

# REPORT

## Straßenumfragen auf Social Media

Unterhaltungsformat auf Kosten der Befragten

April 2024

**Erfolgreiche Fernsehsendungen dienen als Vorbild: Spontane Befragungen von Passant:innen im Stil von TV Total kommen auch auf Social Media gut an. Insbesondere auf YouTube und TikTok erhalten die Videos mit sogenannten Straßenumfragen Aufrufe in Millionenhöhe. Prinzipiell jede:r kann hier zum Fragestellenden werden und Umfragen durchführen. Die Creator:innen der Formate werden vor allem von Jugendlichen gefeiert. jugendschutz.net stößt in Social Media immer wieder auf Straßenumfragen, die zwar grundsätzlich unterhaltsam sind, in denen Lacher jedoch auch auf Kosten von Jugendlichen – und in Einzelfällen sogar Kindern – gehen.**

## **Format mit medialer Tradition: Auch auf Social Media Publikumsrenner**

Ob im TV oder im Radio: Straßenumfragen sind das gängige Format, um z. B. ein schnelles Meinungsbild zu bestimmten Themen einzuholen, Stimmen aus der Bevölkerung Raum zu geben oder – vor allem geprägt durch Sendungen wie TV Total – zu unterhalten. Es ist also nicht verwunderlich, dass Social-Media-Creator:innen schon längst das Genre für sich entdeckt haben und massenweise Beiträge dieses Formats veröffentlichen.

Unter #straßenumfrage finden sich bei TikTok derzeit 2,8 Billionen Beiträge. Und auch auf YouTube sind Straßenumfragen beliebt: Content-Creator:innen wie Tom Supreme (über 700.000 Abonnent:innen) oder Finnel (über 1,25 Mio. Abonnent:innen) verdanken ihre Bekanntheit in großen Teilen diesem Genre. Ihre Beiträge werden oft millionenfach geklickt.

Grundsätzlich sind Minderjährige besonders schutzwürdig – auch vor dem Gesetz. So ist neben ihrer eigenen Zustimmung zur Veröffentlichung ab Vollendung des 14. Lebensjahres bis hin zur Volljährigkeit auch weiterhin die Einwilligung der gesetzlichen Vertreter nötig. Während Umfragen in TV und Radio in der Regel innerhalb eines professionellen Settings stattfinden, in dessen Rahmen z. B. das Einverständnis der Befragten belegbar eingeholt und Persönlichkeitsrechte gewahrt werden, ist dies in Social Media nicht immer der Fall.

### **Social-Media-Straßenumfragen: Worum geht es dabei?**

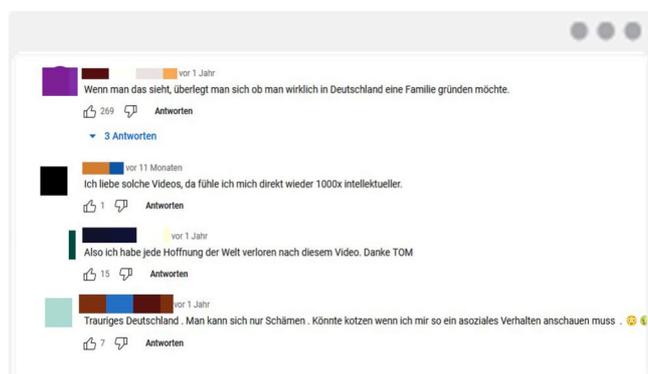
In Straßenumfragen fragen Creator:innen Meinungen, Einstellungen oder Erfahrungen von Passant:innen ab. Sie thematisieren dabei Lebensbereiche wie Sexualität, Dating oder das Berufsleben. Auch Wissensquizze oder Challenges, bei denen Passant:innen gegen Geld Aufgaben absolvieren, führen sie durch. Die Passant:innen finden sich in einer Befragungssituation wieder, in der sie spontan und schnell auf die Fragen der Interviewenden reagieren müssen. Die finalen Videos bestehen in der Regel aus einem Zusammenschnitt von Antworten mehrerer Personen. Zum Teil bezeichnen die Creator:innen ihre Videos auch als "Streetcomedy".

Natürlich gibt es auch hier Creator:innen, die bei Straßenumfragen darauf achten, ihr Gegenüber respektvoll zu behandeln oder einzelne Aussagen von Passant:innen für die Zuschauenden einordnen, um sie damit nicht vorzuführen. Andere jedoch zielen gerade auf eine solche Bloßstellung ab oder nehmen sie zumindest aufgrund ihres Unterhaltungswerts in Kauf.

## Creator:innen nutzen Bekanntheit aus, um Kids bloßzustellen

Von jugendschutz.net gesichtete Videos zeigen: Insbesondere junge Personen erkennen häufig die Creator:innen während der Drehs auf offener Straße. Sie sprechen sie zum Teil aktiv an und drängen sich ins Bild. Für sie ist die Teilnahme an einer Straßenumfrage besonders spannend und erstrebenswert. Sie sind auf der Suche nach der eigenen Identität und hoffen auf Anerkennung durch die Peergroup. Ein Auftritt im Format bekannter Content-Creator:innen kann eine solche Bewunderung durch Freund:innen vermeintlich sichern.

Dabei können besonders junge Protagonist:innen trotz Bekanntheit des Formats die Wirkung ihres Auftretens auf Dritte und daraus resultierende Folgen nicht vollumfänglich abschätzen. Vor der Kamera geben sie sich cool und versuchen, durch ihre Antworten möglichst interessant und witzig zu wirken. In einem von jugendschutz.net gesichteten Video erklärt ein Jugendlicher auf die Frage, ob er bereits kriminell geworden sei, beispielsweise: „Habe schon mal jemanden behindert geschlagen und muss vor Gericht!“



„Trauriges Deutschland“: Herablassende Kommentare finden sich unter Straßenumfragen zuhauf. (Quelle: YouTube, Original unverpixelt)

Die Jugendlichen geben ihre Antworten spontan und häufig im Beisein ihrer Freund:innen. In solchen Situationen sind überlegtes Handeln und Reagieren eher unwahrscheinlich. Die Creator:innen wiederum suchen genau diese Begegnungen. Sie filmen z. B. oft an bei jungen Menschen beliebten Orten wie Kirmesplätzen. Dort können sie möglichst viele solcher vermeintlich unterhaltsamen Reaktionen einfangen.

In den Kommentarspalten spielt der Kontext der Aufnahmen selbstverständlich keine Rolle: Einzelne Aussagen werden von Zuschauer:innen verurteilt. Hier heißt es z. B. zu der oben zitierten Aussage des Jugendlichen unter anderem: „Das schlimmste ist wie stolz diese "Personen" erzählen, dass sie kriminell sind... Wo sind die Eltern bitte?“

Ob die getätigten Aussagen generell der Wahrheit entsprechen oder sogar durch die Creator:innen vorgegeben werden, ist nicht zu überprüfen.<sup>1</sup> An der Wirkung auf die Rezipient:innen ändert sich insbesondere dann nichts, wenn nicht deutlich erkennbar ist, dass es sich um gestellte Inhalte handelt.

## In der Nachbearbeitung wird der Bloßstellungseffekt noch verstärkt

Creator:innen setzen bei der Bearbeitung ihrer Inhalte Schnitttechniken bewusst ein, um Spannung oder witzige Momente zu erzeugen. Zwischen- oder eingeblendete Clips mit Memes, Smileys, Textkommentaren oder Standbildern mit Zoom auf einzelne Gesichtsausdrücke der Protagonist:innen sollen zusätzlich unterhalten. Insbesondere bei falschen Antworten in Quizen oder langem Nachdenken über vermeintlich einfache Fragen werden Passant:innen auf diese Weise noch einmal verstärkt vorgeführt und bloßgestellt.

<sup>1</sup> Dass Letzteres durchaus der Fall sein kann, zeigte sich in einem der von jugendschutz.net betrachteten Videos, in dem Passanten vor der Kamera zeigen sollen, wie sie eine „Frau klarmachen“. Flirtsprüche wurden hier abseits der Kamera offensichtlich eingeübt („Wir haben drei Mal davor diesen Spruch trainiert und du sagst es einfach falsch.“).



Reißerische Thumbnails verstärken die Bloßstellung.  
(Quelle: YouTube, Original unverpixelt)

Hinzu kommen reißerische Thumbnails und Beitragstitel, die Klickzahlen auf Kosten der Befragten in die Höhe schrauben sollen. So werden gezeigte Jugendliche im Videotitel z. B. als „Absturz Jugend Frankfurt“ bezeichnet. Der Thumbnail eines Videos mit dem Titel „Idiotentest“ wiederum zeigt eine Befragte, deren Kopf auf der Darstellung rot eingekreist wurde, mit dem eingeblendeten Wort „Schulabbruch“.

In den Kommentaren zeigt sich die Wirkung, wenn z.B. eine Userin kommentiert: „Vielen vielen Dank an dieses Mädels das ich mich jetzt schlauer als Einstein fühle!!!“ Ein anderer User erklärt: „Lasst uns alle beten, dass die Schrulle mit dem grauen Rock sich nicht fortpflanzt.“ Auch wenn das besagte Video bereits vor fünf Jahren veröffentlicht wurde, wird es nach wie vor rege kommentiert.

Nicht zuletzt durch die Nennung persönlicher Daten der Befragten wie z. B. deren Profilnamen bei Instagram können sich solche herablassenden Reaktionen zu Online-Belästigungen oder Cybermobbing ausweiten – ganz zu schweigen von dem Effekt, den solche Videos ggf. auf die Lebenswelt der bloßgestellten Befragten außerhalb von Social Media haben, wo sie mit Spott, Hämie sowie Problemen im schulischen oder beruflichen Kontext rechnen müssen.

<sup>2</sup> Eine Strafverfolgung kann bei Antragsdelikten nur dann erfolgen, wenn der/die Geschädigte oder dessen/deren gesetzliche Vertreter einen Strafantrag stellen.

## Beiträge verbreiten rassistische Stereotype

Oft werden in Videos mit ohnehin tendenziösen Fragestellungen wie z. B. „Welche Nationalitäten würdest du nicht daten?“ Klischees und Stereotype über Personengruppen oder Nationalitäten wiedergegeben. Mitunter werden hier beleidigende Aussagen sowie rassistische Vorurteile verfestigt („Inder sind einfach hässlich!“).

Doch auch unter Videos, in denen Nationalitäten nicht im Fokus der Befragung stehen bzw. explizit thematisiert werden, zielen Kommentator:innen in ihren Reaktionen häufig auf die mutmaßliche Herkunft der Befragten ab. So sprechen sie z. B. von einer „geseiterten Erziehung und Integration“ oder erklären: „Kein Wunder, dass es Vorurteile gegenüber Ausländern gibt. Nach diesem Video, kann man keinem mehr was vorwerfen, der sich Sorgen macht. Armes Deutschland...“

Unter den von jugendschutz.net gesichteten Videos fanden sich auch solche Kommentare mit möglichen Antragsdelikten<sup>2</sup> wie persönlichen Beleidigungen mit diskriminierendem Kontext („Du bist eine richtig schwul3 kanakensau“). Allerdings konnten in diesem Zusammenhang keine Diskriminierungen gefunden werden, die gegen den JMStV verstoßen.

## Belohnungen verführen zu riskantem Verhalten

In einer weiteren Ausprägung des Formats Straßenumfrage bieten die Creator:innen Passant:innen Geld oder andere Gewinne, wenn diese gewisse Aufgaben bewältigen können. Diese Aufgaben können vielfältig sein:

Das Zerschmettern des eigenen Smartphones belohnt ein Creator z. B. mit 85 Euro, das Ausziehen des BHs ist ihm 50 Euro wert.



Für die Teilnahme an Challenges werden Geldgewinne geboten.

(Quelle: YouTube, Original unverpixelt)

Auch bekannte Challenges werden gegen Geldbeträge durchgeführt. So fand die Ende 2023 trendende Hot-Chip-Challenge<sup>3</sup> auch in Straßenumfragen Niederschlag. Ziel der Challenge ist es, einen sehr scharfen Tortillachip (1,8-2,2 Millionen Scoville) zu essen und anschließend möglichst lange nichts zu trinken.

<sup>3</sup> In Deutschland wurde die Einfuhr des Hot Chips inzwischen aufgrund stark schwankender Capsaicin-Werte untersagt, einzelne Bundesländer verboten auch den Abverkauf der Restware. Aktuell jedoch sind bereits z. B. extrem salzige oder saure Alternativen auf dem Markt, die zwar kein ebenso hohes Gesundheitsrisiko bergen, trotzdem aber extreme körperliche Reaktionen hervorrufen können.

Die Teilnehmenden zeigen aufgrund des hohen Schärfegrads meist körperliche Reaktionen: sie husten, haben einen erhöhten Speichelfluss oder tränende Augen. Was online oftmals als lustige Mutprobe zum Zeitvertreib dargestellt wird, kann Gesundheitsrisiken mit sich bringen: Atem-, Magen- und Kreislaufprobleme können die Folge sein. jugendschutz.net beobachtete, dass Contentcreator:innen mitunter auch minderjährige Passant:innen zur Challenge herausforderten und ihnen bei erfolgreicher Bewältigung Geldbeträge (z. B. 10 Euro) in Aussicht stellten.

Zwei YouTube-Videos von Straßenumfragen, in denen die Hot-Chip-Challenge mit Minderjährigen durchgeführt wurde, hat jugendschutz.net als entwicklungsbeeinträchtigend gemäß JMStV eingestuft und den Diensten gemeldet. Beide wurden nach Meldung entfernt.

## **Bloßstellung für Klicks: Unterhaltsam, aber unverantwortlich**

### **Straßenumfragen fair gestalten**

Ein Teil der Verantwortung, dass solch bloßstellende und diffamierende Straßenumfragen massenhaft produziert und rezipiert werden, kommt den Anbietern der Social-Media-Dienste zu. Sie setzen die Rahmenbedingungen dessen, was innerhalb der Community als normal bzw. angemessen gilt. Sie sollten durch strukturelle Schutzmaßnahmen Cybermobbing vorbeugen und ihre User:innen für die Problematik sensibilisieren.



Aufklärungskampagnen könnten hier einen ebenso wichtigen Beitrag leisten wie klare Richtlinien, die eine Wahrung von Persönlichkeitsrechten und der Rechte von Kindern priorisieren und fördern.

Besonders stehen allerdings die Content-Creator:innen in der Verantwortung, da die Wirkung ihrer Videos unmittelbar damit zusammenhängt, wie sie selbst gegenüber den Befragten auftreten und wie sie das gefilmte Material im Anschluss aufbereiten. Content-Creator:innen sollten ihre Inhalte so gestalten, dass der Unterhaltungswert ihrer Beiträge nicht auf der Bloßstellung anderer basiert, zumal dieses Vorgehen absolut keine Voraussetzung für das Format der Straßenumfragen ist. Sie können dabei nicht nur für Schaden bei den Befragten sorgen, sondern suggerieren anderen User:innen damit auch, dass ein solch rücksichtsloses Verhalten normal und in Ordnung sei.

### **Verantwortungsbewusster rezipieren**

Zuschauer:innen fühlen sich durch Straßenumfragen in Social Media in erster Linie unterhalten. Wie ihre Reaktionen zeigen, finden sie die Befragungen amüsant und vergleichen sich selbst mit den gezeigten Personen. Die aus dieser Rezeption folgenden Kommentare sind jedoch im vermeintlichen Schutz der Anonymität des Netzes und im angenommenen Schulterschluss mit den anderen Zuschauer:innen häufig herabwürdigend, wodurch die im Video gezeigte Kompromittierung der Befragten zusätzlich verstärkt wird.

Aufklärung im Rahmen von z. B. medienpädagogischen Aktivitäten oder Mobbing-Prävention wäre in diesem Zusammenhang wünschenswert: Die Rezipient:innen sollten hinsichtlich der Straßenumfragen Sensibilität entwickeln und bei der Betrachtung hinterfragen, in welchem Setting und unter welchen Bedingungen die Aufnahmen entstanden sind. Videos, in denen die Protagonist:innen bloßgestellt und vorgeführt werden, sollten sie keinesfalls weiterverbreiten oder die Bloßstellung durch belustigte oder gar beleidigende Kommentare unter den Videos zusätzlich verstärken.

## Weiterführende Informationen



## Meldemöglichkeiten



## Über jugendschutz.net

jugendschutz.net fungiert als das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie wirkt darauf hin, dass Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen beseitigt und Angebote so gestaltet werden, dass Kinder und Jugendliche sie unbeschwert nutzen können.

Die Jugendministerien der Länder haben jugendschutz.net 1997 gegründet. Die Aufgaben wurden 2003 im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) festgelegt. Die Stelle ist seither an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angehängt. 2021 hat der Bund jugendschutz.net als gemeinsamem Kompetenzzentrum im Jugendschutzgesetz (JuSchG) ebenfalls eine gesetzliche Aufgabe zugewiesen.

jugendschutz.net wird finanziert von den Obersten Landesjugendbehörden, den Landesmedienanstalten und gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Verstöße im Netz können gemeldet werden unter: <https://www.jugendschutz.net/verstoss-melden>



Gefördert vom:



Im Rahmen von:



Kofinanziert von der Europäischen Union

Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

**Kontakt**  
jugendschutz.net  
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

**Inhaltlich verantwortlich**  
Stefan Glaser  
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

**JUGEND**  
**SCHUTZ.NET**