Diese dienen der intensiven Beziehungspflege, der Steigerung von Aktivität und Aufmerksamkeit sowie der strategischen Stärkung der eigenen Reichweite, bergen jedoch auch erhebliche Gefahren. Das zeigen die von den Admins im Kanal veröffentlichen Fragen wie „Zeig dich doch mal“ oder „du bist echt hübsch…baust du eigentlich Kontakt auf“. Einige der Kanal-Admins gehen noch einen Schritt weiter und posten sogar eigene Telefonnummern oder andere Kontaktmöglichkeiten für einen weiteren nicht anonymen Austausch mit ihren Followerinnen und Followern. In verlinkten WhatsApp-Communities sind sowohl Admins als auch alle Abonnentinnen und Abonnenten mit Profilbild und Telefonnummern sichtbar.

## Junge Admins teilen unbedarft viele sensible Informationen

Junge Admins haben starke soziale Bedürfnisse nach Aufmerksamkeit, Anerkennung und Status, was sich in einer Jagd nach immer höheren Abonnentinnen- und Abonnentenzahlen äußert. Dabei unterschätzen die Admins die Reichweite ihrer Inhalte, die potenzielle Sichtbarkeit durch Unbekannte oder die Risiken von externen Links und Interaktionsformaten.

Besonders das Teilen sensibler Informationen stellt für Jugendliche ein erhebliches Risiko dar. Der Kontrollverlust über das Bildmaterial ist dabei eine der größten digitalen Gefahren für junge Menschen. Die Mehrheit teilt unzensierte Fotos und Videos (u.a. leicht bekleidet beim Turnen). Aber es werden auch weitere Informationen geteilt, die eine gezielte Identifikation ermöglichen. Dies betrifft nicht nur persönliche Daten wie Alter oder Profilbild, sondern auch Hinweise zu Wohnort, Schule oder Routinen. Solche Daten können für Identitätsdiebstahl, Stalking oder betrügerische Kontaktaufnahmen genutzt werden.

Die Followerschaft schätzt die Authentizität und die Nähe der Kanäle. Die Admins teilen daher intime Emotionen – von Liebeskummer bis hin zu drastischeren Themen wie Depression oder andere psychische Erkrankungen. Diese emotionale Offenheit kann von Dritten zur emotionalen Manipulation, Erpressung oder zur Verstärkung problematischer Verhaltensweisen ausgenutzt werden. Die Präsenz solch sensibler Themen in unmoderierten digitalen Räumen birgt erhebliche Risiken. Jugendliche verfügen weder über die fachliche Kompetenz noch über die emotionale Distanz, um mit psychischen Krisenthemen verantwortungsvoll umzugehen. Statt Orientierung und Unterstützung bestimmen Fehlinformationen, Bagatellisierungen oder romantisierende Darstellungen von psychischem Leid die Auseinandersetzung. Es fehlt an verbindlichen Regeln, Moderationsmechanismen und professionellen Interventionen, sodass potenziell gefährliche Ratschläge, Triggerinhalte oder ungeschützte Bekenntnisse unkontrolliert verbreitet werden. Dies kann nicht nur zur Verstärkung bestehender Symptome führen, sondern auch Nachahmungstendenzen fördern. Die Kombination aus fehlender Expertise, gruppendynamischer Verstärkung und der scheinbaren Intimität von WhatsApp-Kanälen schafft somit ein Umfeld, das für Jugendliche in psychischen Belastungssituationen erheblich gefährdend sein kann.

## Gefahren in verlinkten WhatsApp-Communities oder -Gruppen

Gefährlich sind außerdem die verlinkten WhatsApp-Communities oder WhatsApp-Gruppen. Sie bieten den Jugendlichen informelle Gemeinschaft, soziale Vernetzung, Unterstützung und Austausch von Erfahrungen, beinhalten aber auch Negatives wie Mobbing oder Ausgrenzung und bergen für Jugendliche besondere Risiken in Bezug auf Privatsphäre, Manipulation, Belästigung und emotionale Belastung. Die Schwerpunkte der auf den Kanälen verlinkten WhatsApp-Communities/Gruppen sind dabei ganz unterschiedlich. Von harmlosen Kennenlern-Gesprächen („welche Haarfarbe hast du“), über Quatsch- und Unsinn-Talks bis zu sehr persönlichen und teilweise problematischen Inhalten (z. B. Depression) wird mit öffentlich sichtbarem Profilbild und Telefonnummer eine große Bandbreite an Themen diskutiert.

Wenn auf anonyme Plattformen verlinkt wird, um beispielsweise über Cloudz.fun oder Chumpick in einem scheinbar sicheren Umfeld Q&A Sessions durchzuführen, besteht das Risiko mit Hass, Beleidigungen oder nicht kindgerechten Inhalten konfrontiert zu werden. Auf diesen Plattformen kann jeder anonym jede denkbare Frage stellen. Mehr als jeder zehnte Admin (11%) berichtet in seinem Kanal von negativen Erfahrungen auf diesen Plattformen – wie hoch die Dunkelziffer ist, bleibt unklar.

## Die WhatsApp-Kanäle bleiben von Hate nicht verschont

Wenngleich in den Kanälen nur mit Emojis reagiert werden kann, eignen sich diese dennoch, um Hass oder Beleidigungen auszudrücken. Zudem können Emojis problematische Inhalte wie Gewalt oder selbstverletzendes Verhalten verharmlosen, insbesondere wenn sie humorvoll oder spielerisch eingesetzt werden. Auch für Mobbing eignen sich Emojis, da sie Ablehnung, Spott oder Drohungen implizit ausdrücken können. Besonders sexualisierte Emojis oder abwertende Emojis (Auberginen-Emoji oder Mittelfinger-Emoji) können Menschen im jungen Alter belasten.

## Probleme verharmlosen – professionelle Hilfe verzögern

Jugendliche treten in ihren eigenen Kanälen, aber auch in verlinkten WhatsApp-Online-Communities oder -Gruppen häufig als Peer-Beraterinnen und -Berater auf. Während einige dieser Angebote vergleichsweise harmlose Ratschläge zu Themen wie Beziehungen oder Schule vermitteln, befassen sich andere mit deutlich ernsteren Inhalten, etwa Depressionen, Suizid oder Selbstverletzung. Dabei besteht die Gefahr, dass Probleme verharmlost, unzutreffende Empfehlungen gegeben und dadurch Symptome verschärft oder die Inanspruchnahme notwendiger professioneller Hilfe hinausgezögert wird.

Ohne eine fachliche Einschätzung besteht zudem das Risiko, dass Jugendliche ihre Beschwerden falsch einordnen, sich selbst eine Depression zuschreiben oder ernsthafte Warnsignale übersehen. Hinzu kommt ein subtiler Selbstoptimierungsdruck, der in vielen Online-Coaching-Formaten vermittelt wird. Darüber hinaus bieten Online-Inhalte keine angemessene Unterstützung in akuten Krisensituationen, in denen professionelle Hilfe lebenswichtig ist. Selbstcoaching in Communities kann daher keine qualifizierte fachliche Beratung ersetzen.

## Nicht kindgerechte Inhalte

Nicht nur die fehlende fachliche Beratung stellt ein Risiko dar: Der Kontakt mit schweren Themen wie sexualisierter Gewalt, Selbstverletzung oder Suizid kann Jugendliche stark belasten, da sie solche Inhalte emotional oft noch nicht angemessen verarbeiten können.

Auch wenn Sexting in WhatsApp-Kanälen formal auf Emojis beschränkt ist, können über verlinkte Plattformen oder geteilte Kontaktmöglichkeiten sexuell explizite Inhalte ausgetauscht werden. Solche Inhalte sind in der Inhaltsanalyse zwar schwer eindeutig zu erfassen, entsprechende

Posts deuten jedoch darauf hin, dass Jugendliche damit bereits Erfahrungen gemacht haben. In dieser Analyse wurden zwar keine explizit pornografischen Kanäle gefunden, dennoch ist davon auszugehen, dass solche Angebote existieren und diese sich über Links schnell verbreiten können.

Problematisch ist außerdem die starke Fokussierung vieler Admins auf Abonnentenzahlen. Mit künstlich vergrößerter Reichweite steigt die Sichtbarkeit für Akteure mit schädlichen Absichten. Wachsende, private Kanäle werden zudem schnell unübersichtlich und schwer kontrollierbar.

## Zwischen digitalem Tagebuch und Online-Bolzplatz

Ingesamt betrachtet zeigt die Studie, dass Admins WhatsApp Kanäle wie ein digitales Tagebuch nutzen: Sie dokumentieren ihren Alltag extrem offen, teilen persönliche Routinen, Stimmungen und Bilder. Gleichzeitig stellen WhatsApp-Kanäle eine Art Online Bolzplatz dar, auf dem Kinder sich ausprobieren, mit Gleichaltrigen interagieren und Anerkennung über Follower, Reaktionen und Q&A Tools suchen. Diese Mischung aus intimer Selbstoffenbarung und öffentlicher Selbstdarstellung erhöht jedoch die Risiken für ungewollte Kontaktaufnahmen und emotionale Verletzlichkeit. Kinder unterschätzen diese Gefahren und halten WhatsApp Kanäle für besonders sicher.




Abb. 37 Dualistische Funktion von WhatsApp-Kanälen

## Ausblick

Trotz der erläuterten Risiken und des hohen Aufklärungsbedarfs bei Kindern, Eltern und pädagogischen Fachkräften eröffnen WhatsApp-Kanäle auch Chancen als Kommunikationsplattform. Besonders für Publisher und Nachrichtensender bieten sie die Möglichkeit, junge Nutzerinnen und Nutzer mit aktuellen, authentischen und relevanten Informationen zu erreichen. Somit können Medienhäuser junge Zielgruppen niedrigschwellig an journalistische Inhalte heranführen.

Die durchgeführten qualitativen Interviews sowie die Inhaltsanalyse von 100 WhatsApp-Kanälen, die von jugendlichen Admins betrieben werden, haben zentrale Themen, Motive und potenzielle Risiken aufgedeckt. Dennoch liefert die Studie eher qualitative Einsichten und keine belastbaren Zahlen über die tatsächliche Verbreitung, Nutzungshäufigkeit, Inhalte und Erfahrungen der Jugendlichen mit den jeweiligen Kategorien. Eine quantitative Studie ist empfehlenswert, um diese Wissenslücken zu schließen: Mit repräsentativen Zahlen lässt sich die tatsächliche Relevanz von WhatsApp-Kanälen für die Lebenswelt von Jugendlichen messen, Risiken und Chancen systematisch bewerten und die Bedarfe von Eltern für Aufklärung und Medienkompetenz empirisch erfassen.

# 6. LITERATUR UND QUELLENNACHWEIS

ADM e. V. (2024). Befragung von Minderjährigen. Abgerufen am 28. November 2025 von https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2024/09/RL-Befragung-von-Minderjaehrigen.pdf

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse & Medien Perspektiven. (2024). ARD/ZDF-Medienstudie 2024: Bekanntheit und Nutzung von WhatsApp-Kanälen (Media Perspektiven, 31/2024). https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2024/MP_31_2024_ARD_ZDF-Medienstudie_2024._Bekanntheit_und_Nutzung_von_WhatsApp-Kanaelen.pdf

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. Psychological Bulletin, 117(3), 497–529. https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. Freeman.

Bayer, B. (2025, 29. Juli). Nachrichten – nein, danke? Wie junge Generationen Nachrichten konsumieren. GIM Marktforschung Blog. https://www.g-i-m.com/de/marktforschung-blog/nachrichten-nein-danke.htm

Bertelsmann Stiftung. (2025, 6. November). Social Media sind essenziell, um junge Menschen mit politischen Themen zu erreichen. Abgerufen am 3. November 2025 von https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2025/social-media-sind-essenziell-um-junge-menschen-mit-politischen-themen-zu-erreichen

Bitkom e. V. (2023, 18. Oktober). Ab 10 Jahren haben die meisten Kinder ein eigenes Smartphone. Abgerufen am 28.November 2025 von https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Ab-10-Jahren-haben-meisten-Kinder-eigenes-Smartphone

Bluhm, F. (2024). Was WhatsApp-Kanäle in der Kommunikation bringen. https://franziskabluhm.de/magazin/was-whatsapp-kanaele-in-der-kommunikation-bringen/

BR.de. (2024). „Sie haben keine Pickel, sind Clean Girls – rassistisch?“. https://www.br.de/nachrichten/kultur/sie-haben-keine-pickel-sind-clean-girls-rassistisch,U6Qv2tv (Abgerufen am 12. November 2025)

Buggert, S. (2020, January 21). Why TikTok is so exciting. rheingold Marktforschung. https://www.rheingold markt-forschung.de/en/rheingold studies/generation z tiktok/

Connect. (2024, 4. Januar). WhatsApp: Neue Nutzungsbedingungen 2024. Abgerufen am 29.November 2025 von https://www.connect.de/ratgeber/whatsapp-neue-nutzungsbedingungen-2024-3205042.html

Deda-Bröchin, S., Baumann, L., Willemse, I., Bernath, J., Waller, G. & Süss, D. (2025). JAMESfocus – Unterhaltung, Information oder Selbstdarstellung: Warum nutzen Jugendliche soziale Netzwerke? Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Departement Angewandte Psychologie. Abgerufen am 29.November 025 von https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/forschung/JAMES/JAMESfocus_SN_Nutzungsmotive_DE.pdf ZHAW

DER SPIEGEL. (27.11.2025). White Tiger – wie der Spiegel zum Netz pädokrimineller Sadisten recherchierte. SPIEGEL Online. Abgerufen am 24.12.2025, von https://www.spiegel.de/panorama/justiz/white-tiger-wie-der-spiegel-zum-netz-pädokrimineller-sadisten-recherchierte-a-b13c90de-ccd0-49cd-a2e4-fa9da50e5f40

Dutta, S. (2020). Uses and gratifications of WhatsApp: A study on user engagement and motivation. International Journal of Communication and Media Studies, 10(1), 1–10.

Erikson, E. H. (1968). Identity: Youth and crisis. Norton.

Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H., & Glöckler, S. (2023). JIM-Studie 2023: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). Abgerufen am 26.November 2025) von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final.pdf

Gleich, U. (2021). Uses-and-Gratifications im Wandel der Zeit: Entwicklung eines kommunikationswissenschaftlichen Ansatzes. Media Perspektiven, 9/2021, 461–476. https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2109_Gleich.pdf

Götz, M., Wunderer, E., Greithanner, J. & Maslanka, E. (2019). Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. TelevIZIon, 32(2019/1), Seitenangaben (falls vorhanden). Abgerufen am 03. November 2025 von https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/32_2019_1/Goetz-Die_Selbstinszenierung_von_Influencerinnen.pdf

Häusel, H.-G. (2011). Die wissenschaftliche Fundierung des Limbic® Ansatzes. Häusel. https://www.haeusel.com/wp-content/uploads/2016/03/wiss_fundierung_limbic_ansatz.pdf

Juuuport. (o. J.). Die JUUUPORT-Scouts: Jugendliche helfen Jugendlichen. https://www.juuuport.de

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509–523.

Landtag Nordrhein-Westfalen. (2017). Drucksache 18/1617: Schriftliche Stellungnahme zu „Social Media Trends“ bei Kindern und Jugendlichen. Abgerufen am 11. November 2025 von https://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMST18-1617.pdf

Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks. Developmental Psychology, 48(2), 369–380. https://doi.org/10.1037/a0026338

Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (11. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

McAdams, D. P. (1996). Personality, modernity, and the storied self. Psychological Inquiry, 7(4), 295–321. https://doi.org/10.1207/s15327965pli0704_1

Medien-kindersicher.de. (o. J.). Kindersicherung für WhatsApp. Abgerufen am 26.November 2025 von https://www.medien-kindersicher.de/social-media/kindersicherung-fuer-whatsapp

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). (2025). KIM-Studie 2024: Kindheit, Internet, Medien – Basisuntersuchung zum Medienumgang von Kindern in Deutschland. Abgerufen am 26.November 2025 von https://mpfs.de/app/uploads/2025/05/KIM-Studie-2024.pdf

Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? Personality and Individual Differences, 52(3), 243–249. https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007

nau.ch. (2022, 26. August). Wie die Clean Girl Ästhetik unsere natürliche Schönheit hervorhebt. https://www.nau.ch/lifestyle/unterhaltung/wie-die-clean-girl-asthetik-unsere-naturliche-schonheit-hervorhebt-66231175

Norddeutscher Rundfunk (NDR). (2021). Wie Pädokriminelle private Kinderfotos stehlen. Panorama. https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama/archiv/2021/Wie-Paedokriminelle-private-Kinderfotos-stehlen,kinderpornografie210.html

Rheingold Salon. (o. J.). [Titel des Artikels]. Abgerufen am 14. Dezember 2025 von https://www.rheingold-salon.de/de/news-publikationen/470

Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Media effects (pp. 525–548). Lawrence Erlbaum.

Turian, P. (2023, 27. Dezember). Was taugen WhatsApp-Channels? Analyse, Überblick und Einführung. AllSocial. Abgerufen am 27. November 2025 von https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/forschung/JAMES/JAMESfocus_SN_Nutzungsmotive_DE.pdf

Schweiger, W., & Schenk, M. (2021). Theorien der Mediennutzung (3. Aufl.). Springer VS.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). „Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks.“ Journal of Adolescent Health, 48(2), 121–127.

Weßel, A. (o. J.). Digitale Medien, Jugendliche und Teilhabe in der Peergroup. Dossier Kinderrechte. https://dossier.kinderrechte.de/jugend-medien-teihab

WhatsApp LLC. (o. J.). Richtlinien für WhatsApp-Kanäle. https://www.whatsapp.com/legal/channels-guidelines?lang=de_DE

Williams, K. D. (2009). Ostracism: The power of silence. Guilford Press.

Zillmann, D. (1988). Mood management: Using entertainment to full advantage. In L. Donohew, H. E. Sypher, & E. T. Higgins (Eds.), Communication, social cognition, and affect (pp. 147–171). Lawrence Erlbaum.

# 7. ABBILDUNGSVERZEICHNIS


Abb. 1: WhatsApp Nutzung 09
Abb. 2: Genutzte WhatsApp Funktionen 10
Abb. 3: Screenshots - News | genutzte Kanäle 12
Abb. 4: Screenshots - genutzte Kanäle - Mädchen/Jungen 12
Abb. 5: Kanalthemen (Inhaltsanalyse) 12
Abb. 6: Kanalthemen nach Alter (Inhaltsanalyse) 15
Abb. 7: Anmutung der Kanäle | nach Geschlecht (Inhaltsanalyse) 15
Abb. 8: Nutzungsmotive Social-Media-Plattformen 17
Abb. 9: Abstrahlung WhatsApp auf Kanäle 20
Abb. 10: WhatsApp-Kanalmotive 23
Abb. 11: Permanente Alltagsdokumentation (Screenshots) 24
Abb. 12: Beratung WhatsApp (Screenshots) 27
Abb. 13: Abstimmungen WhatsApp (Screenshots) 28
Abb. 14: Verlinkte Seiten in den von Jugendlichen betriebenen Kanälen 29
Abb. 15: Q&A-Sessions (Screenshots) 30
Abb. 16: WhatsApp-Communities/-Gruppen (Screenshots) 32
Abb. 17: Jahreszeitbezug (Screenshots) 33
Abb. 18: Fantum (Screenshots) 34
Abb. 19: Wissensvermittlung (Screenshots) 35
Abb. 20: Turnen (Screenshots) 36
Abb. 21: Abo-Jagd (Screenshots) 37
Abb. 22: Die Jagd nach Abonnentinnen und Abonnenten 38
Abb. 23: Top 3 Kanäle nach Abo-Zahlen 39
Abb. 24: Kauf von Kanalmitgliedern (Abonnentinnen und Abonnenten) 44
Abb. 25: Persönliche und sensible Daten 47
Abb. 26: Hate (Screenshot) 48
Abb. 27: Emoji-Reaktionen 50
Abb. 28: Emoji-Reaktionen (Screenshots) 50
Abb. 29: Hate (Screenshots) 50
Abb. 30: Hate (Screenshot) 51
Abb. 31: Problematische Inhalte (Screenshots) 52
Abb. 32: Verstörende Inhalte (Screenshots) 53
Abb. 33: Sexuelle Inhalte (Screenshots) 53
Abb. 34: Gelöschte Kanäle 54
Abb. 35: ARD/ZDF-Medienstudie 2024 57
Abb. 36: Alter der Kanalnutzenden (Screenshots) 60
Abb. 37: Dualistische Funktion von WhatsApp-Kanälen 64

# IMPRESSUM

**Herausgeberin**
Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
40221 Düsseldorf

T +49 211 77007-0
F +49 211 727170

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Direktor: Dr. Tobias Schmid

**Verantwortlich**
Marie-Franca Hesse (Leiterin Kommunikation)
Dr. Meike Isenberg (Leiterin Intermediäre und Forschung)

**Durchführende Institution**
GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung mbH

**Zitation**
Landesanstalt für Medien NRW (2026). WhatsApp-Kanäle: Zwischen digitalem Tagebuch und Online-Bolzplatz. [URL: https://www.medienanstalt-nrw.de/presse/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2026/2026/maerz/whatsapp-studie-2026]

Diese Publikation wird unter der Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht (CC BY-SA 4.0).
https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de