

# GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE UND MEINUNGS- BILDUNG AUF TWITCH

Von einer reinen Gaming-Plattform zum Ort für politischen Austausch?

Von Viola Carolina Granow\*

## Kurz und knapp

- 42 Prozent der 14- bis 40-Jährigen in Deutschland nutzen Twitch mindestens selten. Die Twitch-User sind überwiegend männlich und zum größten Teil zwischen 21 und 30 Jahren alt.
- Gaming ist meist der erste Berührungspunkt mit Twitch. Auf der Plattform stehen Content-Creator und ihre Livestreams im Fokus, die ein Community-Gefühl und eine enge Bindung entstehen lassen.
- Der Anteil politischer Inhalte auf Twitch wird von 30 Prozent der für die Studie befragten gesellschaftspolitisch interessierten Nutzerinnen und Nutzern als „sehr groß“, von weiteren 41 Prozent als „eher groß“ wahrgenommen.
- Vor allem Fake News, Mobbing und Hatespeech werden von den Befragten als potenzielle Gefahren auf der Plattform eingeschätzt.

Das 2011 gestartete Twitch ist eine Online-Streamingplattform, die ihren Fokus – bislang – stark auf Gaming und Livestreaming legt.<sup>1</sup> Das Unternehmen selbst sieht seinen Unique Selling Point (USP) in der Interaktion und dem Zusammenbringen von Menschen im Internet.<sup>2</sup> Twitch öffnet sich derzeit als Plattform und entwickelt sich von einer vorwiegenden Gaming-Plattform zu einem Ort, an dem gesellschaftlicher Diskurs eine immer größere Rolle spielt. Die vorliegende Studie soll diese Entwicklung aus Nutzendensicht herausarbeiten.

## Methodik und Zielsetzung

Ziel der vorliegenden Studie<sup>3</sup> war, die Plattform Twitch aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer in Hinblick auf gesellschaftliche Teilhabe und gesellschaftspolitische Themen zu untersuchen, sowie ein tieferes Verständnis der Rolle von Twitch in der politischen Meinungsbildung zu erlangen. Im Rahmen der Studie wurden 14- bis 40-Jährige in Deutschland mit Interesse an den Themen Politik, Gesellschaft und Nachrichten und einer mindestens wöchentlichen generellen Twitch-Nutzung sowie wöchentlicher Nutzung der Twitch-Kategorie „Just Chatting“<sup>4</sup> befragt (vgl. Abbildung 1). Rekrutierungskriterium war zudem die Nutzung von Streams, um sich über gesellschaftsrelevante und -politische Themen zu informieren bzw. diese Themen zu konsumieren. Darüber hinaus wurde ein Mix aus langjährigen und recht neuen Twitch-Nutzerinnen

1 Seit 2014 gehört die Plattform zum Online-Konzern Amazon.

2 Vgl. Eigenpräsentation des Unternehmens: <https://www.twitch.tv/p/de-de/about/> (abgerufen am 20.1.2025).

3 Die vorliegende Studie entstand in Kooperation der SWR-Medienforschung (Viola Granow & Heike Schwarz) mit dem ARD Partnermanagement Social Media (Sebastian Specht & Andreas Böhmer).

4 Beim Genre „Just Chatting“ geht es darum, im direkten Kontakt mit den Zuschauerinnen und Zuschauern über vielseitige Themen zu sprechen.

Abbildung 1:  
Methodensteckbrief - Zusammensetzung der Stichprobe

Zielgruppe	
Deutschsprachige Personen im Alter von 14 bis 40 Jahren mit Internetanschluss in Privathaushalten in Deutschland, die Twitch mindestens einmal wöchentlich seit mindestens drei Monaten nutzen, Interesse an den Themen Politik, Gesellschaft und Nachrichten haben sowie „Just Chatting“ mindestens einmal wöchentlich nutzen.	
Stichprobe: n=1.211 Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer quotiert nach:	
Alter:	17 % 14 bis 20 Jahre 43 % 21 bis 30 Jahre 40 % 31 bis 40 Jahre
Geschlecht:	30 % Frauen 70 % Männer
Region:	nach Bundesländern (lt. Screening)
Bildung:	18 % niedrig (inkl. Schülerinnen und Schüler), 22% mittel, 60% hoch
Migration:	40 % mit Migrationshintergrund
Dauer der Twitch-Nutzung:	33% seit weniger als einem Jahr, 67% seit mehr als einem Jahr

Quelle: Twitch-Studie 2024

und -Nutzern sichergestellt, um für eine möglichst große Perspektivenvielfalt zu sorgen.

**Qualitative und quantitative Untersuchung zu Nutzungsgewohnheiten und Erwartungen**

In einem Mixed-Method-Design wurden mit dem Marktforschungsinstitut mindline media zunächst im qualitativen Teil im Juli 2024 mit 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Plattform und die dort vorherrschenden Nutzungsgewohnheiten und -motive sowie Kontaktpunkte zu gesellschaftspolitischen Themen erschlossen. Zu Beginn wurde dabei in einem dreitägigen autoethnografischen Videotagebuch auf Individualebene ein tieferes Verständnis für die Twitch-Nutzung, die Motive zur Nutzung verschiedener Streams sowie die Kontaktpunkte zu und Relevanz von gesellschaftspolitischen Themen auf der Plattform geschaffen. Im Onlineforum wurden dann die Erkenntnisse aus Stufe 1 – auch dialogisch – vertieft.

Der quantitative Part erfolgte auf Basis der qualitativen Studie zweistufig: In Stufe 1 wurde ein bundesweit repräsentatives Screening zur Ermittlung der Strukturdaten für Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer (nach Alter, Geschlecht, Bildung, Region laut der Markt-Media-Studie Best for planning (b4p) 2024)<sup>5</sup> durchgeführt. Darauf aufbauend wurden im Sommer 2024 1.211 Personen mit den beschriebenen Zielgruppenkriterien mithilfe eines strukturierten Fragebogens befragt (Quotierung laut Screening in Stufe 1).

<sup>5</sup> Vorstudie/Screening: bundesweit repräsentatives Screening zur Ermittlung der Strukturdaten für Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer (nach Alter, Geschlecht, Bildung, Region lt. b4p 2024); n gesamt=11.792; n=4993 Twitch-User.

**Schwerpunkt beim Thema Gaming – Entwicklung hin zu breiterer inhaltlicher Ausrichtung** Der Schwerpunkt von Twitch liegt vor allem im Bereich Gaming. Auf der Plattform findet sich eine „eingeschworene Gemeinschaft, auf die man sich verlassen kann“<sup>6</sup>. Die Studie zeigt: Twitch ist als Gaming-Plattform gestartet und bietet jetzt umfangreicheren Content. Dabei lebt die Plattform von Köpfen und Persönlichkeiten, den Content-Creatoren<sup>7</sup>, die vielseitige Themen nahbar und echt präsentieren. In Bezug auf Gefahren, die auf Twitch wahrgenommen werden (zum Beispiel Hatespeech und Mobbing), sehen die User deshalb auch primär diese Creator in der Pflicht, sich der Themen anzunehmen.

**Live-Momente als Kernelement – Befragte sehen Twitch als passenden Ort für politische Themen** Twitch stellt aus Sicht der Befragten einen passenden Raum für politische Themen dar, und diese werden dort durchaus wahrgenommen. Die eigene Beeinflussbarkeit in der Meinungsbildung wird von den Nutzerinnen und Nutzern weniger stark bewertet als die Beeinflussung von „Anderen“. Insgesamt gilt Twitch aber als Ort, an dem Meinungsbildung stattfindet. Gemeinsame Live-Momente im Digitalen – zu unterhaltenden, aber auch ernstesten Themen – sind Kern der Plattform. Das Interagieren mit anderen Zuschauerinnen und Zuschauern und den Creatoren, das Teilen eines Live-Moments und feste Rituale verbinden die Community.

## Demografie und Nutzungsgewohnheiten

**Mehr als ein Drittel der 14- bis 40-Jährigen nutzen Twitch mindestens selten** 42 Prozent der 14- bis 40-Jährigen in Deutschland nutzen Twitch mindestens selten. Der Anteil der Twitch-User unter den 14- bis 40-Jährigen ist von 2022 bis 2024 um 7 Prozentpunkte gestiegen (vgl. Abbildung 2). Insbesondere die Nutzungsfrequenz hat sich erhöht. So nutzen 46 Prozent der Twitch-User die Plattform (mindestens) mehrmals wöchentlich. Dieser Wert lag im Jahr 2022 bei 37 Prozent. Gleichzeitig ging in diesem Zeitraum die seltenere Nutzung der Plattform zurück (von 52 % auf 40 %).

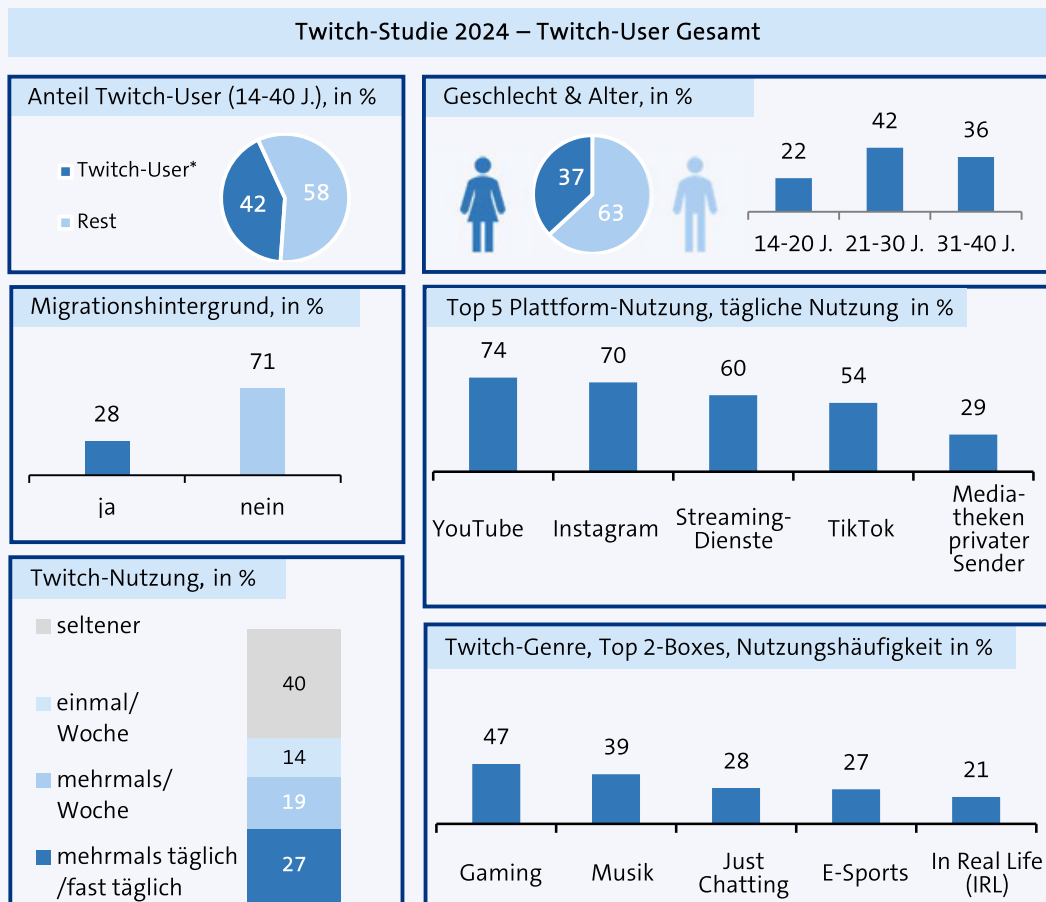
**Twitch-Nutzerschaft überwiegend männlich und zwischen 21 und 30 Jahre alt** Soziodemografisch hat sich die Plattform im Vergleich zur vorherigen Studie<sup>8</sup> nicht stark verändert: Twitch-User sind weiterhin zu zwei Dritteln männlich und zum größten Teil zwischen 21 und 30 Jahren alt (42 % im Jahr 2024). Der Anteil an Nutzerinnen und Nutzer mit Migrationshintergrund auf der Plattform stieg allerdings von 19 Prozent im Jahr 2022 auf 28 Prozent im Jahr 2024 an. Twitch-User nutzen heterogene Angebote: Neben Twitch werden Social-Media-Angebote wie YouTube, Instagram und TikTok und Streaming-Video-on-Demand (SVoD)-Plattformen wie Netflix sowie (vereinzelt) die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen und der privaten Sender genutzt. Gaming und Gameplay sind nach wie vor das wichtigste Twitch-Genre (59 % im Jahr 2021/22 zu 47 % im Jahr 2024), jedoch holen Genres wie Musik (39 %), „Just Chatting“ (28 %) und E-Sports (27 %) auf.

<sup>6</sup> Zitat aus dem qualitativen Teil der Studie.

<sup>7</sup> Streamer, die Inhalte auf Twitch zur Verfügung stellen bzw. live streamen. Populär gewordene Streamer, wie zum Beispiel Montana Black, Trymacs, Papaplatte, Knossi oder HandOfBlood, verfügen auf Twitch über Millionen Followerinnen und Follower. Twitch-Streamer mit entsprechender Reichweite sind dementsprechend auch gewissermaßen Influencerinnen und Influencer.

<sup>8</sup> Vgl. Granow, Viola Carolina/Schwarz, Heike: Onlinegaming und die Rolle der Plattform Twitch. Ergebnisse einer Mixed-Methods-Studie im Auftrag des SWR. In: Media Perspektiven 12/2022, S. 560 – 568; [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2212\\_Granow\\_Schwarz.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2212_Granow_Schwarz.pdf) (abgerufen am 20.01.2025).

Abbildung 2  
Soziodemografie und Nutzungsgewohnheiten von Twitch-Nutzerinnen und -Nutzern 2024



\* im Alter von 14 bis 40 Jahren; „mind. seltene“ Nutzung  
Basis: n=4.993 Twitch-User im Alter von 14 bis 40 Jahren

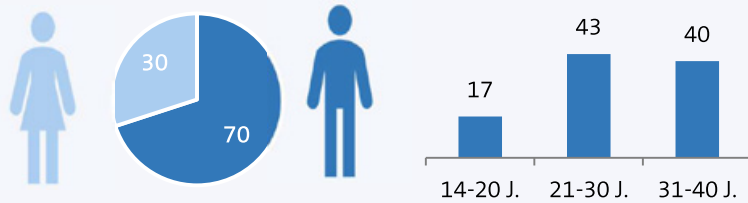
Quelle: Twitch-Studie 2024

**Subgruppe der politisch Interessierten nutzt Twitch ebenso zunächst zum Gaming**

Wie erwähnt, ist Twitch als Gaming-Plattform gestartet und hat sein Contentangebot mittlerweile umfangreich erweitert. Twitch-User, die Interesse an gesellschaftspolitischen Themen und Nachrichten haben, also die Kernzielgruppe der Studie, sind etwas älter und männlicher (70 %) als die Gesamtnutzerschaft von Twitch (vgl. Abbildung 3).

Auch für Nutzerinnen und Nutzer mit gesellschaftspolitischem Interesse ist Gaming der wichtigste (Streaming-)Content auf Twitch: Acht von zehn von ihnen schauen sich mindestens einmal pro Woche Gaming-Streams an. Das Interesse an bestimmten Themen schlägt sich in der intensiveren Nutzung entsprechender Livestreams nieder: Streams zu gesellschaftlichen (65 %) und politischen (59 %) Themen werden gern angeschaut, ebenso finden beispielsweise Themen wie Filme und Serien (67 %), Musik (69 %) und Comedy (64 %) Anklang (jeweils mindestens wöchentliche Nutzung).

Abbildung 3:  
Twitch-User mit Interesse an Gesellschaft, Nachrichten und Politik  
Geschlecht/Alter, in %



Basis: Twitch-User (14-40 J.); n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

Auch wenn man nach Nutzungsmotiven für Twitch fragt, zeigt sich ein klares Bild, das erneut die Relevanz von Gaming unterstreicht: 85 Prozent der Befragten geben an, Twitch zu nutzen, um Games bzw. Gameplay anzuschauen (vgl. Abbildung 4)<sup>9</sup>. Aber auch, um die Meinungen anderer Menschen zu verschiedenen Themen kennenzulernen, wird die Plattform intensiv genutzt (83 %) sowie um sich zu informieren, mit Gleichgesinnten in Kontakt zu kommen oder sich zu unterhalten.

Schon im qualitativen Studienteil wurde deutlich, dass Gaming häufig der Grund für den Erstkontakt zur Plattform ist und in der Folge dann weitere Themenbereiche „entdeckt“ werden, die zum Bleiben überzeugen. Deutlich wird, dass auf Twitch auch Nischenthemen Platz haben und dass die Nutzerinnen und Nutzer der Plattform das sehr schätzen. Ebenso reizt der „Blick durchs Schlüsselloch“: Man kann Einblick in das Leben der Streamer gewinnen und deren Positionen zu verschiedenen Themen kennenlernen.

**Live-Charakter, Interaktion und Fokus auf Personality sind USPs von Twitch**

Den Kern von Twitch bilden die Interaktion und der Live-Charakter der Plattform sowie eine starke Zentrierung auf Content-Creator als Persönlichkeiten. Die Plattform bietet nicht „nur“ parasoziale, sondern auch soziale Interaktion – und damit Nähe. Unter anderem in Livestreams zeigt sich das Community-Gefühl. Auf der Plattform findet sich eine „eingeschworene Gemeinschaft, auf die man sich verlassen kann“.<sup>10</sup> Die hohe Relevanz von Livestreams auf Twitch legt nahe, dass es auch eine hohe Erwartungshaltung an die inhaltliche Qualität und Machart dieser gibt: Sie müssen echt wirken und dürfen nicht den Eindruck vermitteln, gescriptet zu sein. Von den Streamern werden Authentizität und Natürlichkeit gefordert. Die Community und der Chat sind zentrale Elemente der Plattform: Nutzerinnen und Nutzer legen Wert darauf, dass der Chat Interaktion bietet. Auch sind den Usern kontroverse Diskussionen in den Streams wichtig.

**Twitch als Ort für parasoziale und soziale Interaktion**

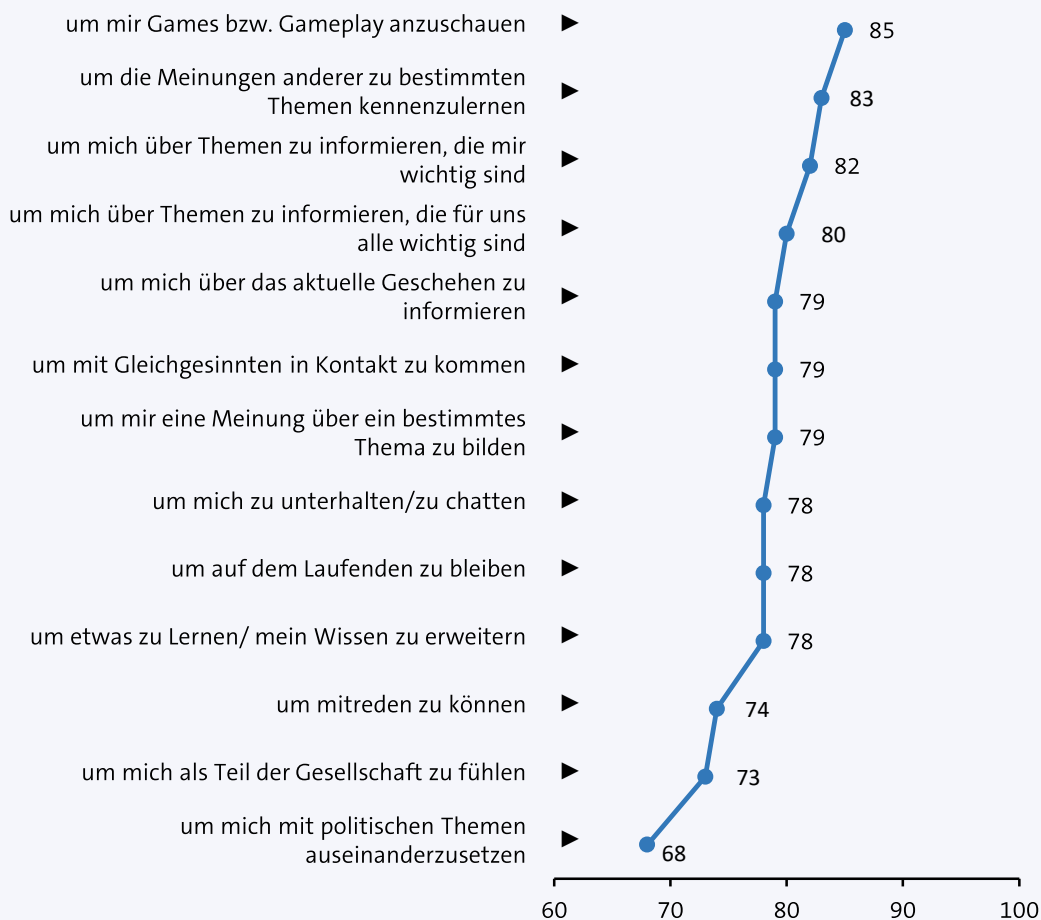
Die Relevanz des Live-Moments spiegelt sich auch klar in den Nutzungsgewohnheiten wider: 78 Prozent der Befragten schauen meistens Livestreams, wenn sie Twitch nutzen, 30 Prozent unter ihnen sogar (fast) immer (vgl. Abbil-

<sup>9</sup> Mehrfachauswahl möglich.

<sup>10</sup> Zitat aus dem qualitativen Teil. Weitere Zitate jeweils ebenfalls aus dem qualitativen Teil.

Abbildung 4  
Nutzungsmotive von Twitch  
Top-2-Boxes: trifft voll und ganz zu/eher zu, in %

Twitch nutze ich...



Frage: „Es gibt ja unterschiedliche Gründe, warum man eine Streamingplattform nutzen kann. Inwieweit treffen diese Gründe auf Dich zu? Warum nutzt Du Twitch?“

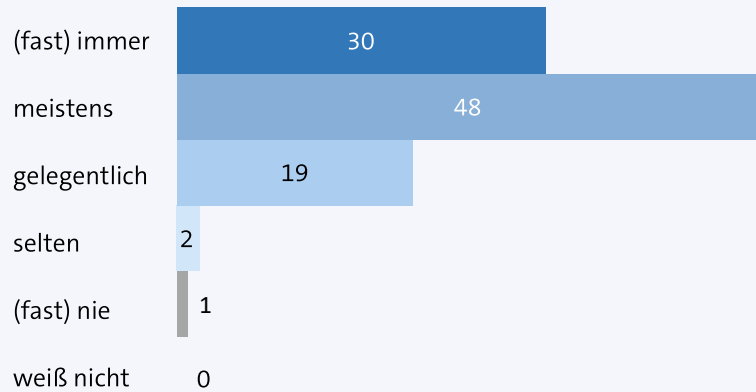
Basis: n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

dung 5). 81 Prozent der Befragten geben an, dass ihnen eine Verbundenheit sehr wichtig/wichtig ist, wenn sie Livestreams nutzen. Bei Livestreams ist den Nutzerinnen und Nutzern auch (sehr und eher) wichtig, dass man mit den Streamern (80 %) und anderen Zuschauerinnen und Zuschauern (77 %) interagieren kann. Einen „Moment mit anderen [zu teilen]“ (76 %) ist ebenso wichtig wie das „feste Ritual“ im Kalender (75 %) (vgl. Abbildung 6). Es wird also deutlich, dass gemeinsame Momente geschaffen und mit anderen geteilt werden können.

Abbildung 5  
Nutzungshäufigkeit von Twitch-Livestreams  
in %

Ich schaue Livestreams auf Twitch...



Frage: „Auf Twitch können ja sowohl Livestreams als auch Aufzeichnungen angeschaut werden. Wie häufig schaust Du Livestreams auf Twitch, wenn sie gerade laufen?“

Basis: Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer, die Livestreams folgen oder Streams/Content ansehen: n=1.002

Quelle: Twitch-Studie 2024

**Nutzerinnen und Nutzer schätzen das Community-Gefühl als verbindendes Element**

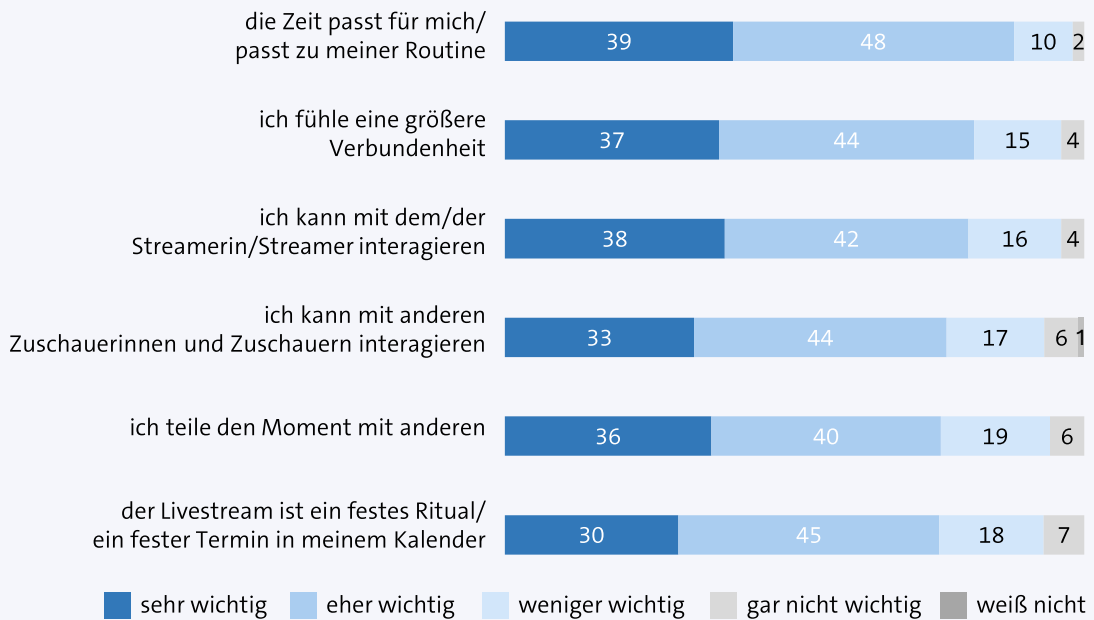
Das Image von Twitch ist bei den Nutzerinnen und Nutzern sehr positiv: Befragte empfinden die Plattform als spannend (87 %), vielseitig (86 %) und authentisch (85 %; vgl. Abbildung 7). Diejenigen, die die Plattform schon länger nutzen, empfinden diese als noch positiver als „Neulinge“. Auch im Vergleich zu anderen Plattformen erzielt Twitch in puncto Image bei den eigenen Usern mit gesellschaftspolitischem Interesse sehr gute Werte, nur YouTube schneidet auf den meisten Dimensionen noch besser ab. In zwei Dimensionen sticht Twitch – auch gegenüber YouTube – besonders positiv hervor: Es wird – passend zum oben beschriebenen Community-Gefühl auf der Plattform – als besonders verbindend wahrgenommen: 84 Prozent der Befragten stimmen der Aussage (voll und ganz/eher) zu, dass Twitch verbindend sei. Über YouTube (79 %), Instagram (78 %) und TikTok (75 %) sagen das weniger Befragte. Ebenso wird Twitch im Vergleich zu den anderen abgefragten Plattformen weniger oft als „manchmal anstrengend“ (60 %) empfunden.

**Vor allem Fake News, Mobbing und Hatespeech werden als problematisch angesehen**

Trotz aller Vorzüge der Plattform werden auch Gefahren auf Twitch wahrgenommen. Jeder bzw. jede Dritte sieht gewisse Gefahren, die von Twitch als Plattform ausgehen als „sehr“ gefährlich an, vor allem Fake News (33 %), Mobbing (31 %) und Hassrede (Hatespeech) (30 %; vgl. Abbildung 8). Betrachtet man auch die Angabe „etwas gefährlich“, so sieht man, dass sogar zwei Drittel der Befragten gewisse Gefahren auf Twitch wahrnehmen. Hierzu gehören neben den genannten Problemfeldern auch Radikalisierung, eine sogenannte „Cancel Culture“ und Datenschutzverletzungen. Ein tieferer Blick in die Daten zeigt, dass Frauen auf Twitch eine stärkere Bedrohung durch Hatespeech, Radikalisierung, sogenannte „Cancel Culture“ und Fake News empfinden als der

Abbildung 6  
Nutzungsmotive für die Nutzung von Livestreams auf Twitch  
in %

Ich schaue Livestreams auf Twitch mind. gelegentlich weil...



Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Dich, die Streams live zu verfolgen?“  
Basis: Twitch-Nutzerinnen und –Nutzer, die mind. gelegentlich Livestreams auf Twitch schauen: n=974

Quelle: Twitch-Studie 2024

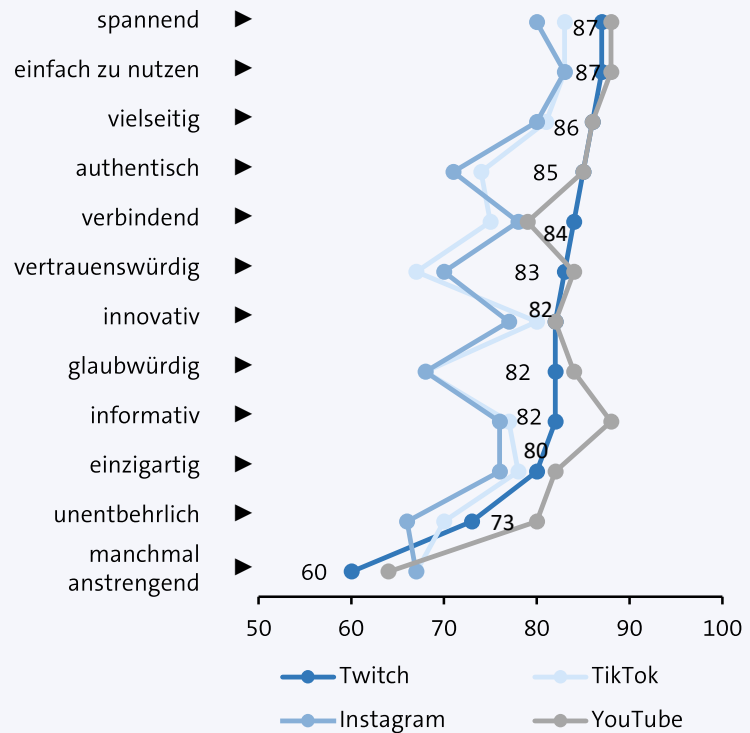
Durchschnitt der Befragten. Dies hängt unter Umständen damit zusammen, dass sie auch in der Realität eher von diesen Dingen betroffen sind.<sup>11</sup> Interessant ist auch, dass Menschen, die erst seit kurzem Twitch nutzen, die Plattform in Bezug auf Risiken kritischer sehen. Die Loyalität zur Plattform scheint also mit der Zeit zu steigen und damit die Gefahreinschätzung zurückzugehen. Auch bei der Abfrage der Gefahren ist spannend, dass den anderen abgefragten Social-Media-Plattformen diese Risiken noch stärker zugeschrieben werden als Twitch, sie also in allen Bereichen als „gefährlichere“ Plattformen eingeschätzt werden.

Im qualitativen Studienteil zeigt sich ebenfalls, dass das Verbreiten von Falschinformationen und extremen Meinungen wahrgenommen und als problematisch angesehen wird.

<sup>11</sup> Vgl. Tagesschau.de: Hass im Netz schreckt viele ab. Studie zum Nutzungsverhalten; <https://www.tagesschau.de/inland/internet-hass-100.html#:~:text=Hass%2C%20Gewalt%2C%20%39Cbergriffe%20%2D%20vor,Paus%20k%C3%BCndigte%20weitere%20Gesetze%20an> (abgerufen am 20.1.2025).

Abbildung 7  
Nutzungsmotive und Image von Twitch im Plattformvergleich  
Top-2-Boxes: trifft voll und ganz zu/trifft eher zu, in %

Die Aussage trifft voll und ganz/eher zu...



Frage: „Nachfolgend siehst Du ein paar Eigenschaften, mit denen Plattformen beschrieben werden können. Bitte gib bei jeder Eigenschaft an, inwieweit diese auf [...] zutrifft.“

Basis: Twitch: n=1.211; TikTok: n=631; Instagram: n=901; YouTube: n=882

Quelle: Twitch-Studie 2024

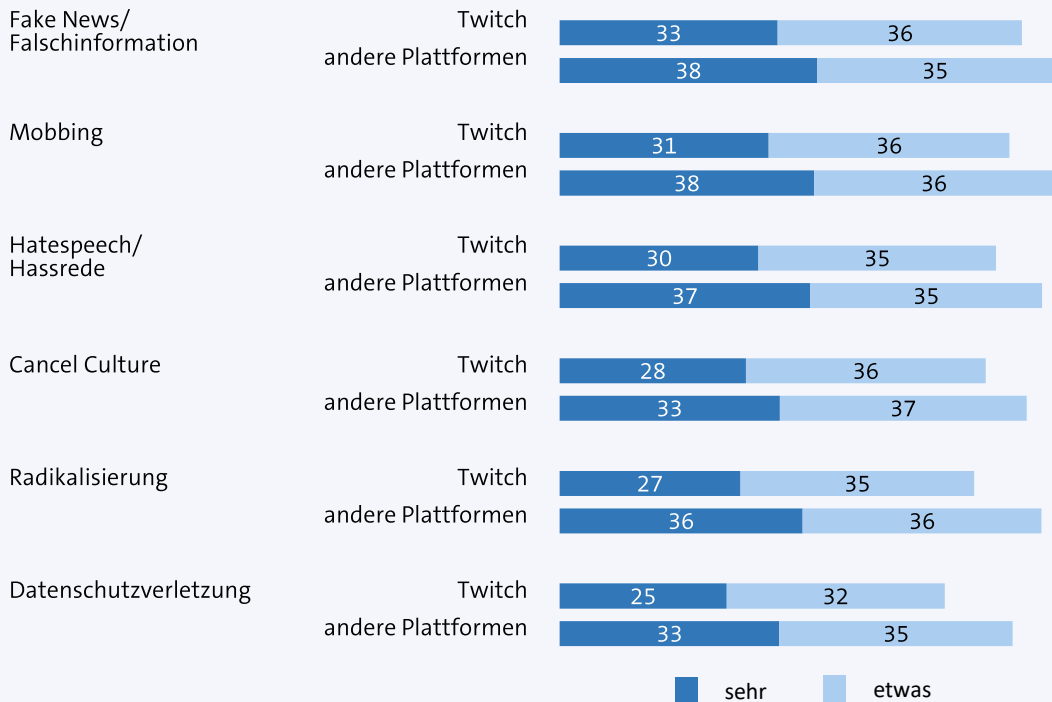
## Gesellschaftspolitische Themen und Meinungsbildung

### Anteil von Politik und Diskussionen auf Twitch nach Ansicht der Befragten gestiegen

In Hinblick auf politische Themen scheint Twitch für die Befragten „die richtige Mischung“ zu bieten: Politik ist ein Thema, aber nicht dominierend. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der qualitativen Studie sind sich dennoch einig darüber, dass der Anteil politischer Inhalte auf Twitch in den vergangenen Jahren gestiegen ist. Trotzdem wird Twitch nicht primär als politische Plattform wahrgenommen, sondern wie oben beschrieben als Ort, an dem Gaming-Inhalte überwiegen und gleichzeitig Platz für verschiedenste Themen und auch Nischeninteressen (Special-Interest-Themen) ist. Klar ist auch, dass politische Inhalte (meistens) nicht als solche gekennzeichnet oder beworben werden. Vielmehr kommen gesellschaftliche und politische Themen in verschiedensten Streams – auch zu anderen Themen – vor. Fragt man nach dem wahrgenommenen Anteil politischer Inhalte auf Twitch, so zeigt sich, dass dieser von

Abbildung 8  
Wahrgenommene Gefahren auf Twitch im Plattformvergleich  
Trifft etwas/sehr zu, in %

Für wie gefährlich hältst Du die folgenden Dinge auf...?



Frage: „Für wie gefährlich hältst Du die folgenden Dinge auf Twitch?“  
Frage: „Und für wie gefährlich hältst Du die folgenden Dinge auf anderen Plattformen?“  
Basis: n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

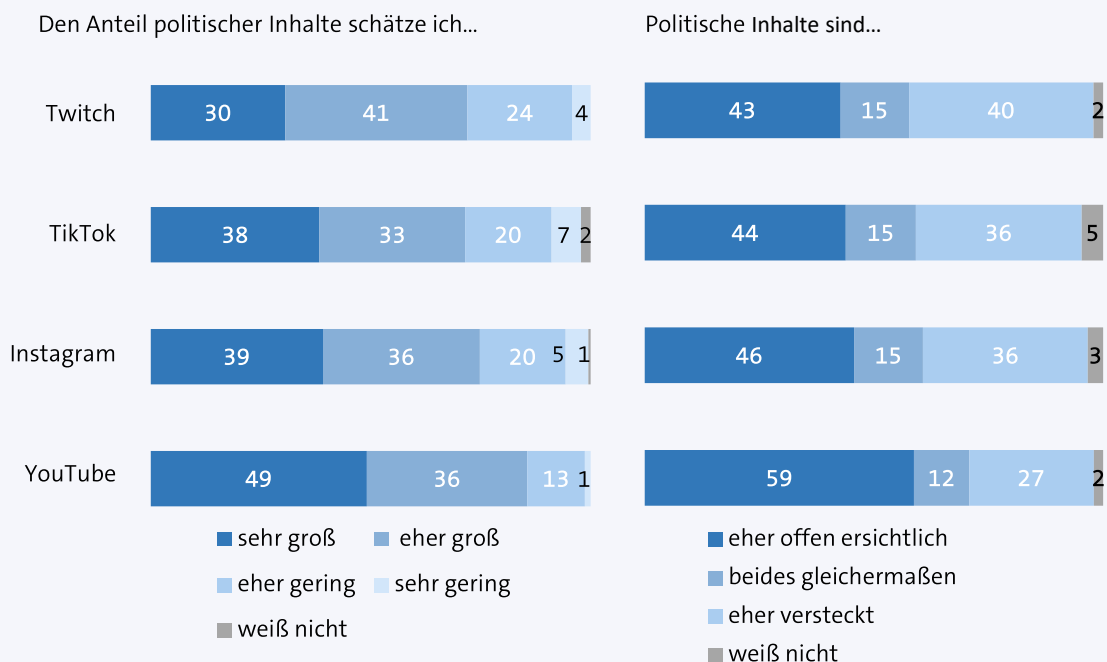
30 Prozent schon als „sehr groß“ eingeschätzt wird, weitere 41 Prozent der Befragten halten ihn für „eher groß“ (vgl. Abbildung 9).

**Weniger politische Inhalte als auf anderen Plattformen und weniger klar als solche ersichtlich**

Betrachtet man die Erkennbarkeit des Inhalts als politisch, halten 43 Prozent der Twitch- User mit gesellschaftspolitischem Interesse den politischen Inhalt für eher offen ersichtlich, während ein ähnlich großer Teil (40 %) der Meinung ist, dass das Politische eher versteckt stattfindet.

Spannend ist auch hier der Unterschied zu den anderen Plattformen, auf denen der Anteil politischer Inhalte durchweg als größer wahrgenommen und gleichzeitig auch die Erkennbarkeit als offener eingeschätzt wird. Spitzenreiter ist dabei YouTube: Hier schätzen 49 Prozent der Befragten den Anteil politischer Inhalte als sehr groß ein, und 59 Prozent sagen, dass diese dort eher offen ersichtlich sind. Twitch scheint im Vergleich mit den anderen populären Plattformen also noch am wenigsten politische Inhalte zu bieten. Gleichzeitig sind diese stärker „versteckt“ als auf TikTok, Instagram und YouTube.

Abbildung 9  
Politik und Meinungsbildung auf Twitch im Plattformvergleich  
Anteil und Erkennbarkeit politischer Inhalte, in %



Frage: „Wie groß schätzt Du den Anteil gesellschaftspolitischer Inhalte und Äußerungen auf den folgenden Plattformen ein?“  
Frage: „Sind gesellschaftspolitische Inhalte auf den folgenden Plattformen eher offen ersichtlich oder versteckt (z.B. in „Just Chatting“-Streams)?“  
Basis: n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

**Mehrheit der Befragten wünscht sich mehr politische Inhalte auf Twitch**

In der Befragung zeigt sich ebenfalls, dass ein Drittel der Befragten sehr zufrieden mit der Qualität der politischen Inhalte und Äußerungen auf Twitch ist, weitere 54 Prozent sind eher zufrieden damit. Nur 11 Prozent der Befragten sind (eher) unzufrieden mit dieser Art der Inhalte. Passend zu diesem Bild wünschen sich 56 Prozent der Befragten mehr politische Inhalte auf Twitch, 19 Prozent davon sogar deutlich mehr. Weitere 32 Prozent sagen, dass sie sich gleich viel gesellschaftspolitische Inhalte auf Twitch wünschen; nur 10 Prozent hätten gern (deutlich) weniger dieses Contents. Es zeigen sich auch kleinere Unterschiede unter den Nutzerinnen und Nutzern: So sind jene, die die Plattform und die Kategorie „Just Chatting“ intensiv nutzen<sup>12</sup>, mit der Qualität politischer Inhalte besonders zufrieden (43%). Sie wünschen sich auch noch stärker als der Durchschnitt mehr politische Inhalte auf Twitch (27%).

**Politische Diskussionen finden auf Twitch vorrangig per Chat oder via Umfragen statt**

Solche Inhalte können beispielsweise auch politische Diskussionen sein. Diese werden auf Twitch von 19 Prozent der Befragten regelmäßig und von weiteren 40 Prozent gelegentlich wahrgenommen. Nur 3 Prozent der Befragten gaben an, noch nie Diskussionen über Politik und Gesellschaft auf Twitch wahrgenommen zu haben.

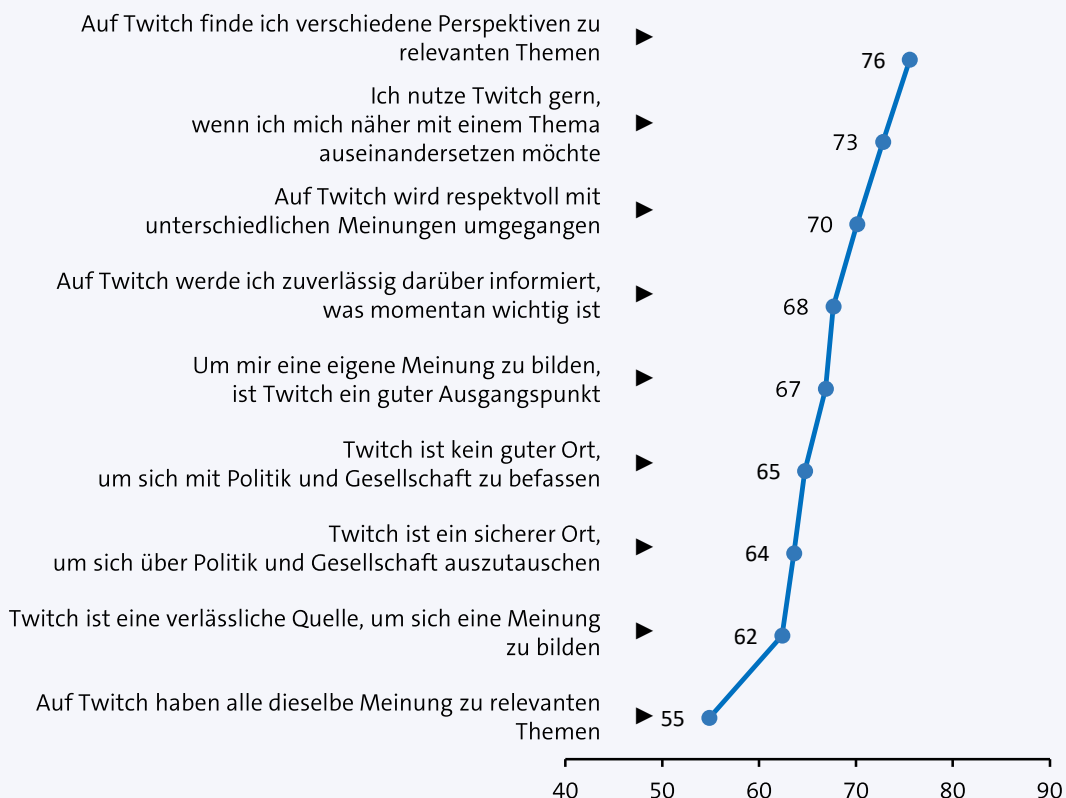
<sup>12</sup> Fast bis mehrmals tägliche Nutzung von „Just Chatting“.

nommen zu haben. Passend zu diesem häufigen Vorkommen politischer Diskussionen herrscht auch eine recht hohe Partizipation daran: Fast jede und jeder Zweite hat sich schon einmal an einer Diskussion über Politik und Gesellschaft auf Twitch beteiligt (43%). Dies erfolgte vorrangig durch die Verwendung des Chats im Stream oder durch das Chatten mit anderen Zuschauerinnen und Zuschauern sowie über Umfragen (Polls). Menschen, die Twitch sehr intensiv nutzen, sowie Männer beteiligen sich an politischen Diskussionen deutlich häufiger.

**Twitch als Ort, an dem Meinungsbildung stattfindet**

Dass viele Diskussionen über Themen rund um Politik und Gesellschaft stattfinden, legt nahe, dass Twitch für Menschen mit gesellschaftspolitischem Interesse ein Ort ist, an dem durchaus auch Meinungsbildung stattfindet. Dies bestätigen die Befragten auch in der quantitativen Befragung: So geben rund drei Viertel an, dass sie „auf Twitch verschiedene Perspektiven zu relevanten Themen [finden]“ (76%) und sie Twitch nutzen, wenn sie sich „näher mit einem Thema auseinandersetzen möchte[n]“ (73%; vgl. Abbildung 10). Auf Twitch wird aus Sicht der Befragten „respektvoll mit unterschiedlichen Meinungen

Abbildung 10  
Politik und Meinungsbildung auf Twitch  
Top-2-Boxes: voll und ganz/weitgehend, in %



Frage: „Inwieweit stimmst Du den folgenden Aussagen zu?“  
Basis: n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

umgegangen“ (70 %). Über 60 Prozent finden, dass Twitch ein sicherer Ort ist, um sich über Politik auszutauschen und als verlässliche Quelle für die eigene Meinungsbildung dienen kann. Gleichzeitig stimmen auch 65 Prozent der Befragten der Aussage (voll und ganz oder weitgehend) zu, dass Twitch „kein guter Ort [ist], um sich mit Politik und Gesellschaft zu befassen“.

**Männer sehen Twitch eher als sicheren Platz für Austausch über Politik als Frauen**

Auch in diesem Feld zeigen sich Unterschiede zwischen einzelnen Gruppen: Männer sehen Twitch eher als sicheren Ort an, um sich über Politik auszutauschen (66 % zu 59 % bei Frauen) und sich eine Meinung zu bilden (65 % zu 56 %). Ebenso haben User, die Twitch weniger als ein Jahr nutzen, noch stärker das Gefühl, dass auf Twitch respektvoll mit anderen Meinungen umgegangen wird (74 % zu 68 %) und die Plattform ein guter Ausgangspunkt für die eigene Meinungsbildung ist (72 % zu 65 %).

Mit Blick auf die Nutzungsmotive zeigt sich, dass Menschen auch explizit wegen dieser Themen- und Meinungsvielfalt Twitch nutzen: „Meinungen anderer zu bestimmten Themen kennenzulernen“ (83 %), sich „über Themen zu informieren, die für [sich selbst oder andere] wichtig sind“ (82 % bzw. 80 %) und sich „eine Meinung über ein bestimmtes Thema zu bilden“ (79 %) sind für die User Gründe zur Nutzung. Auch „sich als Teil der Gesellschaft zu fühlen“ (73 %) und sich „mit politischen Themen auseinanderzusetzen“ (68 %) sind wichtige Motive.

**Twitch als Ort, um Meinungen kennenzulernen, ohne sich selbst zwingend zu exponieren**

Dies zeigt sich auch im qualitativen Studienteil deutlich: Teilhabe und Austausch sowie das Kennenlernen der Perspektiven und Meinungen anderer ist wichtig für Twitch-User mit gesellschaftspolitischem Interesse. Es wird unterstrichen, dass dies nicht im aktiven Sinne erfolgen muss. Ein Großteil der Befragten schätzt an Twitch gerade, dass man durch Lesen der Chats und Schauen der Streams verschiedene Meinungen kennenlernt, seine eigene Meinung aber nicht unbedingt teilen muss.

**Potenzielle Beeinflussbarkeit durch Lieblingsstreamer und andere Nutzerinnen und Nutzer**

Wo Meinungsbildung stattfindet, gibt es potenziell auch Beeinflussung. Neun von zehn Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer finden, dass zumindest manchmal Personen auf Twitch gezielt versuchen, andere zu beeinflussen – jede bzw. jeder Vierte sogar „häufig“. Dies passiert aus Sicht der Befragten vor allem durch bestimmte Influencerinnen und Influencer bzw. Streamer. Ebenso wie den Nutzerinnen und Nutzern bewusst ist, dass Meinungsmache stattfindet, fühlen sie sich selbst auch von unterschiedlichen Aspekten beeinflusst. So hält sich jede bzw. jeder Vierte selbst für sehr beeinflussbar durch die Meinungen und Ansichten der Lieblingsstreamer, weitere 39 Prozent halten sich für „etwas beeinflussbar“. Den Einfluss der Streamer auf andere Personen schätzen die Befragten noch etwas höher ein als den auf sich selbst (sehr: 29 %; etwas: 40 %). Ähnlich sieht es bei dem Einfluss der Ansichten und Meinungen anderer Nutzerinnen und Nutzer aus: Diese beeinflussen die eigene Meinung und die von anderen zu 57 Prozent sehr oder etwas.

**Befragte sehen Potenzial zur Instrumentalisierung**

Sowohl im Videotagebuch als auch im Onlineforum des qualitativen Teils der Studie zeigte sich diese Einschätzung bereits: Die (teils) enge Bindung zu Streamern führt dazu, dass von diesen verbreitete Informationen und vertretene Meinungen weniger kritisch betrachtet oder sogar einfach übernommen werden. Dadurch hat Twitch aus Sicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchaus das Potenzial, von bestimmten Gruppen instrumentalisiert zu werden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer halten es für möglich, dass solche Gruppen die Plattform nutzen könnten, um bewusst zu manipulieren. Zudem wird

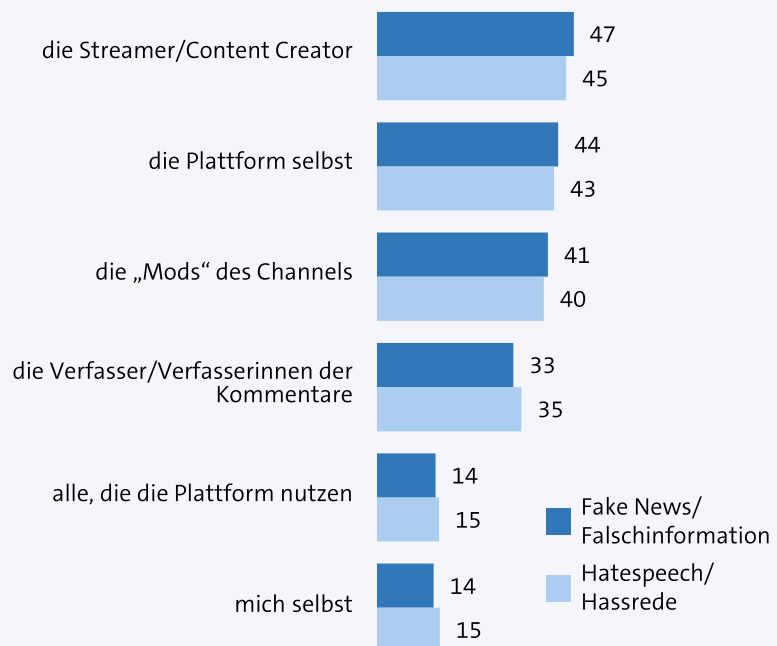
durchaus ein Einfluss der Meinungen (der anderen Zuschauerinnen und Zuschauer) im Chat sowie der Streamer auf die eigene Meinungsbildung wahrgenommen. Spannend ist hier: Alle Befragten betonten, dass sie Informationen selbst kritisch hinterfragen, und sich selbst dieser Gefahr nicht im gleichen Maße ausgesetzt sehen. Vielmehr sehen alle Zielgruppen (auch die 14- bis 17-Jährigen) stets noch „jüngere“ Twitch-Nutzerinnen und -Nutzer als potenziell gefährdeter, hier gezielt manipuliert zu werden.

**Hohe Erwartungshaltung an Content-Creator und ihre „Mods“ in Bezug auf die Einordnung von Informationen**

Durch die persönliche Bindung an Streamer und den zugeschriebenen hohen Einfluss, der in beiden Studienteilen herausgearbeitet wurde, besteht eine hohe Erwartung an diese, aber auch an die Plattform selbst – gerade auch beim Umgang mit den oben beschriebenen Gefahren. Sowohl im qualitativen als auch im quantitativen Teil der Studie drückten die Befragten ihre Erwartung aus, Achtsamkeit für Falschinformationen walten zu lassen und eine entsprechende Einordnung sicherzustellen: vor allem von Streamern, denen aufgrund der persönlichen Verbindung zur Community eine hohe Verantwortung zugeschrieben wird, als auch von der Plattform selbst (vgl. Abbildung 11).

**Abbildung 11**  
Verantwortung für den Umgang mit Fake News und Hatespeech auf Twitch  
in %

In der Verantwortung, gegen Fake News und Hatespeech auf Twitch vorzugehen, sehe ich...



Frage: „Und wen siehst Du in der Verantwortung, gegen Fake News und Hatespeech auf Twitch vorzugehen?“

Basis: n=1.211

Quelle: Twitch-Studie 2024

Ebenso fällt den sogenannten „Mods“<sup>13</sup> der Channels<sup>14</sup> eine Verantwortung zu, da der Chat als wichtiger Bestandteil des Streams viele Meinungen und ungeprüfte Behauptungen enthalten kann.

**ARD-Angebote  
auf Twitch: Gaming,  
Politik, Dialog**

Auf Twitch ist, wie oben beschrieben, im Kern eine eher Gaming-nahe Zielgruppe zu finden, da der Zugang in der Regel über das Interesse am Gaming erfolgt. Die Zielgruppe fühlt sich der Plattform und den Streamern sehr verbunden und verbringt hier viel Zeit. Für die ARD bietet Twitch eine weitere Möglichkeit, Inhalte dort anzubieten, wo junge Zielgruppen sich aufhalten. So kann ein Beitrag zur Meinungsbildung geleistet sowie geprüfte Informationen und ein sicherer Raum für Diskussionen angeboten werden. Hierfür entwickelt die ARD innovative Formate, um mit einer jungen Zielgruppe zu interagieren und in den Dialog zu treten.

Die ARD ist seit 2022 mit einem eigenen Kanal auf Twitch aktiv.<sup>15</sup> Dabei setzt sie neben Unterhaltung auch stark auf Livestreams mit (gesellschafts-)politischen Themen. Interaktion und Teilhabe der Nutzerinnen und Nutzer stehen dabei im Fokus der Live-Angebote. Dies zeigt sich unter anderem an Gaming-Inhalten wie „Work Hard Play Hard“, einem Format, in dem Handwerkprofis Simulatoren-Games zu ihrem jeweiligen Bereich testen und zugleich Wissen über ihren Beruf vermitteln<sup>16</sup>, als auch an Dialogformaten wie „MixTalk“ und dem interaktiven Politik-Communitytalk „Politik & wir“.<sup>17</sup>

## Fazit

**Anderer Themen  
außer Gaming  
zunehmend auf  
Twitch relevant**

Gaming ist – auch für die hier näher betrachteten Menschen mit Interesse an Politik, Gesellschaft und Nachrichten – nach wie vor der Hauptinhalt von Twitch. Auf der Plattform finden aber darüber hinaus viele andere Themen Raum und sie entwickelt sich Stück für Stück auch zu einem Ort, um sich eine Meinung zu bilden – auch zu Nischenthemen. Die Inhalte und Diskussionen auf der Plattform gehen längst weit über reines Gaming hinaus. Weitere sehr beliebte Genres sind Musik, E-Sports und die „Just Chatting“-Rubrik, in der die meisten gesellschaftspolitischen Inhalte stattfinden.

Die Plattform nutzen Menschen mit großem Interesse an Diskurs, Debatten und verschiedenen Perspektiven. Dabei wollen nicht immer zwingend alle selbst mitdiskutieren und sich und ihre Meinung öffentlich exponieren. Die Meinungen und Perspektiven auf gesellschaftspolitische Themen von Streamern und anderen Usern mitzubekommen und verfolgen zu können, schätzen sie jedoch.

13 Freiwillige Moderatorinnen und Moderatoren auf der Plattform Twitch. Siehe: [https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-building-a-moderation-team?language=en\\_US#:~:text=Moderators%20\(also%20known%20as%20mods,appears%20next%20to%20their%20name](https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-building-a-moderation-team?language=en_US#:~:text=Moderators%20(also%20known%20as%20mods,appears%20next%20to%20their%20name) (abgerufen am 14.4.2025).

14 Kanal eines Streamers bzw. einer Institution.

15 Siehe: <https://www.twitch.tv/ard> (abgerufen am 28.4.2025)

16 Vgl. Pressemeldung des Südwestrundfunks (SWR): „Work hard – play hard“ – Handwerk trifft Gaming. <https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemeldungen/work-hard-play-hard-handwerk-und-gaming-auf-twitch-2024-100.html> (abgerufen am 3.2.2025).

17 Vgl. rbb24: „Risiko ist Teil des Charmes“. rbb-Talk „Politik & wir“ auf Twitch. <https://www.rbb24.de/politik/beitrag/2024/01/polit-talk-politik-und-wir-rbb-twitch-ard-interview-franziska-ho.html> (abgerufen am 3.2.2025).

**Starke Identifikation  
mit Content-Creatoren  
– Lagerfeuermoment  
im Digitalen**

Die Nutzerinnen und Nutzer der Plattform identifizieren sich sehr stark mit den Content-Creatoren. Sie fühlen sich über den Chat und die direkten Interaktionsmöglichkeiten wahrgenommen. Wer auf der Plattform authentischen Content schafft, ist demnach sehr nah und eng mit der Zielgruppe verbunden – dies zeigte auch schon die vorangehende Studie mit dem Fokus auf Gaming.<sup>18</sup> Dieser starke Community-Fokus steht im Zentrum der Plattform und bietet einen starken USP: Auf Twitch entsteht echte Nähe und man kann nachhaltig Bindung erzeugen. Der im Stream sich entwickelnde gemeinsame Live-Moment und das „feste Ritual“ des gemeinsamen Schauens und Diskutierens sind zentral für die Plattform Twitch – hier kann ein „Lagerfeuermoment“ im Digitalen entstehen.

---

18 Vgl. Granow/Schwarz (Anm. 9).