

# WARTOK – TikTok und der Krieg in der Ukraine

Marcus Bösch

**Der Autor zeigt auf, wie die Video-plattform TikTok zu einem zentralen Ort für Bilder und Deutungen aus dem Kriegsgebiet 2022 geworden ist. Neben multiperspektivischen Dokumentationen und Augenzeugenberichten finden sich auch gezielte Desinformation und Propaganda, was eine Herausforderung für die Medienkompetenz junger Nutzer\*innen darstellt.**

Das Video<sup>1</sup> ist nur 12 Sekunden lang. Wir sehen einen ukrainischen Soldaten, der sich bei TikTok @alexhook2302 nennt. Er steht auf einem verbrannten Feld vor grauschwarzem Himmel. Und tanzt (Abb. 1). Wir hören den Song »Smooth Criminal« von Michael Jackson aus dem Jahr 1987. »Annie, bist du okay? Bist du okay? Du wurdest von einem aalglatten Gangster niedergeschlagen.« Alex dreht sich, kickt das Bein nach vorne, schwarze Erde fliegt durch die Luft. Er blickt hinab, fasst sich an seinen Helm und absolviert gekonnt einen Moonwalk – den Tanzschritt, bei dem die Beinbewegungen Vorwärtslaufen vortäuschen, während man sich tatsächlich rückwärts bewegt. Es wirkt leichtfüßig und elegant, auch wenn Alex eine Kampfmontur in Flecktarnmuster trägt und keinen leichten weißen Anzug wie Michael Jackson häufig. Das Video wurde mehr als 88 Millionen mal auf TikTok angeschaut. Es hat mit fast 14 Millionen Likes bald doppelt so viele Likes wie das offizielle Musikvideo »Smooth Criminal« auf YouTube. Von vielen unerwartet ist die vom chinesischen Unternehmen ByteDance betriebene Videoplattform TikTok zu einem zentralen Ort der Bilder und Berichte aus dem ukrainischen Kriegsgebiet 2022 ge-



Abb. 1: Das Video von einem ukrainischen Soldaten, der in einem verbrannten Feld den Moonwalk tanzt, wurde auf TikTok 88 Mio. Mal angeschaut

worden. Hier finden sich erste Hinweise auf russische Truppenbewegungen, eine multiperspektivische Dokumentation der Invasion, Augenzeugenberichte, Kampfhandlungen, Kommentare, Solidaritätsbekundungen und Propaganda. Videos mit dem Hashtag #Ukraine wurden (Stand: 12.9.2022) 56,8 Milliarden Mal angeschaut, vor Kriegsbeginn waren es 6,4 Milliarden Mal.

Die App ist im Konflikt bisweilen so einflussreich, dass der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj laut einer Meldung der Nachrichtenagentur Reuters<sup>2</sup> in einer Rede an russische Bürger\*innen Anfang März explizit die Gruppe der »TikToker\*innen« anspricht, die dabei helfen könne, den Krieg zu beenden. TikTok ermöglicht also zum einen Bilder und Berichte, wie sie in Aktualität, Geschehensnähe und Ästhetik so in traditionellen Medien nicht vorkommen. Gleichzeitig sind die Übergänge von politisch motivierten Beiträgen jeglicher Art fließend. Es ist ein zweiseitiges Schwert, denn die

Absichten hinter den hochattraktiven und so bisher nicht dagewesenen Bilderwelten sind oft nur schwer zu entschlüsseln.

## WARUM AUSGERECHNET TIKTOK?

Die App, die für viele gleichbedeutend mit kurzen, eher belanglosen Videoschnipseln tanzender und lippensynchron singender Teenager ist, hat sich seit 2018 langsam, aber sicher an die Spitze der erfolgreichsten Online-Plattformen gearbeitet. TikTok überholt Facebook und ist jetzt die meistheruntergeladene App der Welt, schrieb das Magazin GQ im August 2021<sup>3</sup>. Einen Monat später verkündete TikTok, dass es mehr als eine Milliarde aktiver Nutzer\*innen habe. Erstmals gibt global eine Plattform den Ton an, die nicht aus den USA kommt. Und plötzlich will die US-Konkurrenz wie TikTok sein. Instagram und YouTube kopieren wesentliche Gestaltungselemente, denn der Erfolg von TikTok ist ungebrochen. Inzwischen sind nicht mehr nur meist junge Nutzer\*innen auf der Plattform. Journalist\*innen und Politiker\*innen probieren hier erste Schritte, gilt es doch, junge, ganz junge und zukünftige Zielgruppen zu erreichen. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 hatten 5 von 7 im Bundestag vertretenen Fraktionen einen eigenen Account und versuchten sich neben internationalen Politiker\*innen wie Emmanuel Macron und Matteo Salvini an politischer Kommunikation im Kurzvideoformat. TikTok zeichnet sich durch eine sehr einfache Bedienbarkeit aus. Und die beginnt unmittelbar, nachdem man

die App installiert hat. Denn da, wo andere Apps nun dazu auffordern, Interessen zu nennen und anderen zu folgen, präsentiert TikTok bereits das erste Video. Die Videos sind vertikal und bildschirmfüllend, meist eher unter einer Minute, mit Musik unterlegt und mit eher mehr als weniger Schnitten versehen. Es passiert direkt etwas. Keine Zeit für Anmoderationen, Vorspanne, Einleitungen oder Kamerafahrten. Meist mit Presenter\*in und direktem Blick in die Kamera. Und wenn einem das Video nicht gefällt, dann wischt man es auf dem Bildschirm nach oben und ein weiteres Video erscheint. Algorithmen im Hintergrund werten jedes noch so kleine Nutzer\*innen-Verhalten aus. Wurde das Video weggewischt, wenn ja, wann, oder wurde das Video mehrfach angeschaut, vielleicht sogar durch das Tippen auf ein Herz »gelikt« oder gar kommentiert? So passen sich die ausgewählten Videos dem Verhalten und den Interessen an, und ehe man sich versieht, verbringt man mehr Zeit mit der App als jemals geplant. Die vergeht zudem wie im Flug, denn das, was kreative Menschen auf dem ganzen Planeten hier einstellen, ist meist deutlich interessanter als das, was die eigene Freundschaftsblase seit Jahr und Tag auf anderen Plattformen teilt.

---

### »TANKTOK«

Es erscheint zum Beispiel das aus dem Auto gefilmte Smartphone-Video eines endlosen Güterzugs. Darauf: eindeutig Kriegsgerät. Wir sehen Panzer und olivgrüne Lkws, eine verschneite Straße vor stahlblauem Himmel. Es ist Ende Januar 2022 und russische TikTok-Nutzer\*innen dokumentieren russische Truppenbewegungen gen Westen. Während offizielle russische Stellen und der Präsident öffentlich verneinen, dass Russland eine Invasion der Ukraine plane, zeigen Hunderte von Videos das genaue Gegenteil. Journalist\*innen und Expert\*innen von OSINT (Open Source Intelligence) gleichen die Videos u. a. mit Satellitenbildern ab und zeichnen

Truppenbewegungen nach, berichtet unter anderem die *Washington Post* Mitte Februar.<sup>4</sup>

Warum nutzen russische User\*innen ausgerechnet TikTok, um diese Videos zu produzieren und ins Internet zu laden? Die Antwort: eine sehr einfache Bedienbarkeit. Um ein Kurzvideo auf TikTok zu veröffentlichen, reicht es, einen digitalen Aufnahmeknopf zu drücken, bei Bedarf pausiert man und fügt weitere Schnipsel hinzu. Sehr einfach lassen sich Musikstücke unter das Video legen und schon ist das Video fertig. Hat man bereits Videoschnipsel auf dem Telefon, geht es noch schneller. Neben der einfachen Produktion gibt es 2 weitere Gründe für den Erfolg. TikTok ist im engeren Sinne kein soziales Netzwerk. Als Nutzer\*in benötige ich, anders als bei anderen Plattformen, nicht per se Menschen, die meinem Account folgen. Der Algorithmus spielt neue Videos vielmehr an einen kleinen Kreis ausgewählter und fremder Nutzer\*innen. Wenn diese das Video anschauen und mit diesem interagieren, wird das Video an einen größeren Kreis von weiteren fremden Nutzer\*innen ausgespielt. Dieses Prozedere wiederholt sich, bis nicht mehr genug Nutzer\*innen zuschauen. Die Folge: Selbst mit einem einzigen Video kann man potenziell einen viralen Erfolg landen und Tausende, wenn nicht Millionen Views und Likes ansammeln. Das macht TikTok attraktiv – vor allem für neue Nutzer\*innen.

Während russische Panzer Mitte Februar gen Westen rollen, sind sich zahlreiche Expert\*innen, unter anderem eine langgediente ARD-Korrespondentin in Moskau, sicher, dass der russische Präsident »am Ende nicht angreifen wird«<sup>5</sup>. Auf TikTok häufen sich derweil Videos, in denen meist junge Nutzer\*innen Angst vor einem nahenden Krieg äußern, Tipps für Notfalltaschen austauschen und versuchen, Präsident Putin (hier gerne »Vladdy Daddy« genannt) mit eilig bei Google übersetzten Kommentaren vom Angriff abzuhalten. Diese aktionistischen, mit popkulturellen Anspielungen versehenen, humorvol-

len, kurzen Video-Einwürfe und audiovisuellen Bastelarbeiten mögen naiv anmuten, sie können aber als kollektive Bewältigungsstrategie verstanden werden. Zudem ahnen sie konkrete Ereignisse (z. B. den Kriegsbeginn, Flucht, Tracking von Smartphones für Angriffe etc.) voraus. TikTok bietet hier auf dem intimen Smartphone-Screen in der eigenen Hand einen unmittelbaren Diskursraum, in dem via Textkommentar oder Videoantwort mit Nutzer\*innen aus ganz unterschiedlichen nationalen, kulturellen und sozioökonomischen Zusammenhängen abseits traditioneller Medien interagiert wird.

Der Angriff und Einmarsch russischer Truppen am 24. Februar 2022 wird ebenfalls auf der App dokumentiert. Anders als in vorangegangenen Kriegen und Konflikten bietet TikTok eine neue Qualität multidimensionaler und zumindest zu Beginn quasi ungefilterter audiovisueller Einblicke in das chaotische Kriegsgeschehen. Während internationale Journalist\*innen wie Matthew Cassel, Reporter für *Vice World News*, via TikTok aus der ukrainischen Hauptstadt berichten, filmen ukrainische TikTok-Nutzer\*innen wie Marta Vasyuta (@martavasyuta) Luftangriffe<sup>6</sup> in der Westukraine (Abb. 2). Diese werden später vom Recherchezentrum Correctiv als authentisch<sup>7</sup> bestätigt.

---

### »BOMB SHELTER VIBES«

Den nachhaltigsten Eindruck hinterlassen Videos junger ukrainischer TikTok-Nutzer\*innen, die ihr Leben im neuen Ausnahmezustand dokumentieren. Die 18-jährige Alina Volik (@alina\_\_volik) aus Saporischschja beispielsweise veröffentlichte vor dem Krieg auf der Plattform Urlaubsvideos, jetzt filmt sie ihren Notfallrucksack mit Dokumenten, Geld und Medikamenten, zeigt abgeklebte Fenster und Screenshots von Freund\*innen, die ihre improvisierten Luftschutzräume via Messengerdienst senden. Auch



Screenshot von TikTok © Marta Vasyuta

Abb. 2: Die Userin Marta Vasyuta veröffentlicht auf TikTok Szenen der ersten russischen Angriffe am 24. Februar 2022

die 18-jährige Dzvinka Hlibovytska (@dzvns) aus dem Westen der Ukraine filmt ihren Alltag (Abb. 3) und später ihre Flucht aus der Stadt Lwiw. Es ist etwas vollkommen anderes, ob man als außenstehende Person in Sicherheit einen kurzen Nachrichtenbeitrag über den Krieg anschaut oder von den sonst nur als Nachrichtenobjekt auftauchenden Menschen – quasi von Angesicht zu Angesicht – zum Beispiel gezeigt bekommt, dass sie den Zeichentrickfilm *Die Minions* auf dem Tablet-PC schauen, während sie im Luftschutzbunker ausharren. Weit über TikTok hinaus erreichen beispielsweise die Videos und kurzen lakonischen Berichte der 20-jährigen Valerie Shashenok (@valerisssh) Zuschauer\*innen weltweit. Sie nutzt typische kurzweilige Erzählweisen der App wie beispielsweise das Videoformat »Was ist in deiner Tasche?«. Während Teens und Twens hier normalerweise schicke Designertaschen präsentieren, in denen sich neben dem Smartphone meist nur einige Kosmetikartikel befinden, zeigt Shashenok einen Müllsack, der mit Nudeln und Reispacketen gefüllt ist. Die Kellertoilette wird bei ihr zur Bibliothek und eine Metallwanne mit Wasser zum »Jacuzzi«, während der Kaffee dank Stromausfall

eben mit einem Gasbrenner erhitzt wird. Nutzer\*innen aus aller Welt nehmen so täglich Anteil an diesem Leben und der späteren Flucht. Videos wie diese werden unter dem Schlagwort »Bomb Shelter Vibes« gefasst. Der Vibe, also eine emotionale Reaktion auf die Aura einer Person, eines Ortes oder einer Sache, sind bei TikTok zentral. Neben der reinen Informationsvermittlung funktionieren Videos hier gut, die nonverbale audiovisuelle Codes enthalten, zu denen Nutzer\*innen eine Verbindung aufbauen können. Ukrainische TikTok-Nutzer\*innen verwenden auf der App bekannte und beliebte Sounds, Trends und Challenges und laden diese mit einer weiteren Bedeutungsebene auf. Wer die App täglich nutzt, denkt ab sofort bei Liedern wie »Another Love« von Tom Odell oder dem sizilianischen Volkslied »Luna mezz’o mare« Bilder aus der Ukraine mit. Statt Objekt der Berichterstattung werden diese jungen Menschen Subjekte ihrer eigenen Erzählung – unmittelbar und intim. Oder wie es die Meme-Forscherin Irdil Galip im Magazin *The Face* formuliert: Diese bemerkenswert unbeschwerten Videos sind ein »F\*\*\* y\*\*«-Finger an den völkermörderischen Putin und seine Kumpanen, die in der Ukraine Chaos anrichten.<sup>8</sup>

### MIS- UND DESINFORMATION

Es sind natürlich nicht nur Journalist\*innen, Augenzeug\*innen und selbst betroffene Nutzer\*innen, die unter dem Hashtag #Ukraine Inhalte auf TikTok veröffentlichen. Bereits in den ersten Stunden der Invasion wurde die Plattform mit einer verwirrenden Mischung aus Propagandavideos, falschen Augenzeugenberichten und Fehlinformationen geflutet. Der Algorithmus spült interessierten Nutzer\*innen immer mehr Kriegsinhalte auf die »For You«-Page. Zu sehen gibt es hier unter anderem Videomaterial, das eigentlich aus Computerspielen<sup>9</sup> oder ganz anderen

Kontexten<sup>10</sup>, wie beispielsweise einer Truppenübung aus dem Jahr 2016<sup>11</sup>, stammt (siehe auch Msughter in dieser Ausgabe). Die Motivation, warum Nutzer\*innen nachweislich Falschinformationen teilen, sind unterschiedlich. Mit gefälschten Livestreams<sup>12</sup> und der Möglichkeit sogenannter Micro-Donations, also Zahlungsanweisungen via App, versuchen Betrüger\*innen, aus der Not der Menschen im Krieg Kapital zu schlagen. Andere verwenden die auf der App beliebte Funktion, Audios anderer Nutzer\*innen mit neuem Videomaterial zu versehen, um so zu tun, als ob sie sich selbst im Kriegsgebiet<sup>13</sup> befinden würden. Über die genauen Gründe kann hier nur spekuliert werden: Geltungssucht durch Likes und Anteilnahme, eine Überidentifikation mit Betroffenen oder einfach eine sträflich naive Nutzung bekannter Features der Plattform? Im Laufe des Konflikts erweist sich TikTok gleichsam als »die zuverlässigste Quelle, die wir haben«<sup>14</sup> und als Epizentrum von Mis- und Desinformation.<sup>15</sup> Neben zum Teil unwissend geteilten Falschinformationen nutzen auch die Konfliktparteien die App zur bewussten Streuung von Desinformationen. Seit Beginn des Kriegs verstehen der ukrainische Präsident und sein Team es sehr gut, Informationen auf Social-Media-Kanälen, Content-Plattformen



Screenshot von TikTok © Dzvinka Hlibovytska

Abb. 3: Dzvinka Hlibovytska zeigt auf TikTok ihren Alltag in der ukrainischen Stadt Lwiw



wie TikTok oder Messengerdiensten zu platzieren.

Der Krieg ist eben auch ein Informationskrieg. So wird beispielsweise die Legende des sogenannten »Geists von Kiew« lanciert. Bei dem Geist handelt es sich angeblich um den ukrainischen Piloten einer MiG-29, der 10 Flugzeuge der russischen Streitkräfte abgeschossen haben soll. Videos dazu werden viral geteilt. Auch der Inlandsgeheimdienst der Ukraine verbreitete die Meldung<sup>16</sup>, bis die ukrainische Luftwaffe Anfang Mai mitteilt, es habe den Geist nie gegeben<sup>17</sup>. Russisch kontrollierte Medien fluten TikTok mit Desinformationen, berichtet das Institute for Strategic Dialogue.<sup>18</sup> Auch nachdem TikTok den Upload neuer Videos aus Russland unterbunden hatte, posteten einige Accounts wie RIA Novosti und die Chefredakteurin von RT, Margarita Simonya, weiter, bevor die meisten Accounts Anfang Mai gesperrt wurden. Neben der Kontrolle der russischen Medien umfasst der Informationskrieg des Kreml auch andere Spielarten der Desinformation. So gibt es beispielsweise koordinierte Aktionen unter Einbindung von russischen Creator\*innen, wie unter anderem *Vice*<sup>19</sup> berichtet. Über 180 russische Influencer\*innen auf TikTok sind an einer konzertierten Propagandakampagne mit der Überschrift »Russian Lives Matter« beteiligt, berichtet die amerikanische Nichtregierungsorganisation Media Matters<sup>20</sup>. Die Influencer\*innen nutzen auf der App beliebte Songs, um beispielsweise eine Choreografie zu performen, die ins Zeigen eines aus 2 Händen geformten Buchstabens »Z« mündet. Dieser steht für die russische Invasion und soll mittels TikTok ganz offenbar Eingang in die Popkultur und Lebensrealität einer jüngeren Zielgruppe finden und von dieser nachgeahmt werden<sup>21</sup>. Zudem gibt es Videos, in denen russische Influencer\*innen Botschaften verkünden, die in weiten Teilen Wort für Wort deckungsgleich mit der Regierungspropaganda sind und offenbar vorher via Telegram-Channel verteilt wurden<sup>22</sup>.

Über den Erfolg dieser Kampagnen kann man zum jetzigen Zeitpunkt nur spekulieren. Aber allein die Tatsache, dass TikTok mit diesem Aufwand bespielt wurde und wird, zeigt die Relevanz, die die Plattform inzwischen auch im politischen Kontext hat.

TikTok hat bei den jungen Zielgruppen das ehemalige Massenmedium Fernsehen hinter sich gelassen. Laut einer Studie von Ofcom verbringen User\*innen zwischen 15 und 24 in Großbritannien jeden Tag durchschnittlich 57 Minuten mit der App und damit mehr Zeit als vor dem Fernseher (53 Minuten), berichtet die *Financial Times*<sup>23</sup> im August 2022. Aktuelle Zahlen belegen, dass TikTok dabei ist, das Gleiche mit Instagram zu tun. Wie das *Wall Street Journal*<sup>24</sup> berichtet, verbringen TikTok-Nutzer\*innen 10-mal so viel Zeit damit, Inhalte auf TikTok zu konsumieren, wie Instagram-Reels-Videos anzuschauen. Die laut Statista<sup>25</sup> 19,51 Millionen deutschen TikTok-Nutzer\*innen pro Monat sehen neben Challenges und Musik- und Kochvideos auf der App inzwischen auch Kriegsvideos und Propaganda. Hier ist die Vermittlung einer Digitalkompetenz notwendig, um Inhalte besser einschätzen und bewerten zu können. »Was sehe ich hier eigentlich? Kann ich diese Informationen überprüfen? Wer hat das mit welchem Interesse gepostet?« Das sind alles Fragen, die zum täglichen TikTok-Konsum mit dazugehören sollten. ■

## ANMERKUNGEN

- <sup>1</sup> [https://www.tiktok.com/@alexhook2303/deo/7063830345262648581?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@alexhook2303/deo/7063830345262648581?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en) [19.9.22]
- <sup>2</sup> <https://www.reuters.com/technology/tiktok-war-how-russias-invasion-ukraine-played-social-medias-youngest-audience-2022-03-01/> [19.9.22]
- <sup>3</sup> <https://www.gq-magazin.de/technik/artikel/tiktok-app-ueberholt-facebook-downloads> [19.9.22]
- <sup>4</sup> <https://www.washingtonpost.com/world/2022/02/11/russia-ukraine-military-videos-tiktok/> [19.9.22]
- <sup>5</sup> <https://www.n-tv.de/mediathek/videos/politik/Schmidt-Denker-Putin-wird-am-Ende-nicht-angreifen-article23068743.html> [19.9.22]
- <sup>6</sup> [https://www.tiktok.com/@martavasyuta/video/7068169525350386950?\\_r=1&t=8SC4aRPIMKT&is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7068169525350386950](https://www.tiktok.com/@martavasyuta/video/7068169525350386950?_r=1&t=8SC4aRPIMKT&is_from_webapp=v1&item_id=7068169525350386950) [19.9.22]

- <sup>7</sup> <https://correctiv.org/faktencheck/2022/02/25/videos-von-luftangriffen-auf-den-militaerflughafen-ivano-frankivsk-sind-authentisch/> [19.9.22]
- <sup>8</sup> <https://theface.com/society/why-are-ukrainians-posting-on-tik-tok-russian-invasion-putin-social-media-viral-politics-young-people> [19.9.22]
- <sup>9</sup> <https://twitter.com/Shayan86/status/1500650778318540802> [19.9.22]
- <sup>10</sup> [https://twitter.com/mk\\_boehm/status/1502186620518379526](https://twitter.com/mk_boehm/status/1502186620518379526) [19.9.22]
- <sup>11</sup> [https://twitter.com/oneunderscore\\_/status/1496897223237554177](https://twitter.com/oneunderscore_/status/1496897223237554177) [19.9.22]
- <sup>12</sup> <https://twitter.com/abbieasr/status/1497381583984074755> [19.9.22]
- <sup>13</sup> <https://twitter.com/tiktaktactics/status/1497148096802926616> [19.9.22]
- <sup>14</sup> <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/watching-the-worlds-first-tiktok-war> [19.9.22]
- <sup>15</sup> <https://www.newsguardtech.com/de/special-reports/rusland-ukraine-tracking-center/> [19.9.22]
- <sup>16</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Geist\\_von\\_Kiew#cite\\_note-5](https://de.wikipedia.org/wiki/Geist_von_Kiew#cite_note-5) [19.9.22]
- <sup>17</sup> <https://www.nbcnews.com/news/world/ukraine-admits-ghost-kyiv-isnt-real-wartime-myth-russia-rcna26867> [19.9.22]
- <sup>18</sup> [https://www.isdglobal.org/digital\\_dispatches/propaganda-russia-state-controlled-media-flood-tiktok-with-ukraine-disinformation/](https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/propaganda-russia-state-controlled-media-flood-tiktok-with-ukraine-disinformation/) [19.9.22]
- <sup>19</sup> <https://www.vice.com/en/article/epxken/russian-tiktok-influencers-paid-propaganda> [19.9.22]
- <sup>20</sup> <https://www.mediainfluencers.org/tiktok/pro-russia-propaganda-campaign-using-over-180-tiktok-influencers-promote-invasion-ukraine> [19.9.22]
- <sup>21</sup> <https://www.marcus-boesch.de/wp-content/uploads/2022/05/masquerade.mp4> [19.9.22]
- <sup>22</sup> <https://www.vice.com/en/article/epxken/russian-tiktok-influencers-paid-propaganda> [19.9.22]
- <sup>23</sup> <https://www.ft.com/content/4a2f2ad8-7633-4bd7-9300-988f699dfbc9> [19.9.22]
- <sup>24</sup> [https://www.wsj.com/articles/instagram-reels-tiktok-meta-facebook-documents-1166299177?mod=hp\\_lead\\_pos10](https://www.wsj.com/articles/instagram-reels-tiktok-meta-facebook-documents-1166299177?mod=hp_lead_pos10) [19.9.22]
- <sup>25</sup> <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/> [19.9.22]

## DER AUTOR

Marcus Bösch ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg und promoviert an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster zu Desinformationen auf TikTok. Er veröffentlicht den wöchentlichen Newsletter »Understanding TikTok«.

