

**Abstract:** Diese Bachelorarbeit analysiert die Kommunikationsstrategie der AfD-Fraktion im Deutschen Bundestag auf der Social-Media-Plattform TikTok. Im Zentrum steht hierbei die Frage, wie die AfD-Fraktion im Deutschen Bundestag rhetorische, visuelle und auditive Mittel nutzt, um angstbezogene Themen zu adressieren, die in der Zielgruppe der Unter-27-Jährigen, laut aktueller Studien, verbreitet sind.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wird eine quantitative Inhaltsanalyse der Videos des offiziellen TikTok-Accounts der AfD-Bundestagsfraktion durchgeführt. Dabei werden die thematischen Schwerpunkte, Kommunikationsmuster sowie Botschaften der AfD-Bundestagsfraktion herausgearbeitet. Ergänzt wird diese Untersuchung durch eine theoretische Einbettung in kommunikationswissenschaftliche Modelle wie die Lasswell-Formel.

Die Analyse zeigt, dass die AfD-Bundestagsfraktion angstbezogene Themen wie Migration, wirtschaftliche Unsicherheit und gesellschaftliche Spannungen anspricht. Durch den Einsatz rhetorischer Zuspitzung, visueller Dramatisierung und populistischer Vereinfachung kann es ihr gelingen, bestehende Ängste für ihre politische Agenda zu instrumentalisieren. Die Arbeit leistet damit einen Beitrag zum Verständnis digitaler politischer Kommunikation im Zeitalter einer (algorithmischen) Medienrealität.

**Art der Arbeit:** Bachelor-Arbeit

**Verfasserin:** Zoe Kärcher

**E-Mail:** zoe.kaercher@uni-hohenheim.de