



Die Rolle der Künstlichen Intelligenz in der Social-Media-Landschaft

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“ im Studiengang Wirtschaftswissenschaft der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

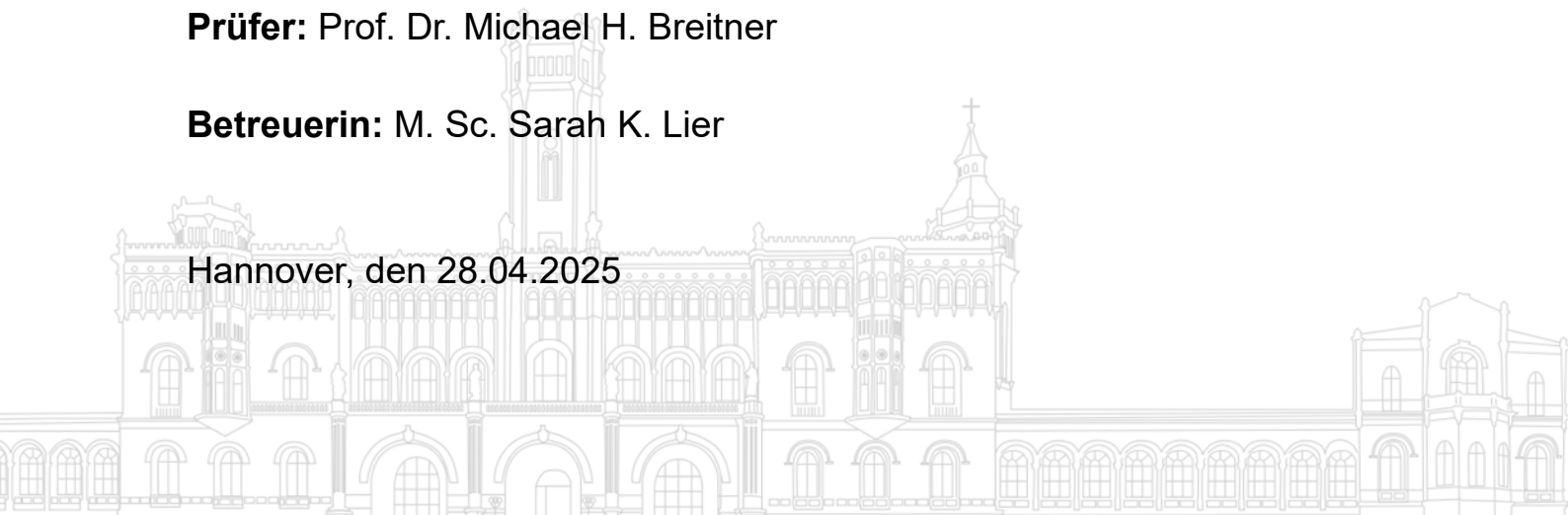
Name: Sefaj

Vorname: Dior

Prüfer: Prof. Dr. Michael H. Breitner

Betreuerin: M. Sc. Sarah K. Lier

Hannover, den 28.04.2025



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis.....	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1 Einleitung.....	1
2 Theoretische Grundlagen.....	3
2.1 Künstliche Intelligenz.....	3
2.2 Social Media	5
2.3 Verknüpfung von KI und Social Media.....	8
3 Einsatz von KI in Social Media.....	10
3.1 Plattformperspektive	10
3.1.1 Personalisierte Algorithmen.....	10
3.1.2 KI-gestützte Moderation.....	12
3.1.3 Werbestrategien und Nutzer-Targeting	15
3.2 Nutzerperspektive	17
3.2.1 Content Creation	17
3.2.2 KI-Unterstützung für Influencer.....	21
3.2.3 Online-Umfrage zur Nutzung und Wahrnehmung von KI in Social Media	24
4 Potenziale von KI in Social Media.....	35
5 Herausforderungen und Grenzen der KI in Social Media	37
6 Diskussion.....	39
7 Fazit.....	44

Literaturverzeichnis	46
Anhang	51
Ehrenwörtliche Erklärung	57

1 Einleitung

Seit Jahren erleben wir eine fortschreitende Entwicklung der Technologie und Digitalisierung. Insbesondere die Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren maßgeblich dazu beigetragen, dass sich die Strukturen von Social Media stark verändert haben und sich kontinuierlich an die neuen Anforderungen der modernen digitalen Welt anpassen müssen. Während die KI ein Teilgebiet der Informatik ist und durch Technologien Aufgaben automatisiert, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern, handelt es sich bei Social Media um digitale Plattformen, die die Interaktion zwischen Nutzern ermöglichen, indem sie zahlreiche Funktionen bereitstellen, die den Austausch von Informationen in Form von Texten, Bildern, Videos und Livestreams erleichtern (vgl. von Richthofen et al., 2023; Zerres, 2023). Dieser Informationsaustausch und die angebotenen Funktionen werden durch die Integration von KI vielfältiger und nutzerzentrierter. KI analysiert beispielsweise das Nutzerverhalten und erstellt Algorithmen, die den Nutzern personalisierte Inhalte anzeigen. Solche spezialisierten Algorithmen können dazu beitragen, dass sich die Nutzer länger auf der Plattform aufhalten (vgl. Christen et al., 2020). Darüber hinaus profitieren auch die Nutzer erheblich von den neuen Möglichkeiten der KI. Die Content-Erstellung, wie beispielsweise die Texterstellung und Bildgenerierung, wird durch KI-Tools erheblich vereinfacht. Studien zeigen, dass durch den Einsatz KI-gestützter Tools die Erstellung von Inhalten deutlich beschleunigt werden kann, was auf den untersuchten Social-Media-Plattformen zu einer spürbaren Zunahme veröffentlichter Inhalte geführt hat (vgl. Wei & Tyson, 2024). Die Relevanz der KI für Social Media wurde auch von dem großen Social-Media-Unternehmer Mark Zuckerberg unterstrichen. Er kündigte an, dass 2025 ein entscheidendes Jahr für die Entwicklung von KI sein werde und dass Meta, die Muttergesellschaft von Facebook und Instagram, mehrere Milliarden Euro in KI-Infrastrukturen investieren werde (vgl. Zuckerberg, 2025). Trotz der zahlreichen Chancen, die der Einsatz von KI in Social Media bietet, gehen damit auch erhebliche Herausforderungen einher. So ist es beispielsweise möglich, mit KI-Tools „Deepfakes“ zu generieren, also Bilder und Videos, die täuschend echt erscheinen und zu Manipulationszwecken genutzt werden können (vgl. Dash & Sharma, 2023). Neben den Manipulationsrisiken wirft die zunehmende Automatisierung auch ethische Fragen auf, insbesondere hinsichtlich Meinungsvielfalt und Datenschutz. Vor diesem Hintergrund setzt diese Arbeit an und befasst sich mit der zentralen Forschungsfrage:

Welche Potenziale und Herausforderungen ergeben sich durch den Einsatz von KI für Social-Media-Plattformen und deren Nutzer?

Obwohl die KI als Technologie bereits mehrere Jahrzehnte existiert, ist ihr Einsatz in Social Media ein neues Phänomen der Digitalisierung. Die langfristigen Auswirkungen wurden noch nicht umfassend erforscht. Dies führt zu einem Mangel an wissenschaftlicher Literatur zur Rolle der KI in diesem Bereich, was eine Forschungslücke darstellt. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wird als Grundlage

eine umfassende Literaturlauswertung durchgeführt. Dafür wird zum einen der Einfluss von KI aus der Perspektive von Social-Media-Plattformen untersucht und zum anderen aus der Sicht der Social-Media-Nutzer. Um den praktischen Einsatz aufzuzeigen, wird in jedem Unterpunkt der beiden Kategorien mindestens eine der folgenden Social-Media-Plattformen – Instagram, TikTok, Facebook oder X (ehemals Twitter) – als praxisnahes Beispiel herangezogen. Bevor diese Analyse erfolgt, werden zunächst die theoretischen Grundlagen von KI, Social Media sowie die Verknüpfung beider erläutert. Für die Forschungsfrage ist vor allem relevant, wie die Nutzer die KI-Anwendungen auf den Social-Media-Plattformen in der Realität wahrnehmen. Aus diesem Grund wird eine umfassende Online-Umfrage durchgeführt, die die Wahrnehmung und Nutzung der Social-Media-Nutzer erfassen soll, um unter anderem auch Potenziale und Herausforderungen zu identifizieren. Die Auswahl und Durchführung dieser Methodik wird im eigenen Kapitel zur Umfrage näher erläutert. Die Potenziale und Herausforderungen werden anschließend in eigenen Kapiteln zusammengeführt, worauf eine Diskussion folgt, in der konkrete Handlungsstrategien und Empfehlungen entwickelt werden. Die Ergebnisse der Arbeit werden daraufhin analysiert und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Plattformen und Nutzer kritisch diskutiert sowie die Limitationen der Forschung aufgezeigt, bevor die Arbeit mit einem abschließenden Fazit endet.

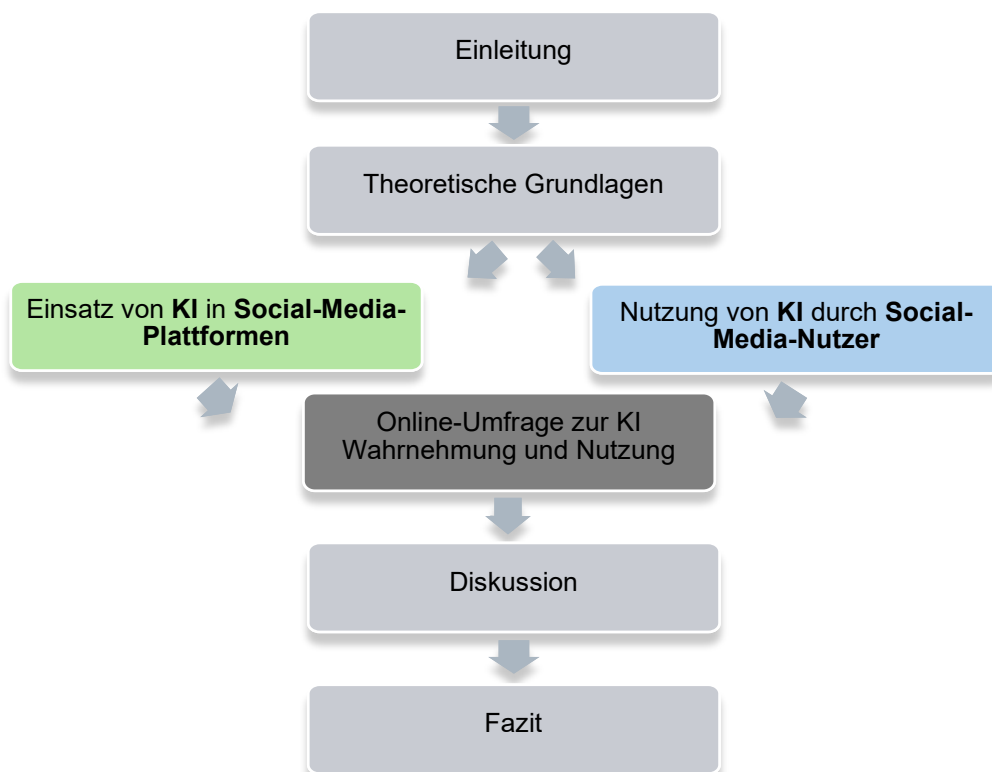


Abbildung 1: Übersichtliche Darstellung der Arbeit (eigene Darstellung).

Zur Verbesserung der Lesbarkeit wird in dieser Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Außerdem wurde KI-Software als Formulierungshilfe eingesetzt, darunter ChatGPT von OpenAI sowie DeepL.com. Es wurden keine vollständigen

Textpassagen dieser KI-Software übernommen, zudem hatten die Tools keinen Einfluss auf den inhaltlichen Gehalt der Arbeit.

7 Fazit

Die Forschungsfrage dieser Arbeit lautete, welche Potenziale und Herausforderungen sich durch den Einsatz von KI für Social-Media-Plattformen und deren Nutzer ergeben. Die Analyse hat ergeben, dass KI heutzutage ein wesentlicher Bestandteil der Funktionsweise von Social Media ist. Dies umfasst die algorithmische Personalisierung, die Moderation und Werbung sowie die Unterstützung bei der Content-Erstellung. Dabei konnten sowohl auf theoretischer als auch praktischer Ebene zentrale Potenziale identifiziert werden: Für Plattformen ermöglicht KI insbesondere Effizienzgewinne durch automatisierte Moderation, gezielte Werbung und die algorithmisch gesteuerte Nutzerbindung. Für Nutzer eröffnen sich dadurch neue kreative Freiräume, wie beispielsweise durch generative Tools, die bereits heute das einfache Erstellen eines professionellen Social-Media-Profiles ermöglichen, wie anhand des fiktiven Instagram-Profiles praktisch dargestellt wurde.

Die durchgeführte Online-Umfrage mit 229 vollständigen Antworten hat die theoretischen Annahmen in vielen Punkten bestätigt. Die meisten Nutzer nehmen personalisierte Inhalte deutlich wahr und empfinden diese als prägend für ihr Informationsverhalten und psychisches Wohlbefinden. Gleichzeitig wurden jedoch auch klare Herausforderungen deutlich, so sehen viele in KI-generierten Inhalten einen Mangel an Authentizität, bemerken Lücken in der Moderation bei problematischen Kommentaren und äußern starke Bedenken in Bezug auf Datenschutz und Deepfakes. Diese Einschätzungen wurden in den Kapiteln zu den Potenzialen und Herausforderungen systematisch aufgegriffen und erläutert. Anschließend wurden in der Diskussion Handlungsstrategien und Empfehlungen präsentiert. Dabei wurde deutlich, wie die verschiedenen KI-Technologien ineinandergreifen, vor allem durch die Kombination aus algorithmischer Personalisierung und gezielter Sichtbarkeit auch für kleinere Accounts, sowie dem parallelen Einsatz von Sentimentanalysen zur Erkennung von Suchtverhalten und KI-basierter Moderationssysteme zur Identifikation von Deepfakes. Dadurch zeigt sich, dass KI nicht nur kritisch betrachtet, sondern auch lösungsorientiert weitergedacht und strategisch eingesetzt werden kann.

Insgesamt wird deutlich, dass die Potenziale und Risiken von KI in sozialen Medien eng miteinander verknüpft sind. Die gleichen Technologien, die Inhalte personalisieren oder kreatives Arbeiten erleichtern, können auch zur Manipulation oder Überforderung der Nutzer führen. Es ist daher von zentraler Bedeutung, dass Plattformen auf Transparenz, Datenschutz, Nutzerkontrolle und ethische Standards setzen, um das Vertrauen der Nutzer nicht zu gefährden.

Zukünftig sollte der Fokus besonders auf der Stärkung der Medienkompetenz liegen. Nutzer müssen besser verstehen, wie KI-basierte Systeme funktionieren, welche Daten verwendet werden und wie sie sich vor Falschinformationen oder Suchtgefahr schützen können. Darüber hinaus ist eine gesetzliche Regulierung notwendig, etwa zur Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten oder zur Sanktionierung von Missbrauch. Der Einsatz von KI in Social Media steht noch am Anfang und trotzdem sind bereits große Ansätze der modernen Technologien deutlich spürbar. Ihre Rolle wird sich in den kommenden Jahren weiterentwickeln. Deshalb ist es wichtig, schon

jetzt die richtigen Entscheidungen zu treffen, damit die KI-Technologie den Menschen hilft und nicht andersherum.