



INFORMATIONSV ERHALTEN WAHLEN UND DESINFORMATION 2023

Zentrale Untersuchungsergebnisse

Auftraggeberin: Landesanstalt für Medien NRW

17.08.2023

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Zielgruppe:

Deutschsprachige private Internetnutzer
ab 14 Jahren in Deutschland

Stichprobengröße:

2023: 1.002 Befragte
2021 W1: 1.005 Befragte

Erhebungsmethode:

Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Erhebungszeitraum:

2023: 08. bis 14. Juni 2023
2021 W1: 03. bis 07. Juni 2021

Gewichtung:

nach Region, Alter und Geschlecht

Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Region (1/2) *)

FERNSEHEN BLEIBT UNVERÄNDERT DIE HAUPTINFORMATIONSQLLE, FÜR INFORMATIONEN ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN.

DICHT DAHINTER FOLGT DAS INTERNET, DAS EBENSO WIE DER WAHL-O-MAT HÄUFIGER ALS NOCH 2021 GENANNT WURDE. WENIGER HÄUFIG ALS 2021 GENANNT WERDEN HINGEGEN TAGESZEITUNGEN UND PERSÖNLICHE GESPRÄCHE.

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

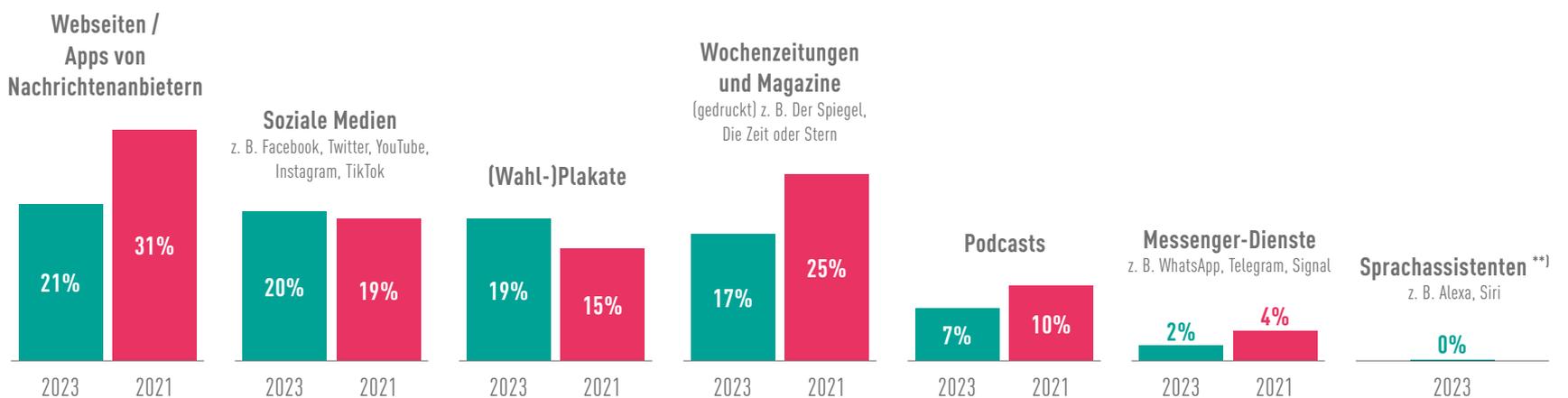
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Region (2/2) ^{*)}

WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN SPIELEN IM VERGLEICH ZU 2021 EINE GERINGERE ROLLE, EBENSO WIE (GEDRUCKTE) WOCHENZEITUNGEN UND MAGAZINE.

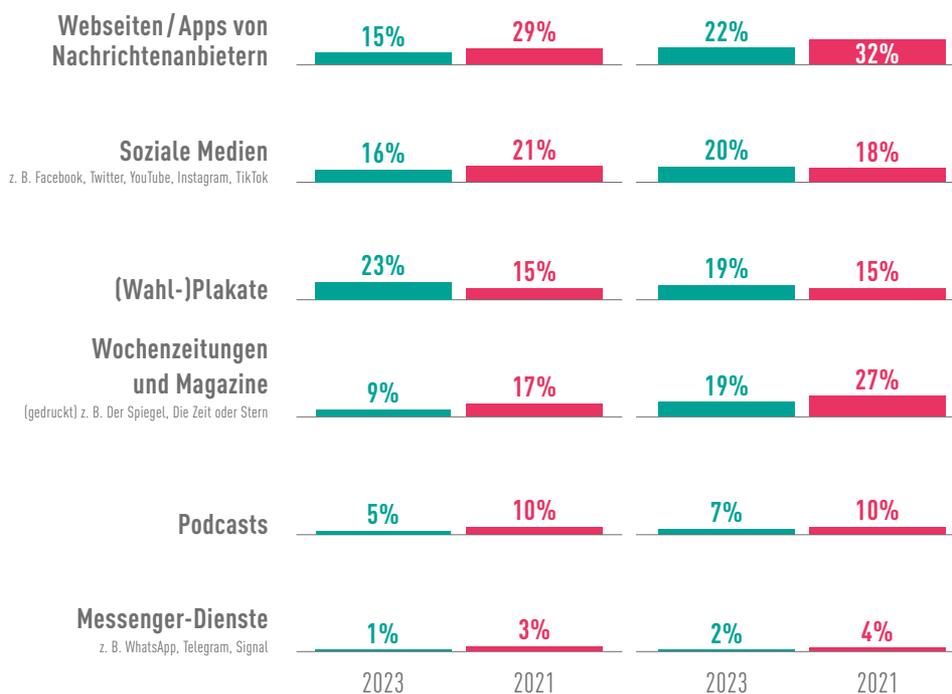
WEITERHIN JEDER FÜNFTHE NUTZT SOZIALE MEDIEN UND AUCH WAHLPLAKATE DIENEN FAST EINEM FÜNFTTEL ALS INFORMATIONSQUELLE. DIE ERSTMALS ABGEFRAGTEN SPRACHASSISTENTEN SIND (NOCH) OHNE JEDE RELEVANZ.

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Ost West



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (1/2) *)

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE UNTERSCHIEDE KÖNNEN BEI DEN MEISTEN INFORMATIONSMQUELLEN NICHT FESTGESTELLT WERDEN.

FERNSEHEN LIEGT BEI DEN FRAUEN ETWAS HÖHER ALS BEI DEN MÄNNERN, DIE WIEDERUM BEIM INTERNET UND DEM WAHL-O-MAT HÖHERE WERTE HABEN ALS DIE FRAUEN.

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

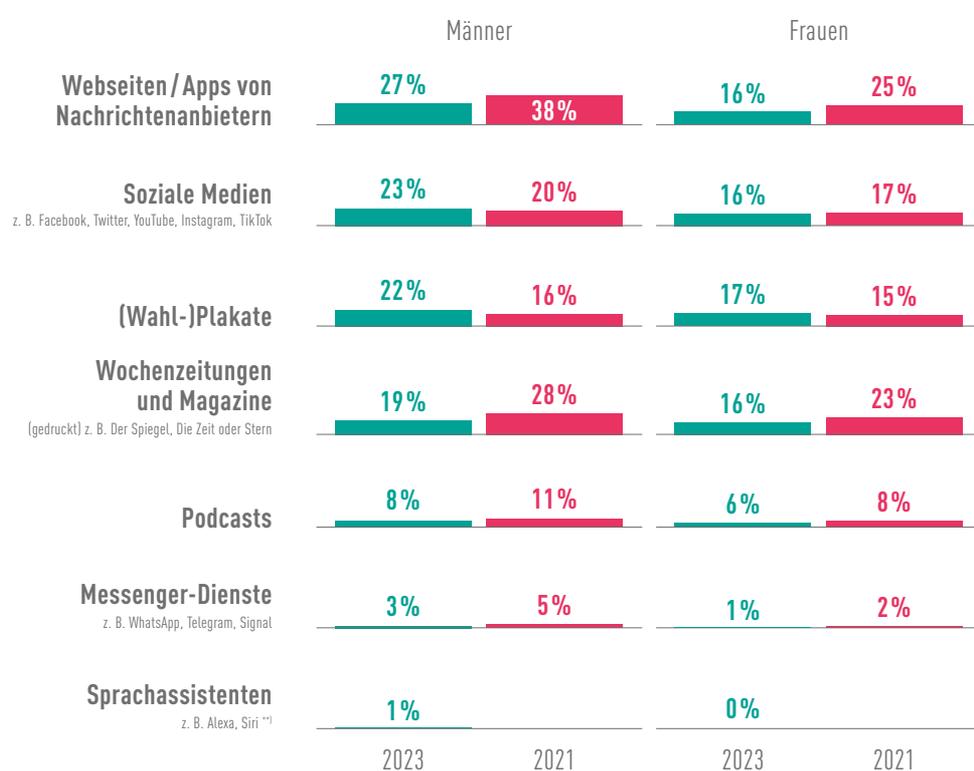
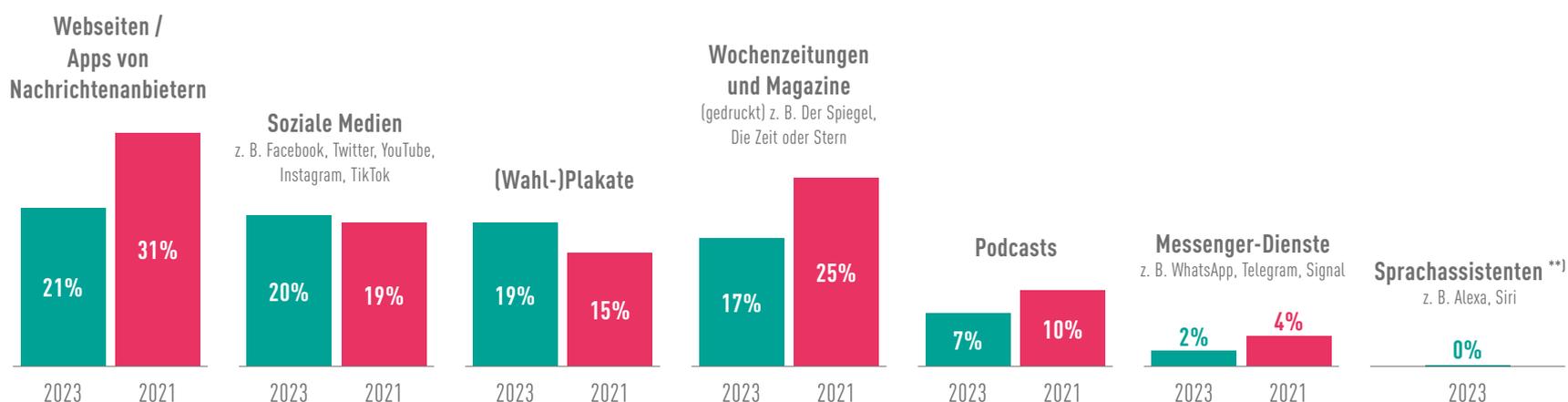
*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (2/2) ^{*)}

**BEI DEN WENIGER GENUTZTEN INFORMATIONSSQUELLEN WERDEN
INSBESONDERE WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN,
SOZIALE MEDIEN UND (WAHL-)PLAKATE VON MÄNNERN HÄUFIGER ALS VON FRAUEN GENANNT.**

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

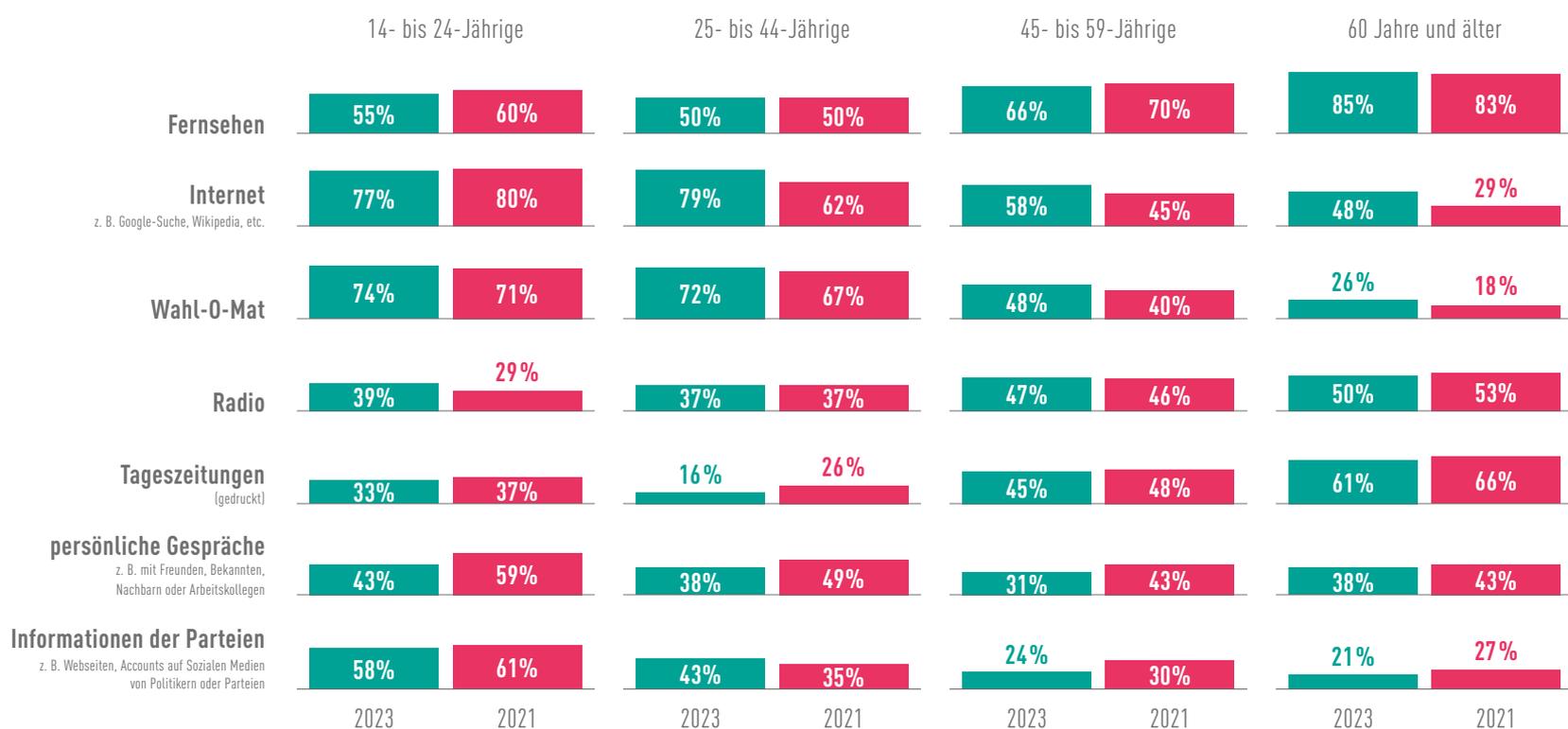
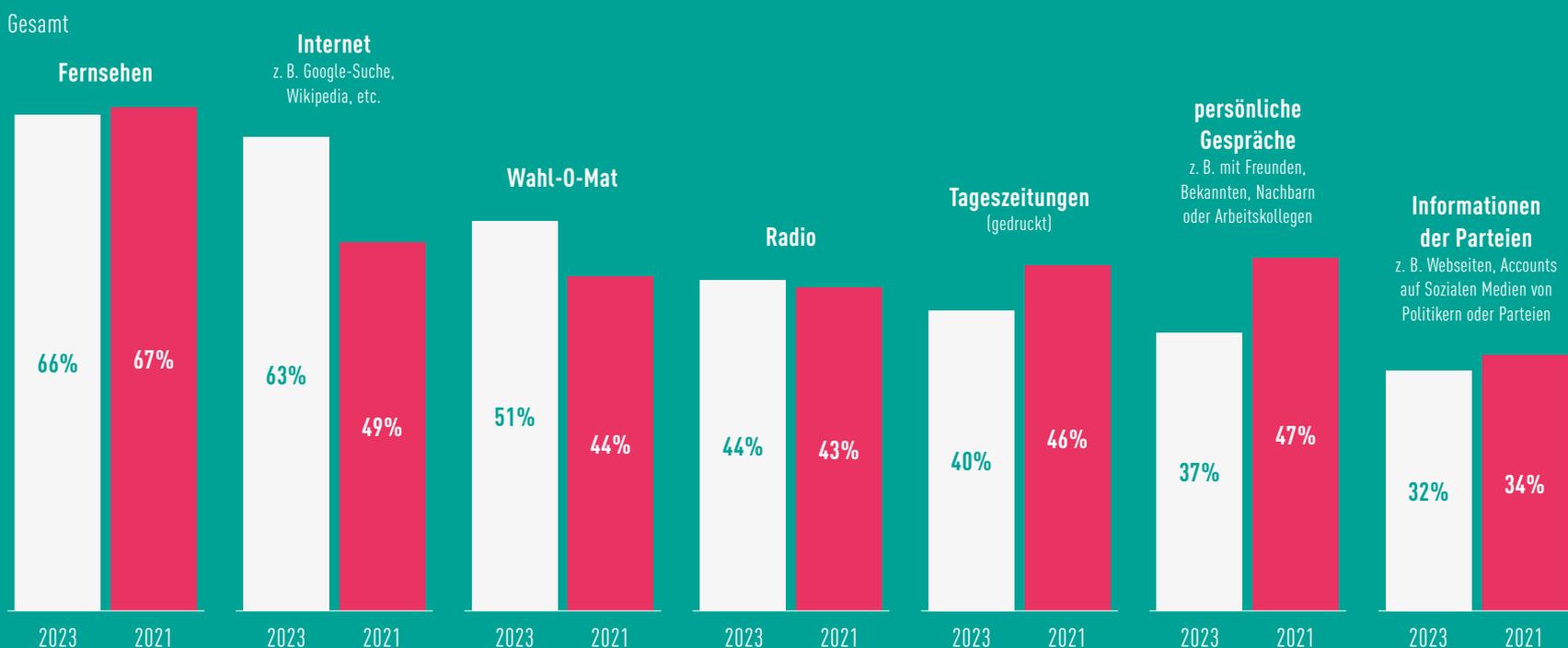
^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Alter (1/2) *)

BEI DEN ÄLTEREN IST DAS FERNSEHEN DIE HAUPTQUELLE FÜR INFORMATIONEN ZU WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN.

HINGEGEN WERDEN BEI DEN UNTER 45-JÄHRIGEN INTERNET UND WAHL-O-MAT HÄUFIGER ALS INFORMATIONSMITTEL GENANNT ALS FERNSEHEN. BEI DEN AB 60-JÄHRIGEN SIND WEITER (GEDRUCKTE) TAGESZEITUNGEN VON HÖHERER RELEVANZ, KNAPP DREI FÜNFTTEL DER 14- BIS 24-JÄHRIGEN NUTZEN PARTEIENINFORMATIONEN.

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

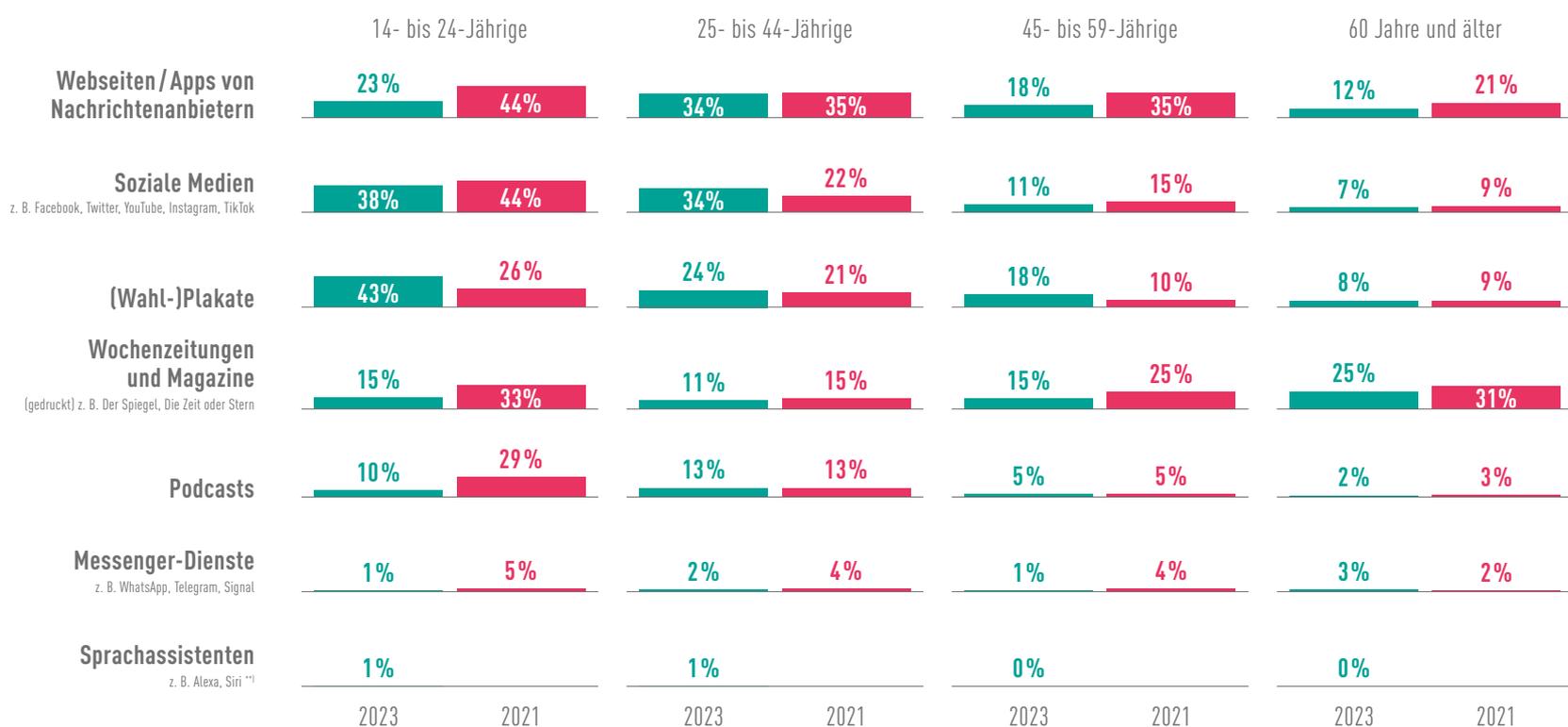
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen - Gesamt vs. Alter (2/2) ^{*)}

IM VERGLEICH ZU 2021 VERLIEREN BESONDERS WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN IN FAST ALLEN ALTERSGRUPPEN (AUSGENOMMEN 25- BIS 44-JÄHRIGE).

STARK ZURÜCK GEHEN INSBESONDERE BEI DER JÜNGSTEN ALTERSGRUPPE AUCH
DIE WERTE BEI (GEDRUCKTEN) WOCHENZEITUNGEN UND MAGAZINEN SOWIE PODCASTS.

Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder Wahlkämpfen informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Region (1/2) *)

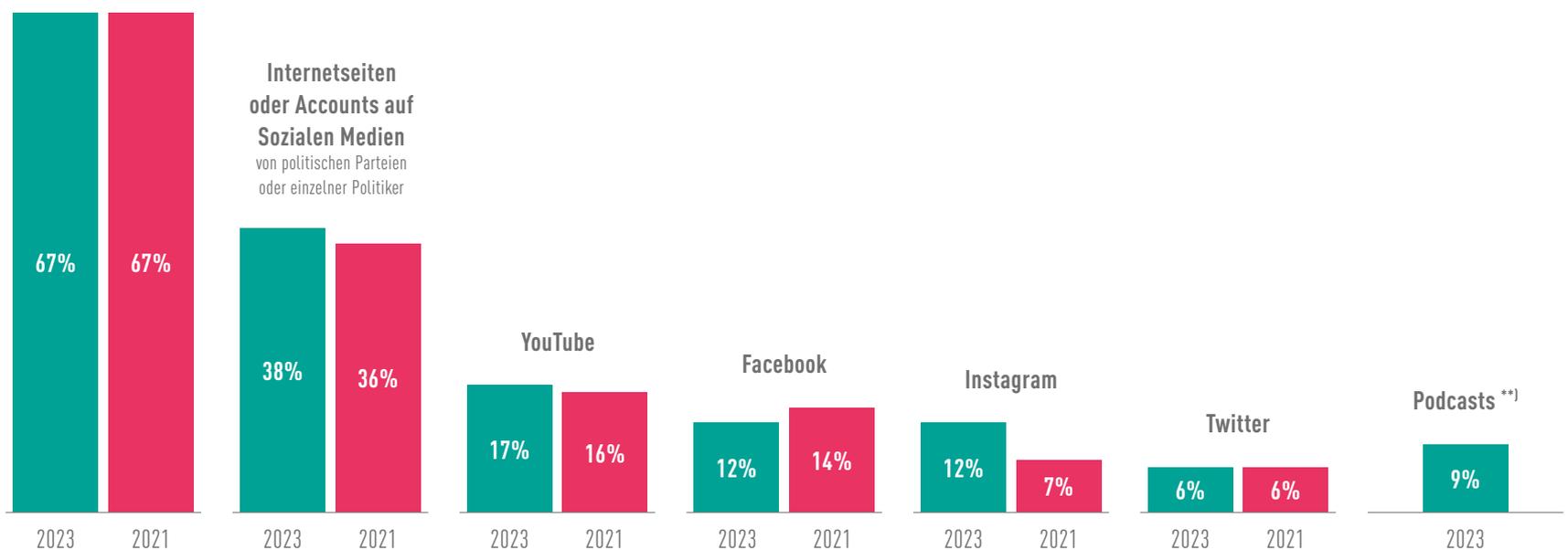
UNTER DEN ONLINE-QUELLEN DOMINIEREN WEITERHIN DIE NACHRICHTENWEBSITES AUF GLEICHEM NIVEAU WIE 2021.

ONLINE-AUFTRITTE DER PARTEIEN BZW. POLITIKER/INNEN KÖNNEN BESONDERS IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN ZULEGEN. AUF NIEDRIGEREM NIVEAU WIRD AUCH INSTAGRAM STÄRKER GENUTZT UND SCHLIESST INZWISCHEN PROZENTUAL ZU FACEBOOK AUF.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

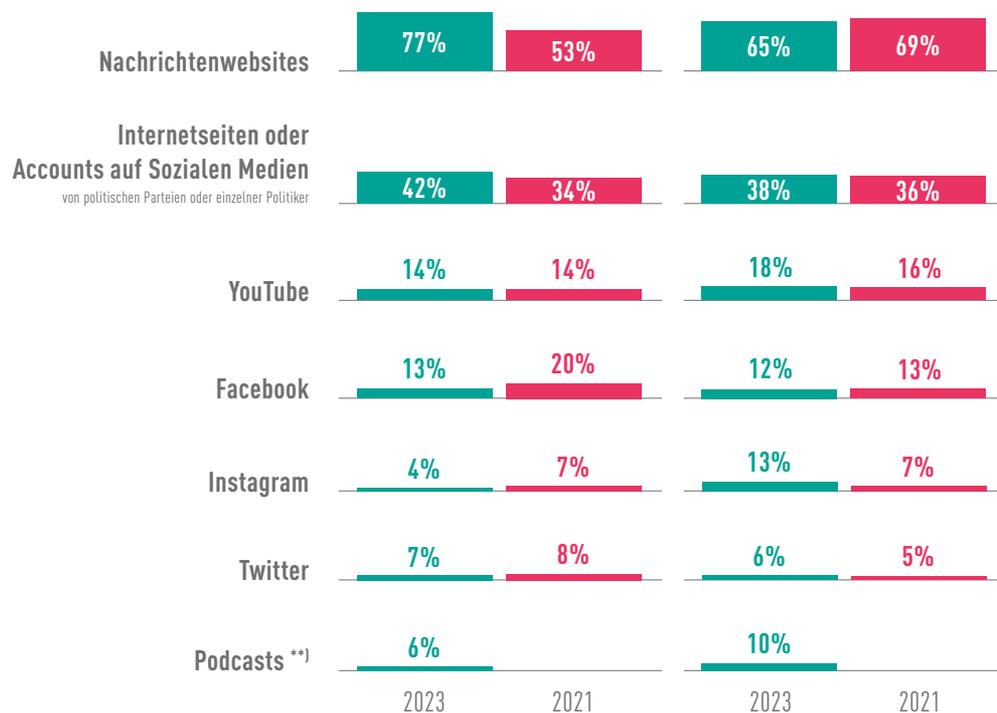
Gesamt

Nachrichtenwebsites



Ost

West



Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten“

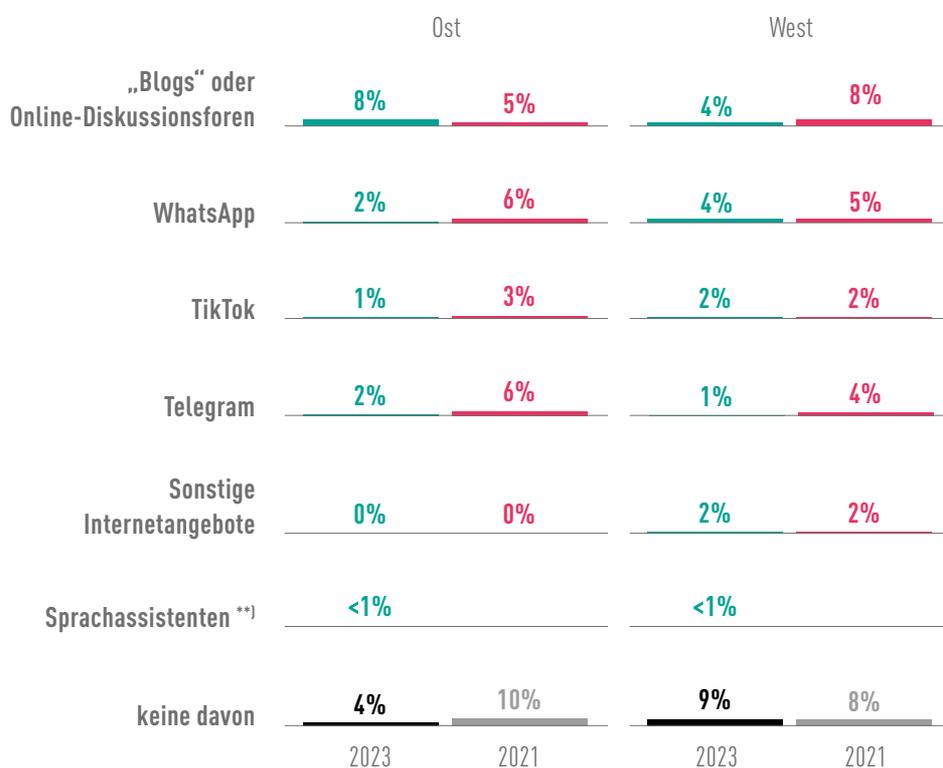
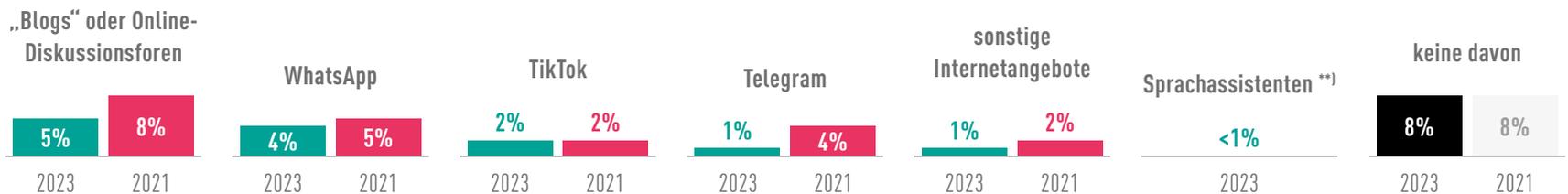
*) Mehrfachnennungen möglich / **) in 2021 nicht abgefragt
Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

IM EINSTELLIGEN BEREICH BEWEGEN SICH WEITERHIN ONLINE-FOREN, WHATSAPP, TIKTOK ODER TELEGRAM MIT LEICHT RÜCKLÄUFIGEN WERTEN.

NUR BLOGS/ONLINE-FOREN ERZIELEN LEICHTE ZUWÄCHSE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN, VERLIEREN DAFÜR ABER IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten“

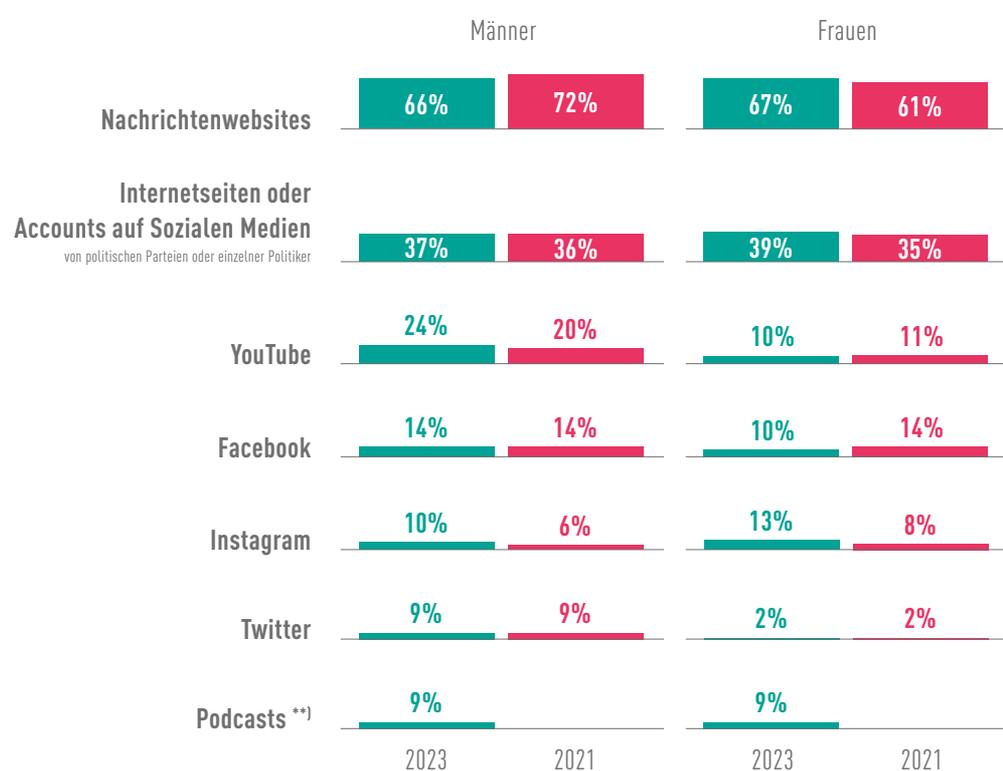
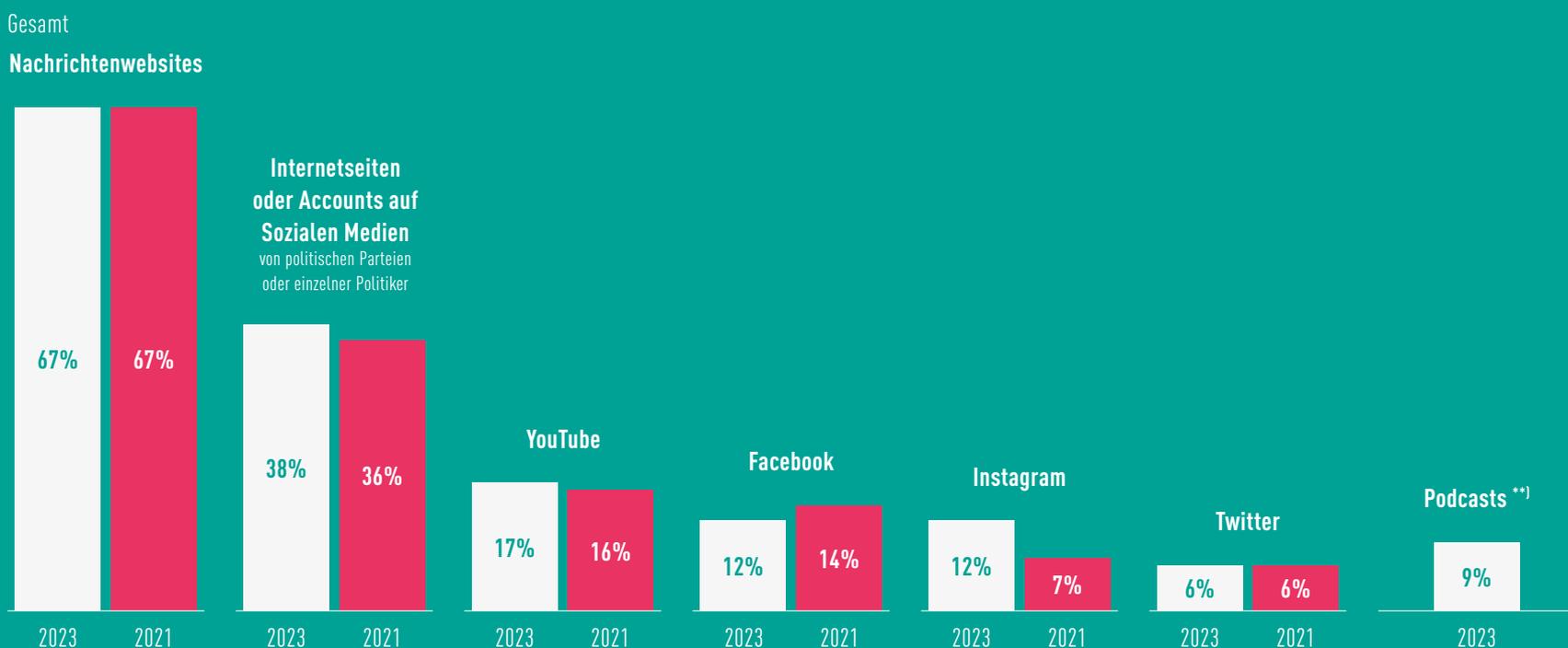
^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (1/2) ^{*)}

BESONDERS BEI YOUTUBE ZEIGT SICH EIN DEUTLICHER UNTERSCHIED ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN:

HIER GIBT EIN DOPPELT SO HOHER ANTEIL DER MÄNNER AN, YOUTUBE AUCH ALS INFORMATIONSMEDIUM FÜR WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFE ZU NUTZEN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten?“

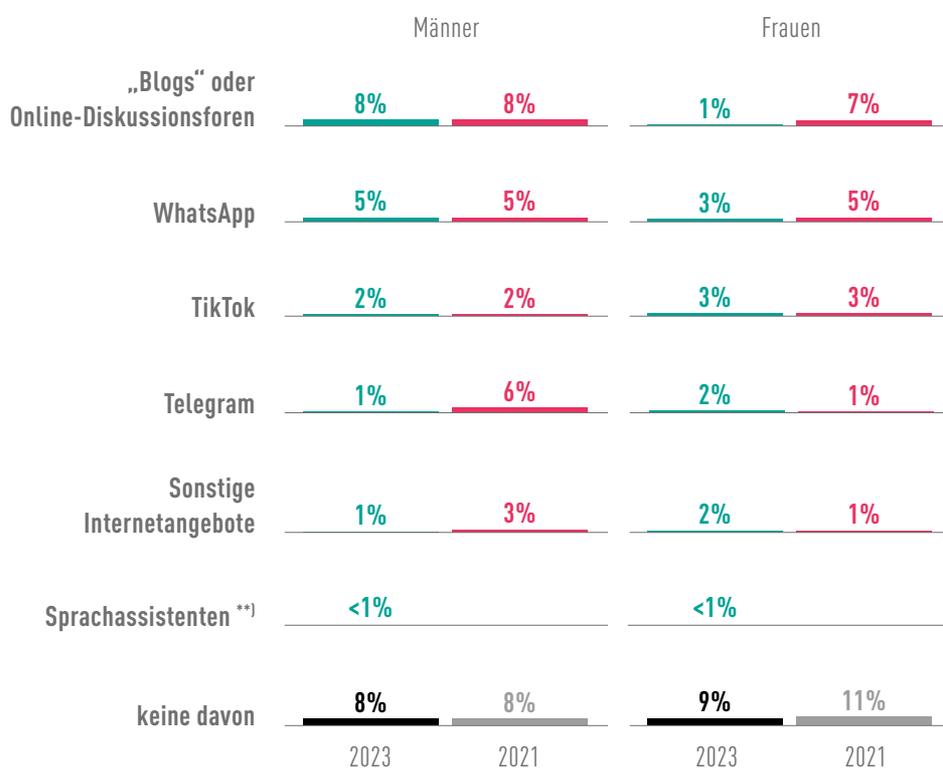
^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

BLOGS UND ONLINE-DISKUSSIONSFOREN SPIELEN AKTUELL FÜR FRAUEN PRAKTISCH KEINE ROLLE MEHR ALS INFORMATIONSQUELLE,

WÄHREND BEI DEN MÄNNERN WEITERHIN ACHT PROZENT DIESE ALS QUELLE NUTZEN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Alter (1/2) ^{*)}

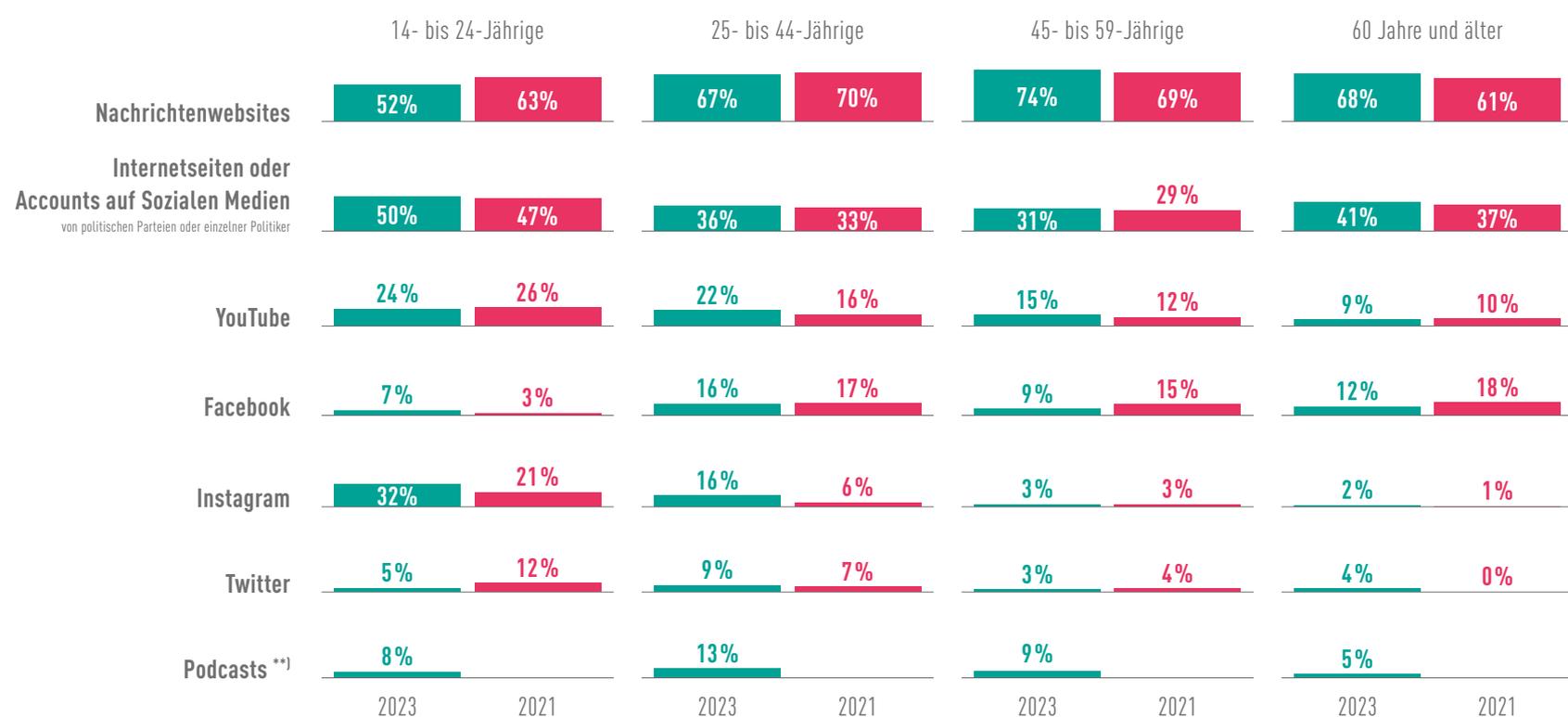
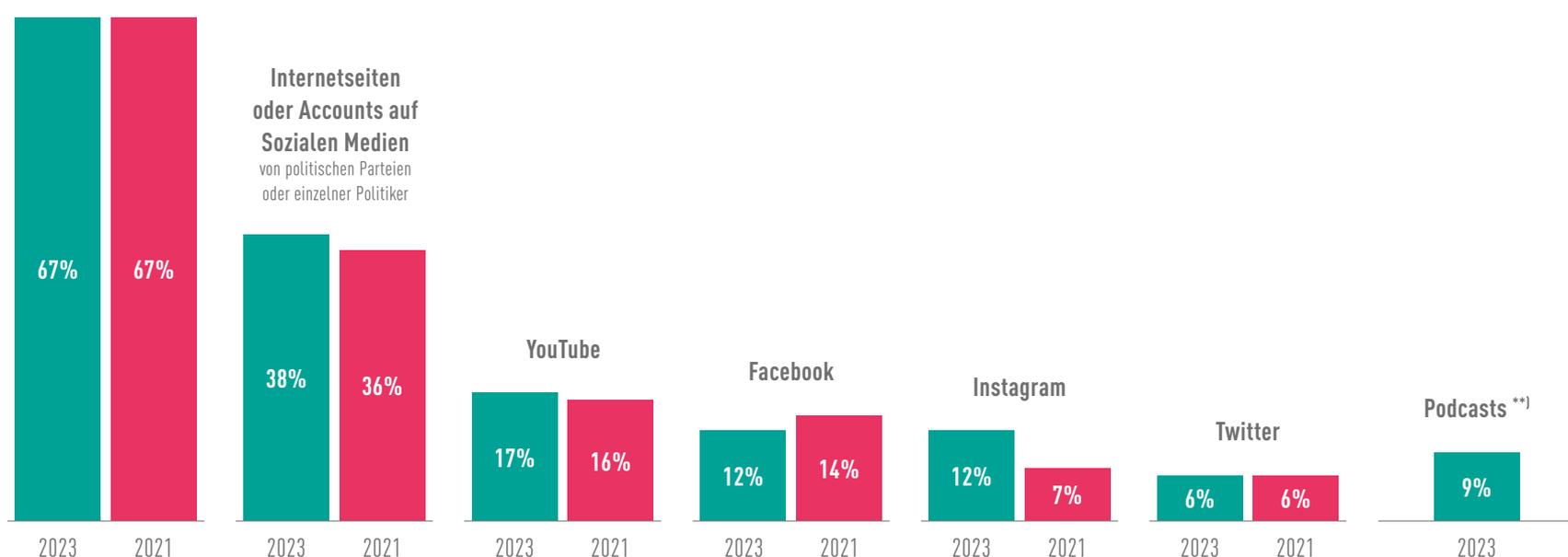
ETWAS ANDERS FORMULIEREN: NACHRICHTENWEBSITES SPIELEN MIT STEIGENDEM ALTER (BIS 59 JAHRE) EINE ZUNEHMENDE ROLLE. ONLINE-AUFTRITTE DER PARTEIEN BZW. POLITIKER/INNEN WERDEN BESONDERSBEI DEN JÜNGSTEN UND DEN ÄLTESTEN STÄRKER GENUTZT.

INSTAGRAM SPIELT INSBESONDERE BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN EINE GRÖßERE UND AUCH ZUNEHMENDE ROLLE ALS ONLINE-INFORMATIONEN-SQUELLE ZU WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt

Nachrichtenwebsites



Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten?“

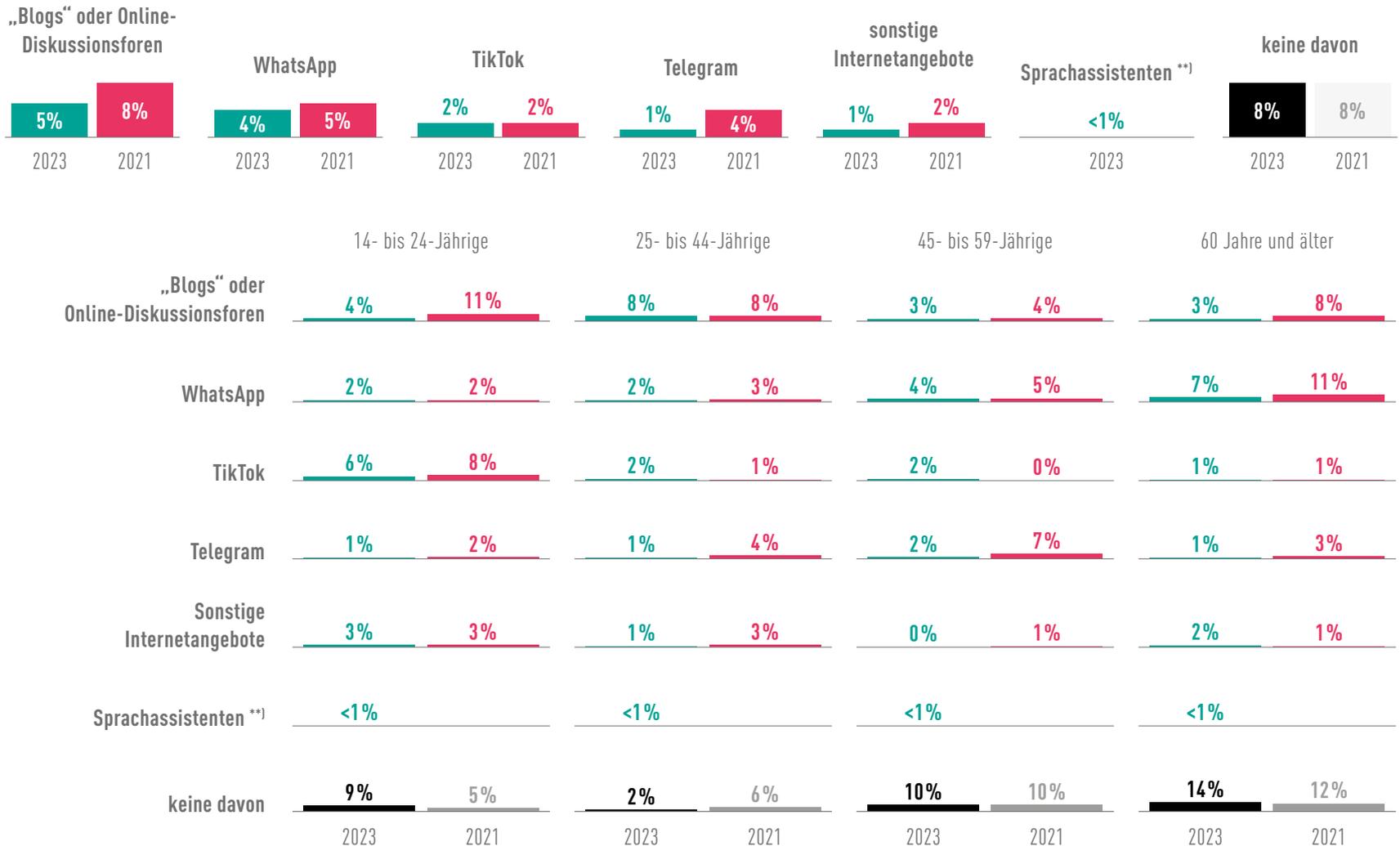
^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

BLOGS/ONLINE-DISKUSSIONSFOREN WERDEN IN DIESEM JAHR DEUTLICH SELTENER (INSBESONDERE VON UNTER 25-JÄHRIGEN UND ÜBER 59-JÄHRIGEN) GENANNT ALS VOR ZWEI JAHREN.

WHATSAPP VERLIERT AM MEISTEN BEI DER ÄLTESTEN BEFRAGTENGRUPPE.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



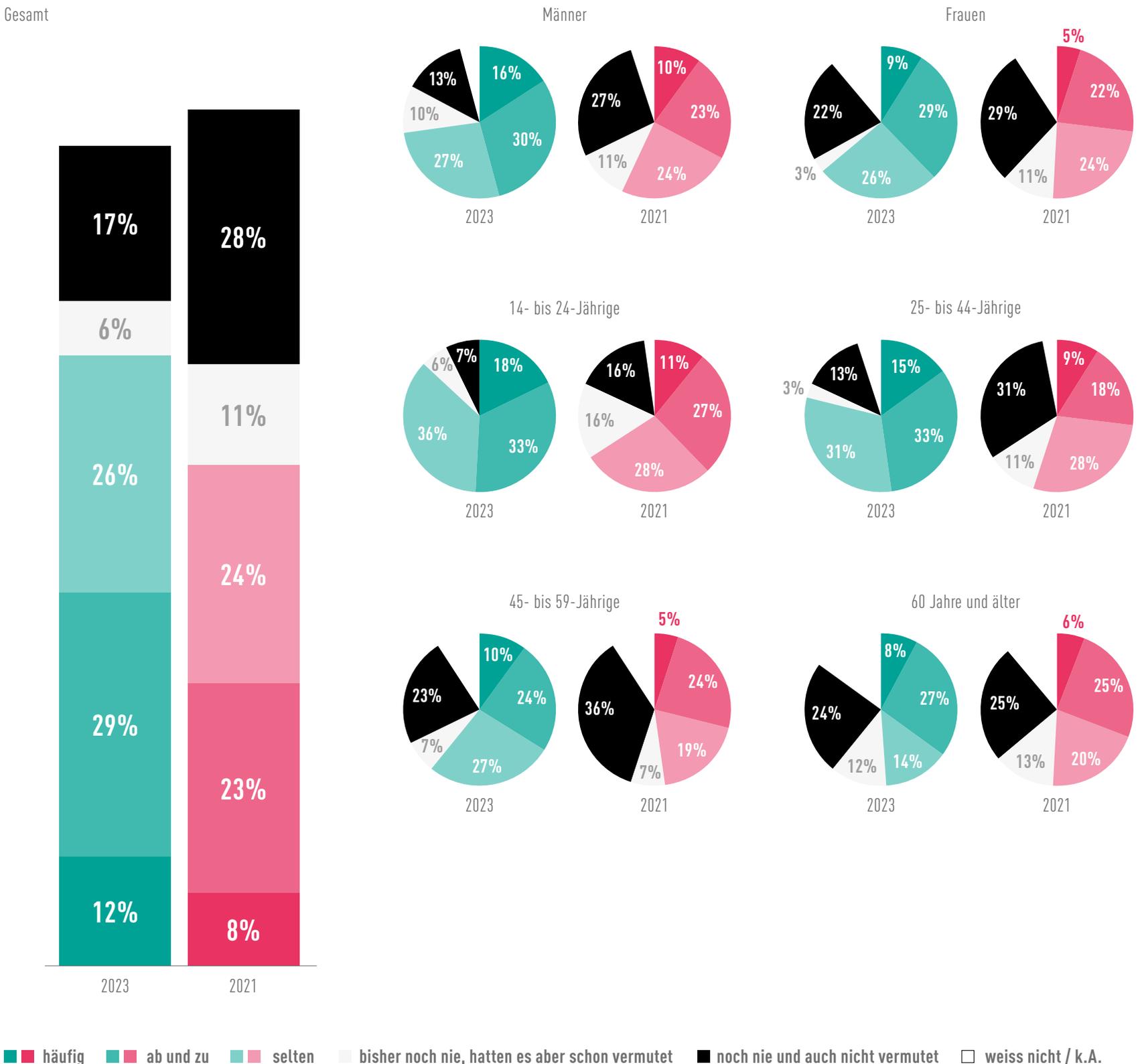
Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} in 2021 nicht abgefragt
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 755 / 2021: 638

DIE WAHRNEHMUNG VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN NIMMT IM VERGLEICH ZUR ERHEBUNG 2021 ZU.

ALLERDINGS IST EIN DIREKTER VERGLEICH AUFGRUND UNTERSCHIEDLICHER FRAGESTELLUNG UND FILTERFÜHRUNG NUR UNTER VORBEHALT MÖGLICH. VOR ALLEM MÄNNER UND UNTER 45-JÄHRIGE GEBEN AKTUELL AN, DASS DIESE IHNEN SCHON HÄUFIG BEGEGNET IST.

Es haben persönlich schon Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen bzw. bemerkt:



Frage 3: „Wie häufig haben Sie in sozialen Medien (z. B. Facebook, Twitter, YouTube) schon politische Wahlwerbung gesehen bzw. bemerkt?“

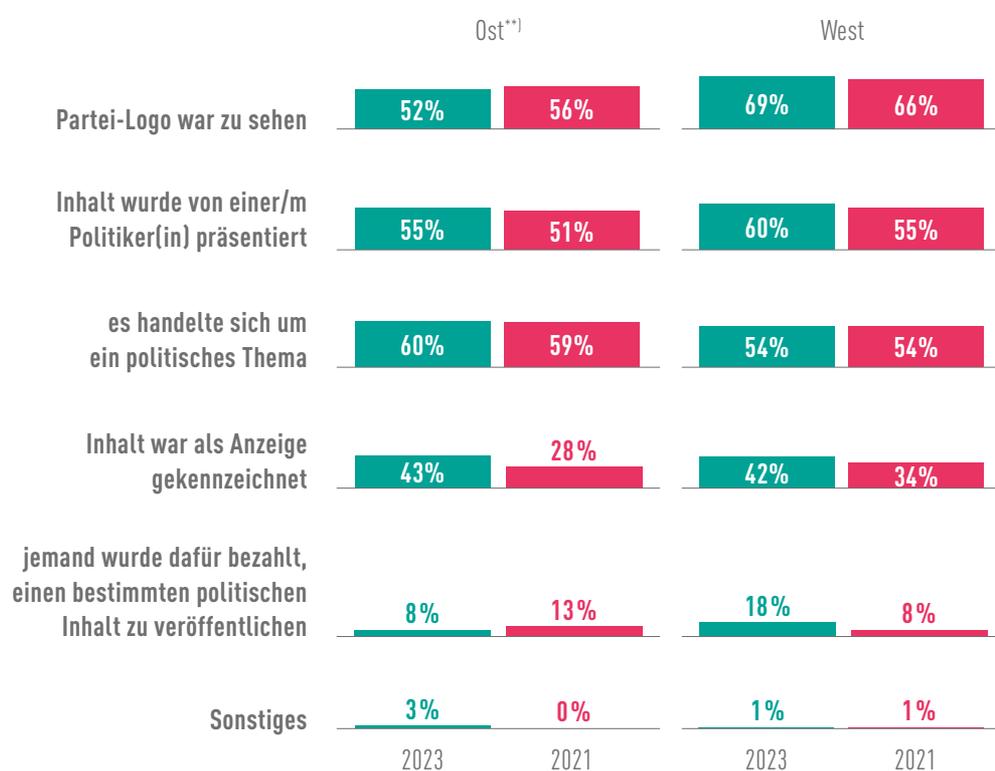
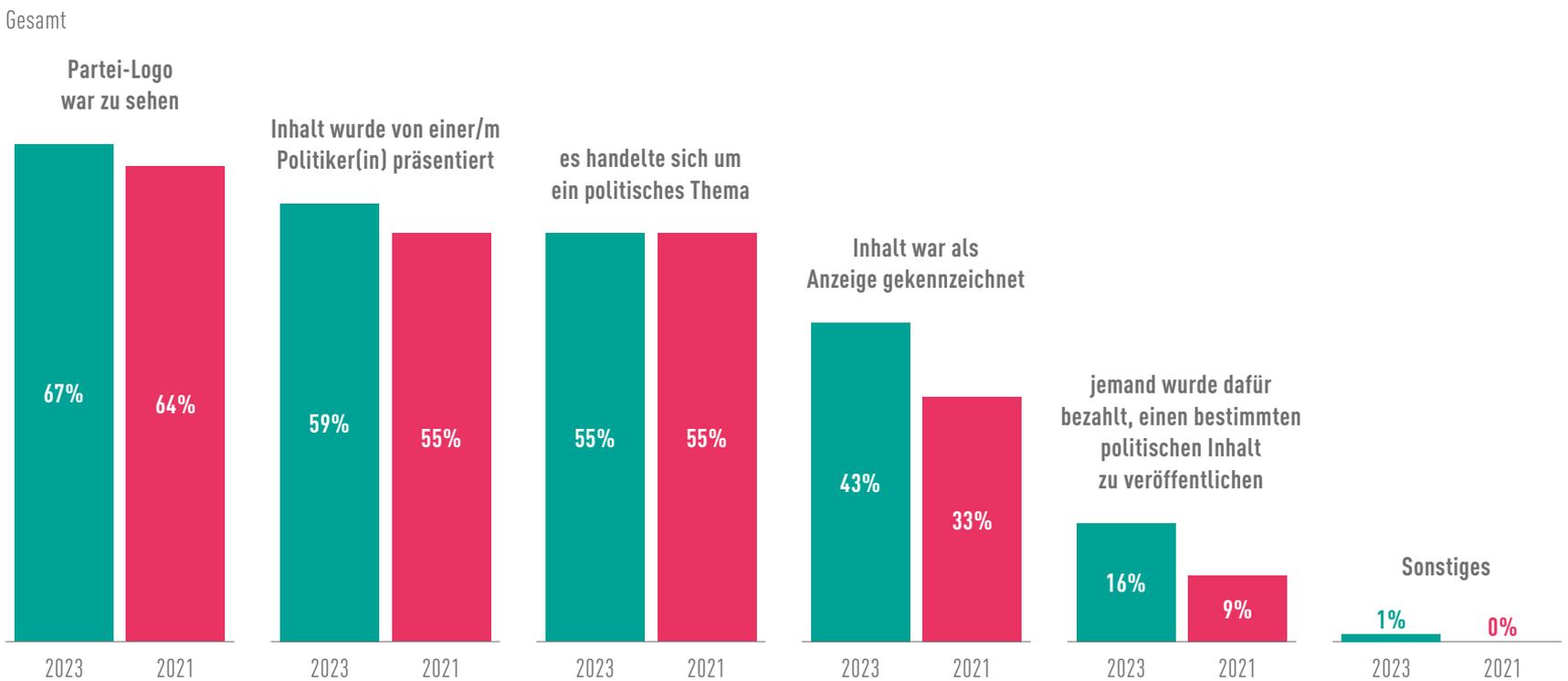
*) geringe Basis in LTW NRW 22
Befragte, die sich über soz. Medien (bzw. abgefragten Online-Medium) zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2023: 688 Befragte / 2021: 581 Befragte (andere Filterführung als 2023)

Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Region ^{*)}

DIE IDENTIFIZIERUNG POLITISCHER WAHLWERBUNG IN ONLINE-MEDIEN ANHAND DES PARTEI-LOGOS NIMMT LEICHT ZU, EBENSO WIE DER ANTEIL DERJENIGEN,

DIE WERBUNG ANHAND DER PRÄSENTATION DURCH EINEN POLITIKER(IN) ERKANNTEN. EINEM DEUTLICH GRÖßEREN ANTEIL DER BEFRAGTEN ALS 2021 FIEL ZUDEM EINE KENNZEICHNUNG ALS ANZEIGE INS AUGEN.

Es haben anhand der folgenden Dinge erkannt, dass es sich um politische Wahlwerbung handelt:

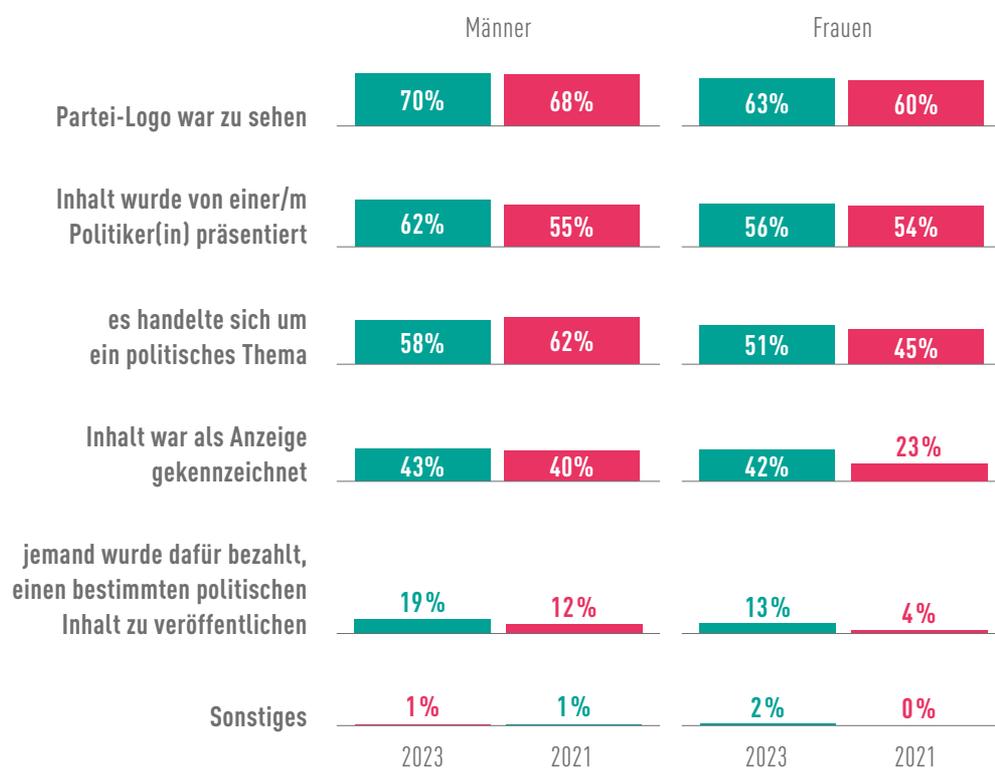
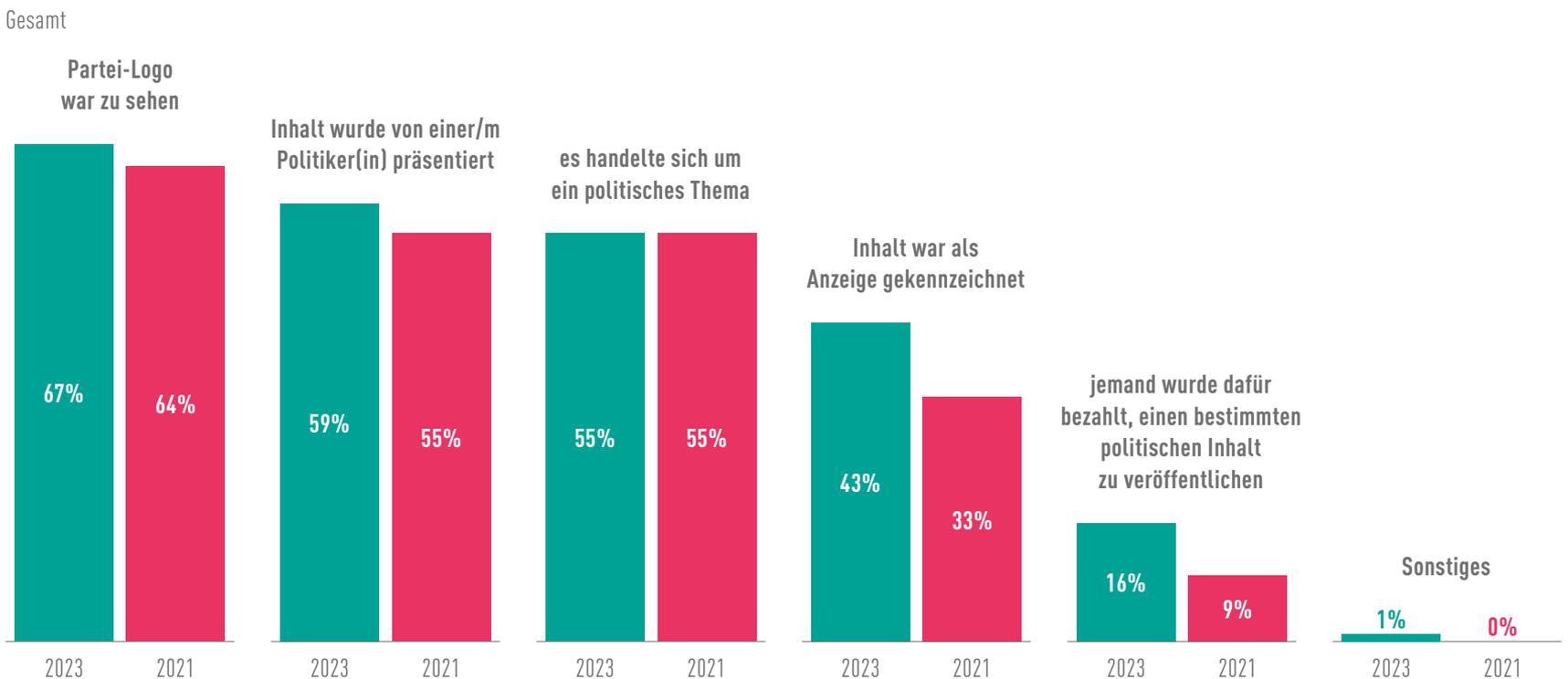


Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Geschlecht *)

MÄNNERN FIEL FÜR DIE IDENTIFIZIERUNG POLITISCHER WAHLWERBUNG IN ONLINE-MEDIEN HÄUFIGER EIN PARTEI- LOGO AUF ALS DEN FRAUEN.

HÖHER LIEGEN DIE MÄNNLICHEN WERTE ZUDEM BEI DER IDENTIFIKATION DURCH EINEN POLITIKER(IN) ODER DIE POLITISCHEN INHALTE. BEI FRAUEN VERDOPPELT SICH IM VERGLEICH ZU 2021 FAST DER ANTEIL DERJENIGEN, DENEN DIE KENNZEICHNUNG ALS POLITISCHE ANZEIGE AUFFIEL.

Es haben anhand der folgenden Kriterien erkannt, dass es sich um politische Wahlwerbung handelt:



Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Alter *)

BEI DEN UNTER 45-JÄHRIGEN NIMMT DIE WAHRNEHMUNG EINES PARTEI-LOGOS UND DIE PRÄSENTATION DURCH EINE/N POLITIKER(IN) DEUTLICH ZU.

DIESE BEIDEN IDENTIFIKATIONSMERKMALE GEHEN HINGEGEN INSBESONDERE BEI DEN BEFRAGTEN ÜBER 59 JAHRE ZURÜCK.

Es haben anhand der folgenden Dinge erkannt, dass es sich um politische Wahlwerbung handelt:



Frage 4: „An welchen der folgenden Dinge haben Sie erkannt, dass es sich um politische Wahlwerbung handelt?“

*) Mehrfachnennungen möglich / **) geringe Basis in 2021
Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315

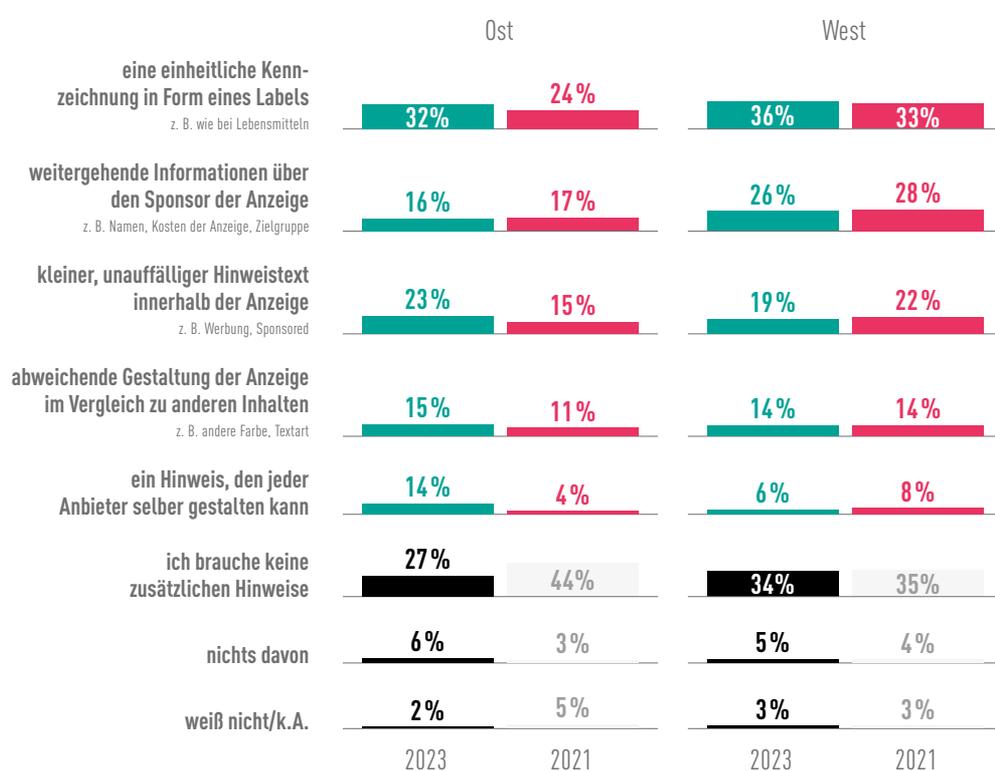
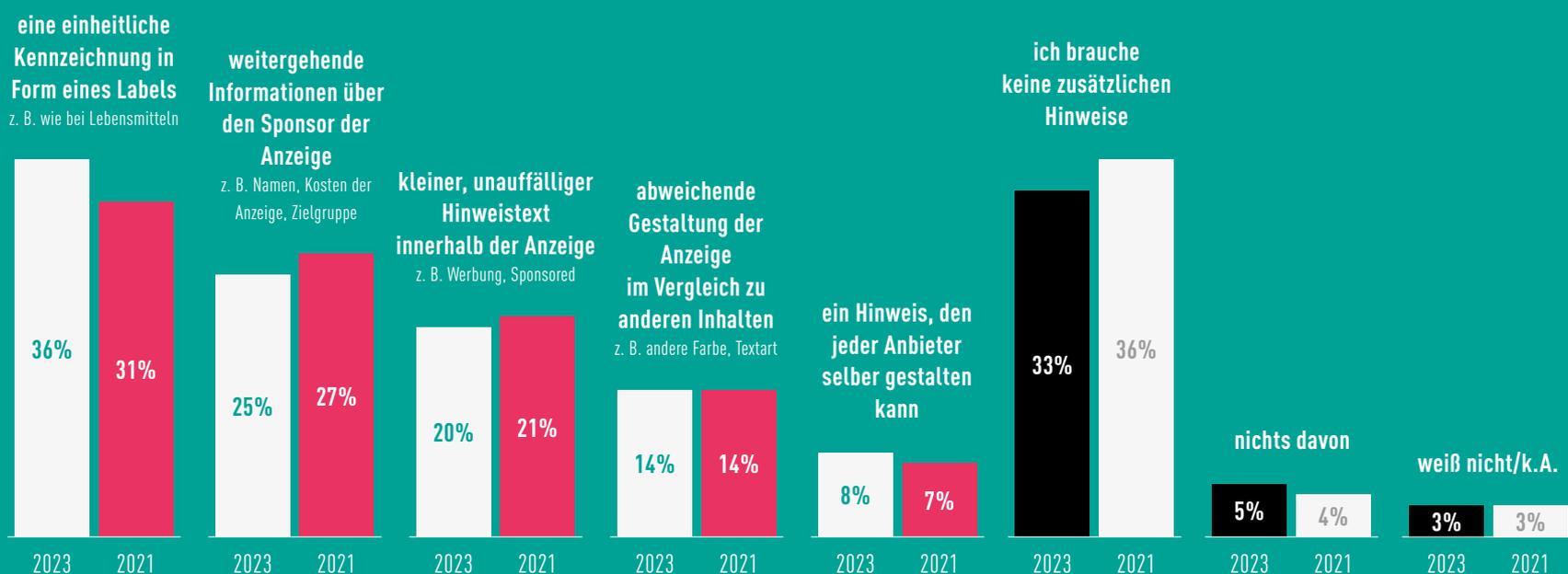
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Region *)

BEI DEN MÖGLICHEN HILFEN ZUR BESSEREN KENNTLICHMACHUNG POLITISCHER WERBUNG FINDEN MEHR BEFRAGTE EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG HILFREICH ALS 2021.

DEUTLICH ZURÜCKGEGANGEN IST DER ANTEIL IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN, DIE KEINE ZUSÄTZLICHEN KENNZEICHNUNGEN WÜNSCHEN - ER LIEGT NUN UNTER DEM WERT DER ALTEN BUNDESLÄNDER.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



Frage 5: „Was würde Ihnen dabei helfen, politische Werbung im Internet in Zukunft besser zu erkennen?“

*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

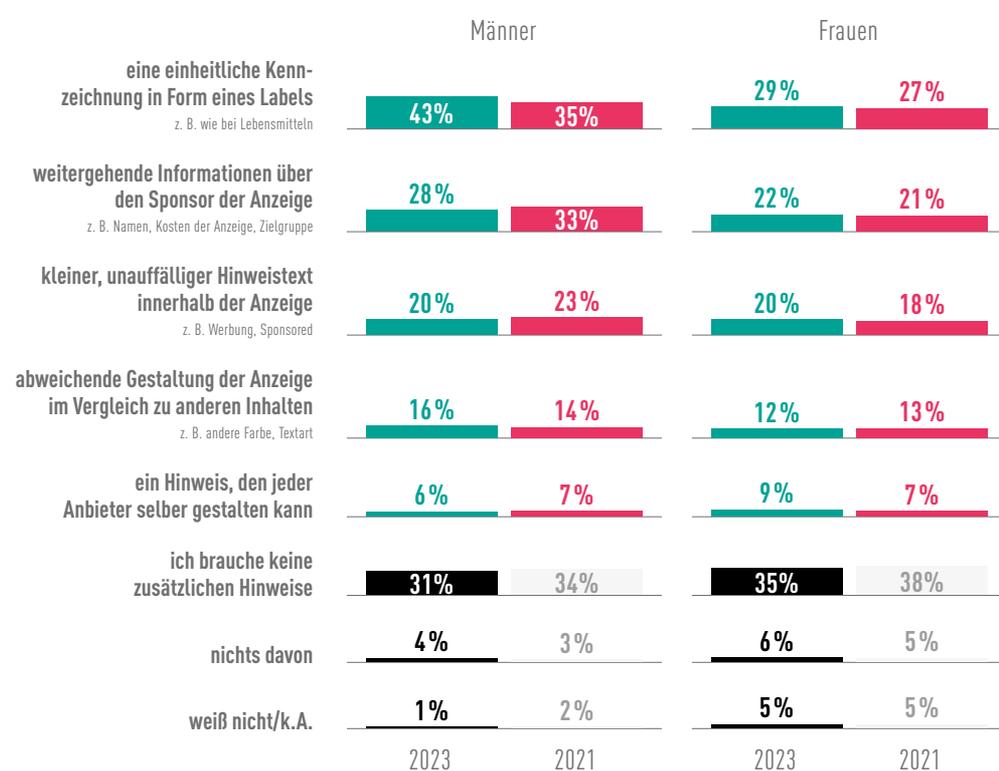
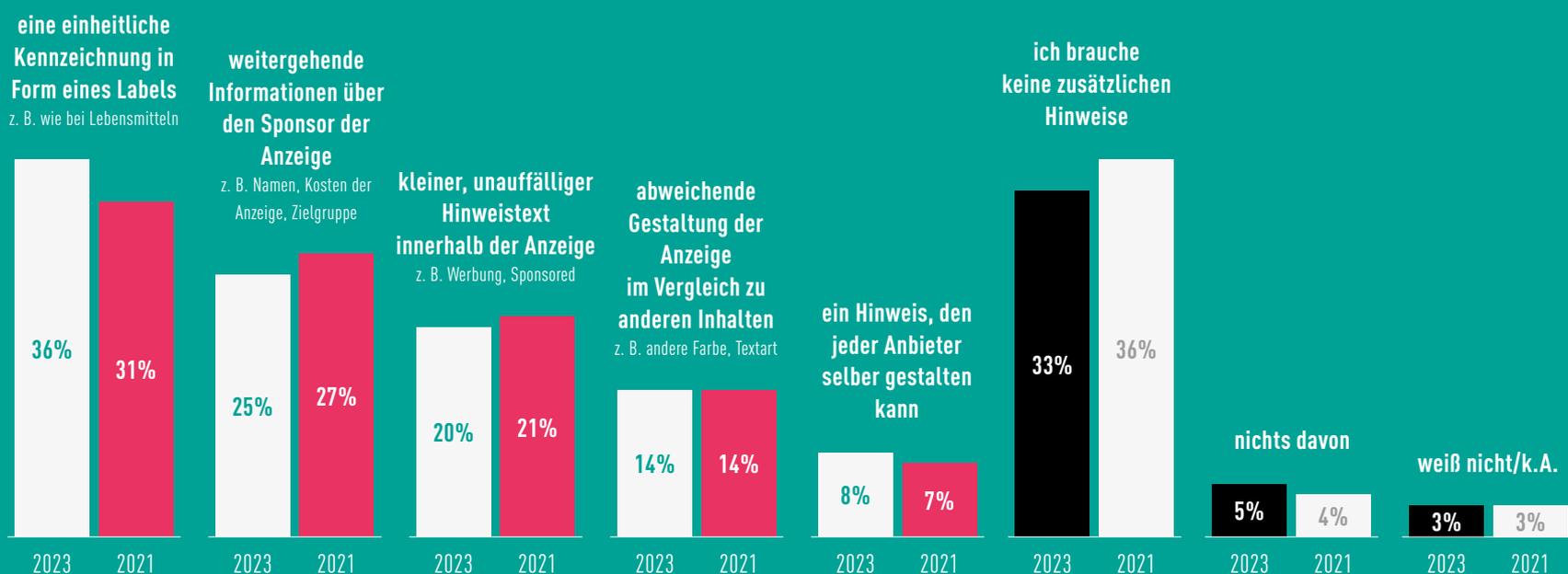
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Geschlecht ^{*)}

EINE EINHEITLICHE KENNTLICHMACHUNG POLITISCHER WERBUNG WIRD VON EINEM HÖHEREN ANTEIL MÄNNERN ALS FRAUEN GEFORDERT.

AUCH WÜNSCHEN MEHR MÄNNER WEITERGEHENDE INFORMATIONEN ÜBER DEN INITIATOR DER ANZEIGE. DER ANTEIL, DIE SICH KEINE ZUSÄTZLICHEN KENNZEICHNUNGEN WÜNSCHEN, IST BEI BEIDEN GESCHlechTERN ZUM JAHR 2021 ETWAS ZURÜCKGEGANGEN.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



Frage 5: „Was würde Ihnen dabei helfen, politische Werbung im Internet in Zukunft besser zu erkennen?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich
Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

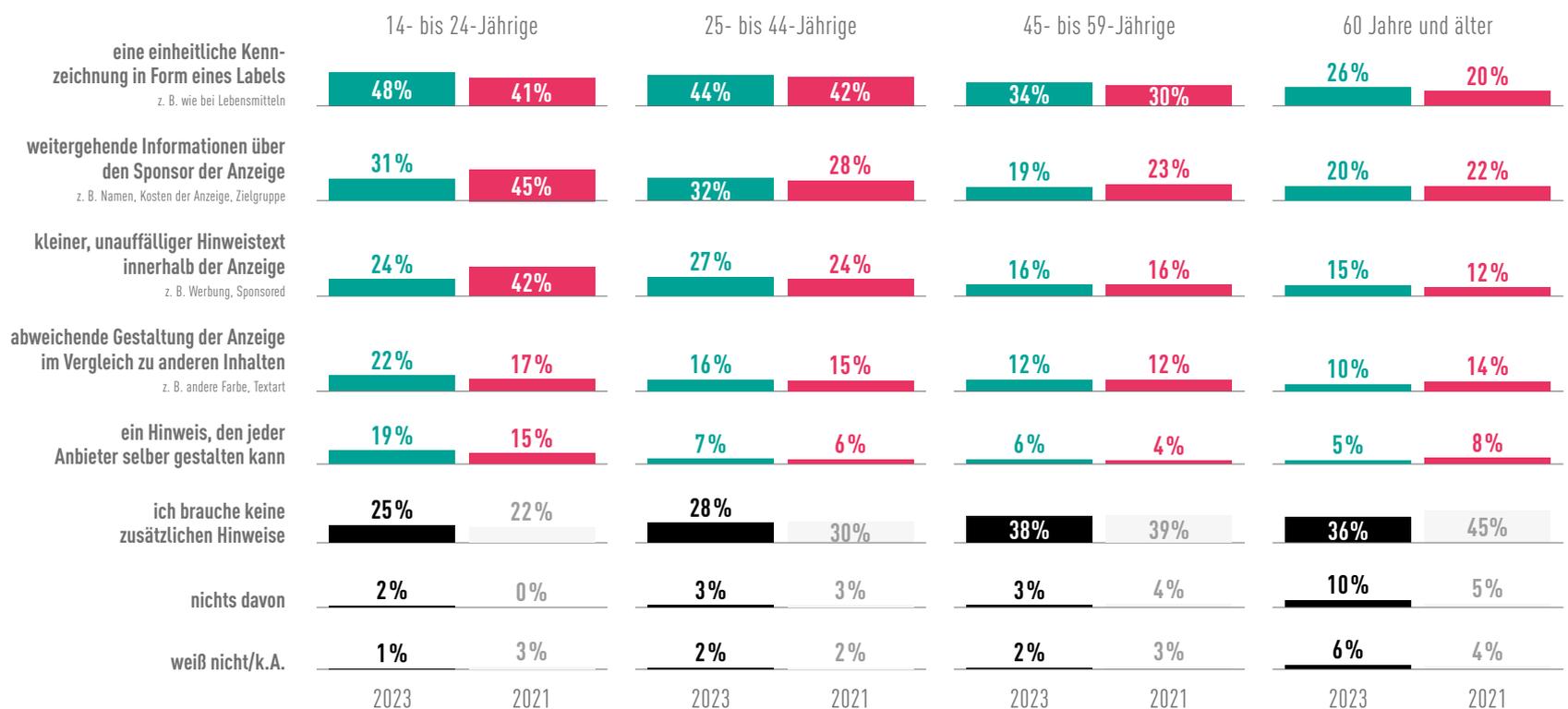
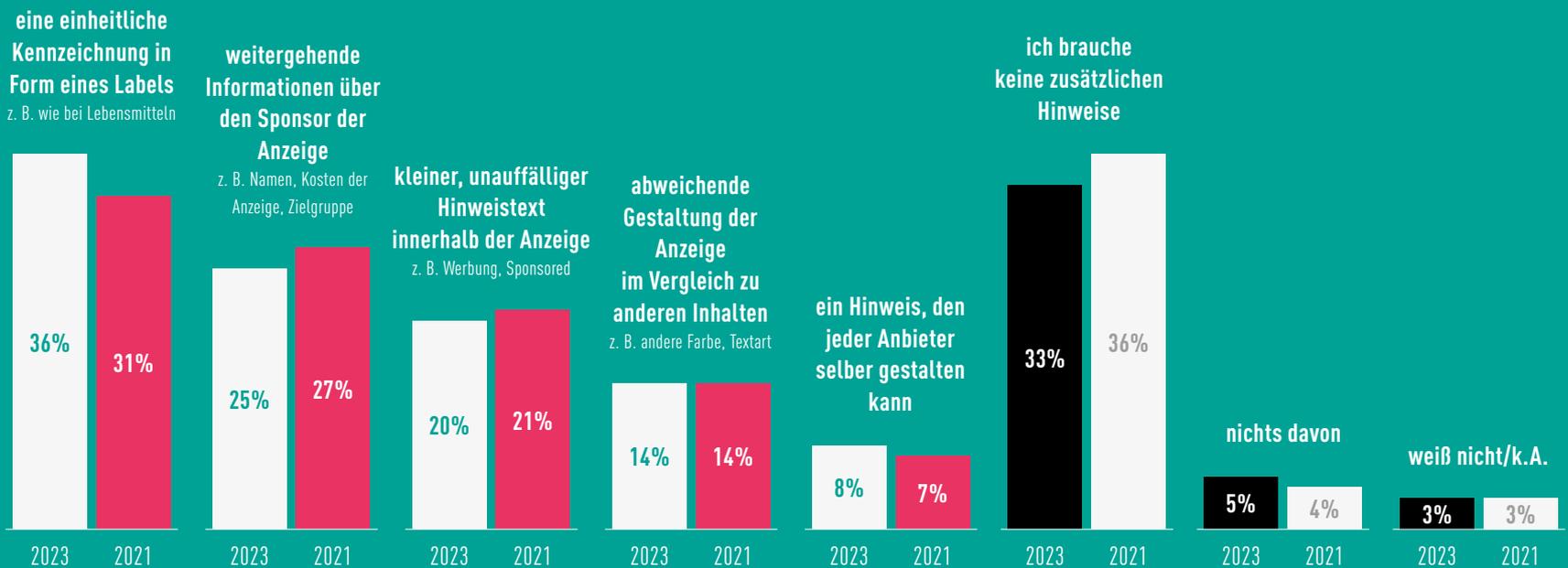
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Alter ^{*)}

EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG WIRD MIT ZUNEHMENDEM ALTER WENIGER GEWÜNSCHT.

AUCH ANDERE PUNKTE WIE INFORMATIONEN ZUM SPONSOR ODER EINEM HINWEISTEXT INNERHALB DER ANZEIGE FINDET EIN GRÖßERER ANTEIL DER UNTER 45-JÄHRIGEN HILFREICHER ALS DIE ÄLTEREN BEFRAGTEN. BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN GEHEN DIE NENNUNGEN DIESER BEIDEN HILFEN ALLERDINGS IM VERGLEICH ZU 2021 STARK ZURÜCK.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien im Internet – Gesamt vs. Region (1/2)

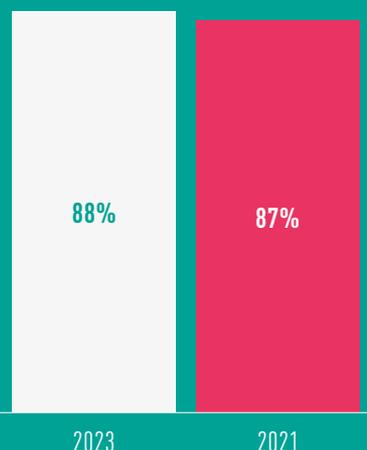
WENIG ÄNDERUNGEN GIBT ES ZU HALTUNGEN GEGENÜBER WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN.

EINE GROSSE MEHRHEIT BLEIBT WEITER DER MEINUNG, DASS JEDER NUTZER KLAR ERKENNEN KÖNNEN SOLLTE, NACH WELCHEN KRITERIEN POLITISCHE WAHLWERBUNG IM INTERNET BZW. SOZIALEN NETZWERKEN ANGEZEIGT WIRD. SIE SOLLTE ZUDEM DEUTLICHER ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN.

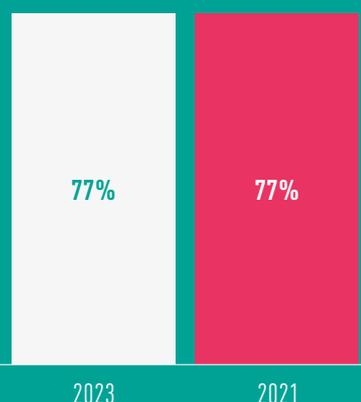
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

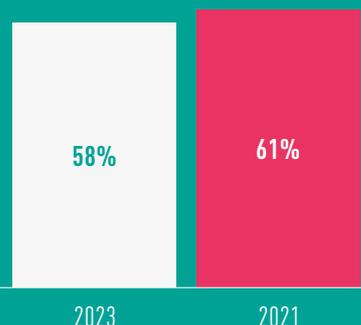
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



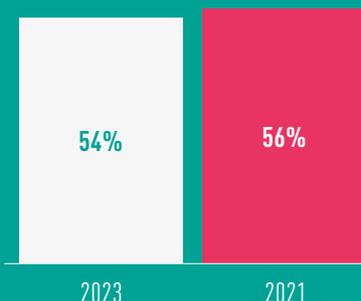
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind



Ost *)

West

Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

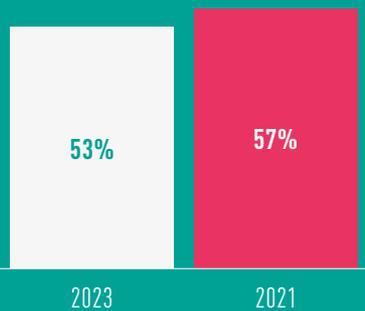
IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN STEIGT IM VERGLEICH ZU 2021 DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE IN SOZIALEN MEDIEN PARTEIEN ODER POLITIKER GESEHEN HABEN, DIE SIE GEWÄHLT HABEN ODER SICH VORSTELLEN KÖNNEN ZU WÄHLEN.

IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN SINKT DIESER ANTEIL HINGEGEN.

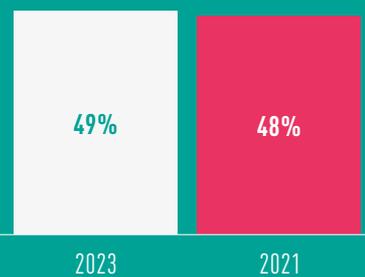
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

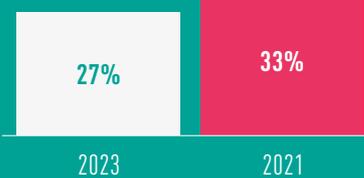
Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



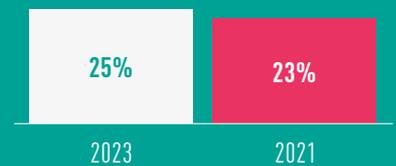
Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen, die mich in meiner Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen mit immer identischen Inhalten.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von der immer gleichen Partei bzw. immer dem gleichen Politiker.



Ost *)

West

Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen, die mich in meiner Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen mit immer identischen Inhalten.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von der immer gleichen Partei bzw. immer dem gleichen Politiker.



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315 / *) geringe Basis in 2021

Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien im Internet – Gesamt vs. Geschlecht (1/2)

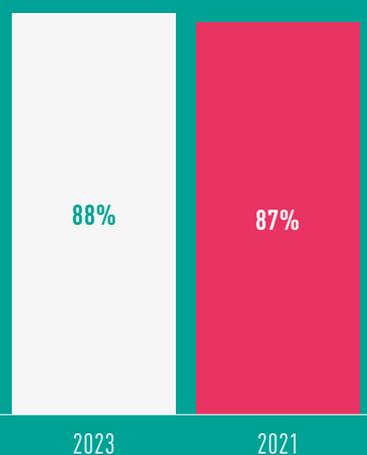
IN DEN MEISTEN AUSSAGEN ZUR WAHLWERBUNG IN DEN SOZIALEN MEDIEN ZEIGEN SICH WEITERHIN KEINE ALLZU GROSSEN UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN.

AM GRÖSSTEN IST DER UNTERSCHIED BEI DER ZUSTIMMUNG ZUR AUSSAGE, DASS MAN WAHLWERBUNG ZU THEMEN GESEHEN HAT, DIE EINEM PERSÖNLICH WICHTIG SIND. DEM STIMMEN MEHR MÄNNER ALS FRAUEN ZU – WOBEI HIER DIE DIFFERENZ ZWISCHEN DEN GESCHLECHTERN ABNAHM.

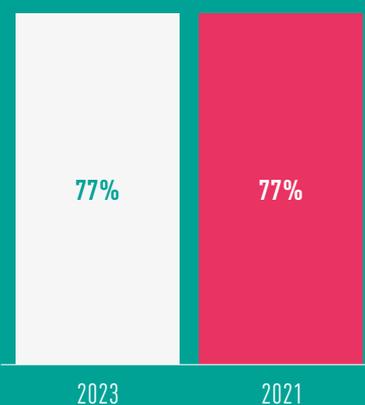
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

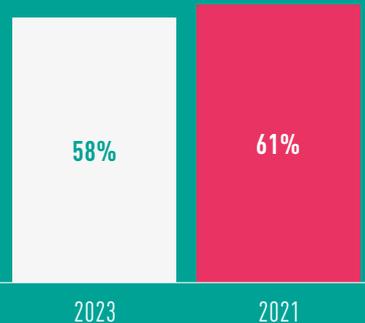
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



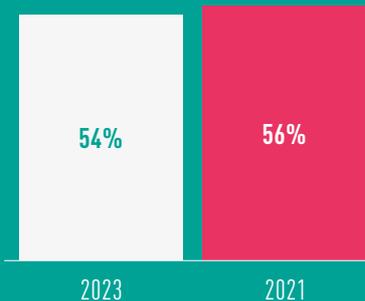
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind



Männer

Frauen

Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315

Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien im Internet – Gesamt vs. Geschlecht (2/2)

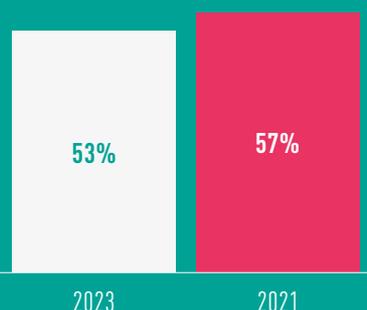
FRAUEN STIMMEN WENIGER ALS MÄNNER ZU, DASS SIE IN SOZIALEN MEDIEN PARTEIEN ODER POLITIKER GESEHEN HABEN, DIE SIE GEWÄHLT HABEN ODER SICH VORSTELLEN KÖNNTEN ZU WÄHLEN.

EBENSO HABEN SIE WENIGER WAHLWERBUNG GESEHEN, DIE SIE IN IHRER MEINUNG ZU BESTIMMTEN POLITISCHEN THEMEN BESTÄTIGT HAT.

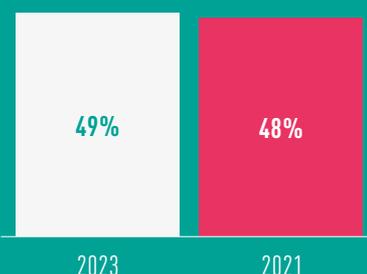
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

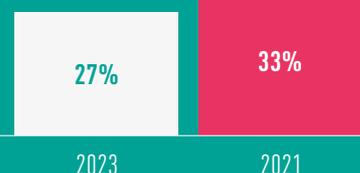
Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen, die mich in meiner Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen mit immer identischen Inhalten.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von der immer gleichen Partei bzw. immer dem gleichen Politiker.



Männer

Frauen

Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen, die mich in meiner Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen mit immer identischen Inhalten.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen von der immer gleichen Partei bzw. immer dem gleichen Politiker.



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315

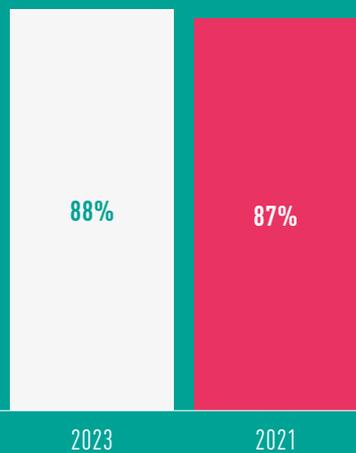
DIE REGULIERUNG VON POLITISCHER ONLINE-WERBUNG WIRD BESONDERS VON DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN GEFORDERT.

AUFFALLEND STARK GEHT HIER DER WERT BEI DER JÜNGSTEN ALTERSGRUPPE IM VERGLEICH ZU 2021 ZURÜCK.

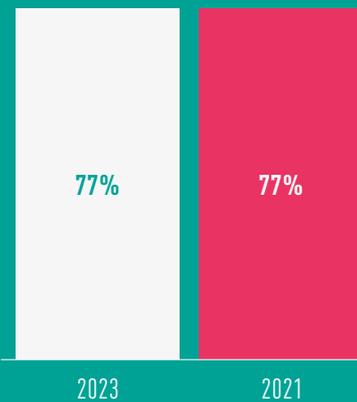
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

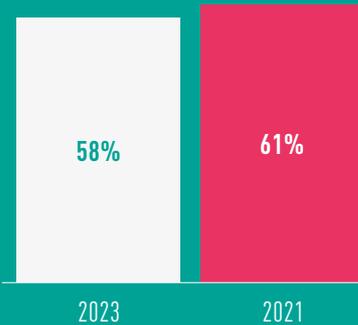
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



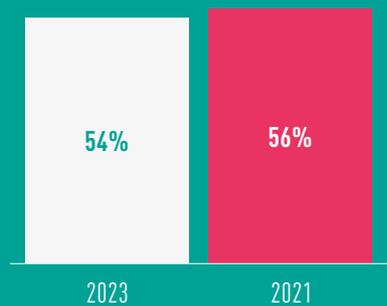
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind



14-bis 24-Jährige *)

25-bis 44-Jährige

45-bis 59-Jährige *)

60 Jahre und älter *)

Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.



Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

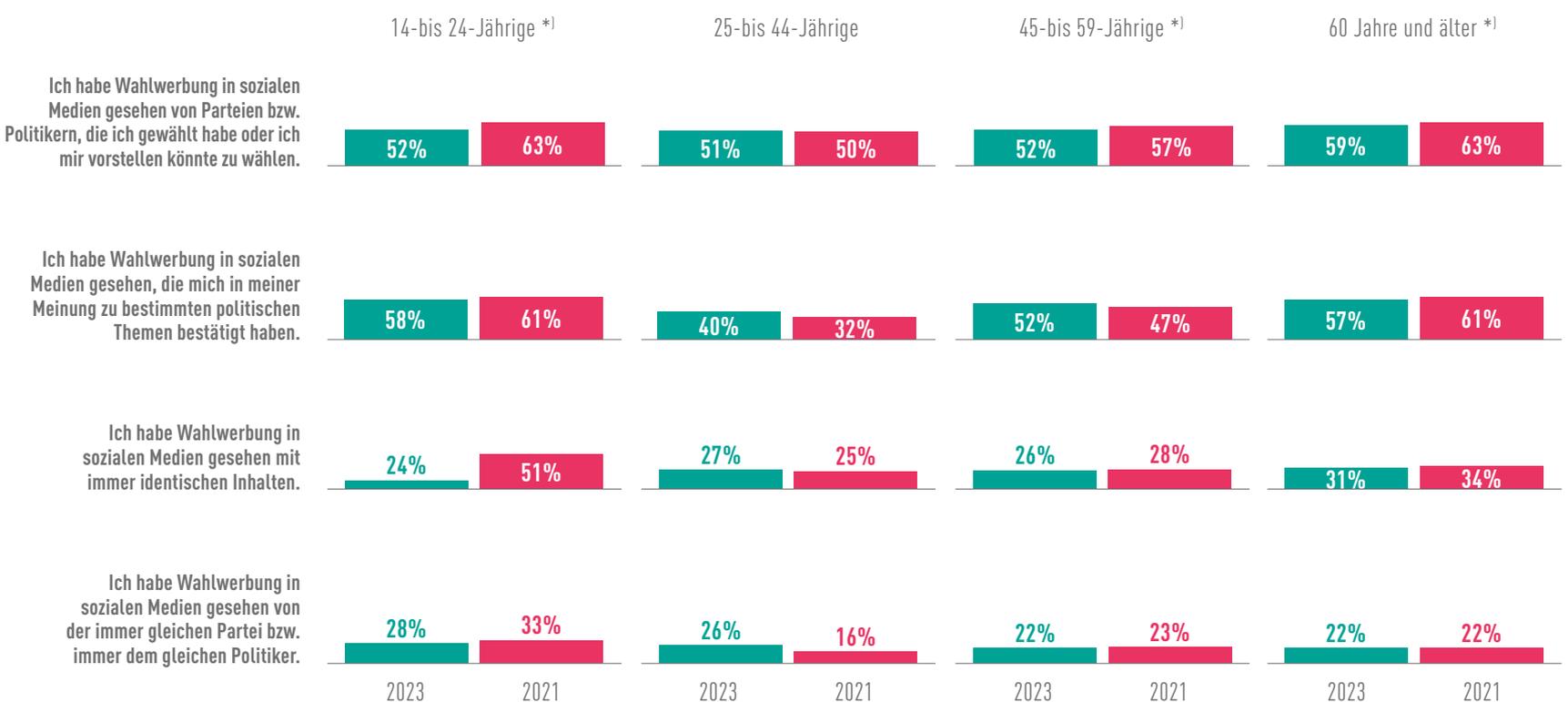
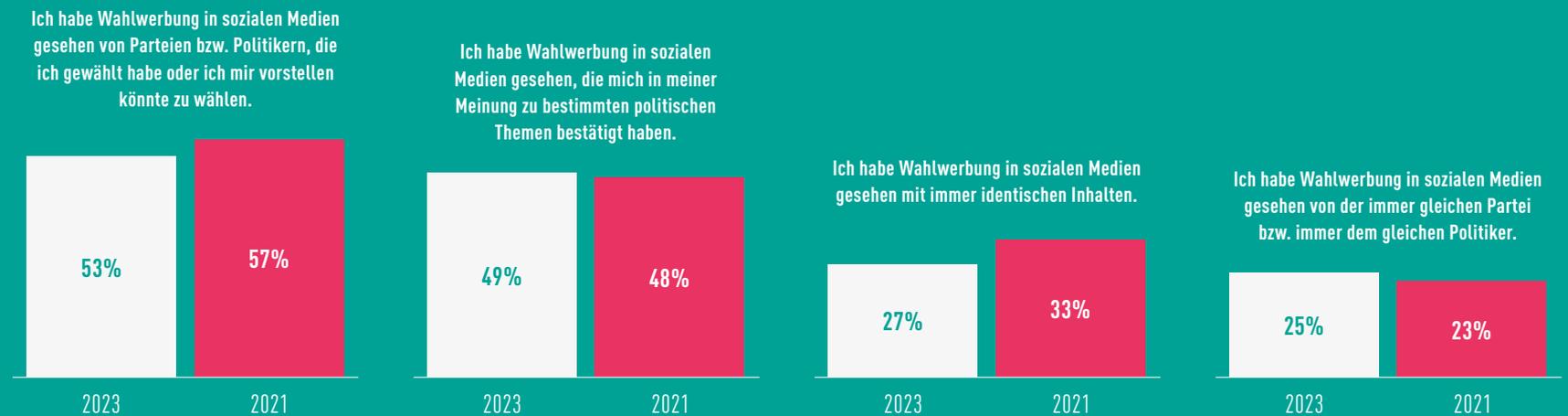
Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315 / *) geringe Basis in 2021

BESONDERS BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN GEHT DER ANTEIL IM VERGLEICH ZU 2021 ZURÜCK, DIE IN SOZIALEN MEDIEN PARTEIEN ODER POLITIKER GESEHEN HABEN, DIE SIE GEWÄHLT HABEN ODER ES SICH VORSTELLEN KÖNNTEN ZU WÄHLEN.

UND ES STIMMEN IN DIESER ALTERSGRUPPE DEUTLICH WENIGER ALS IN 2021 ZU, DASS SIE WAHLWERBUNG AUF SOCIAL MEDIA MIT DEN IMMER GLEICHEN INHALTEN GESEHEN HÄTTE.

Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt



Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2023: 470 / 2021: 315 / * geringe Basis in 2021

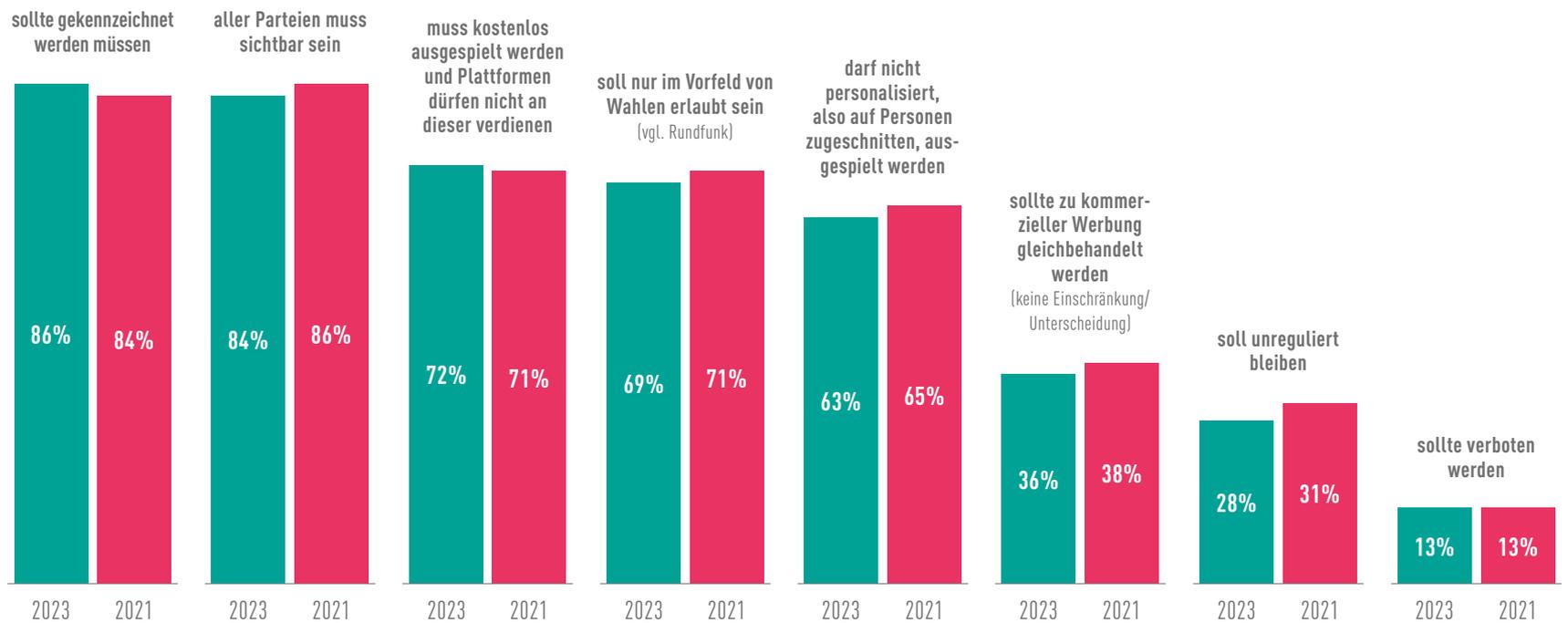
Aussagen zu politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Region

ES HERRSCHT WEITER KONSENS, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET VON ALLEN PARTEIEN SICHTBAR SEIN UND ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN MUSS.

IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN IST WEITERHIN EIN DEUTLICH HÖHERER ANTEIL DER MEINUNG, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET NUR IN DER ZEIT VOR WAHLEN ERLAUBT SEIN SOLLTE.

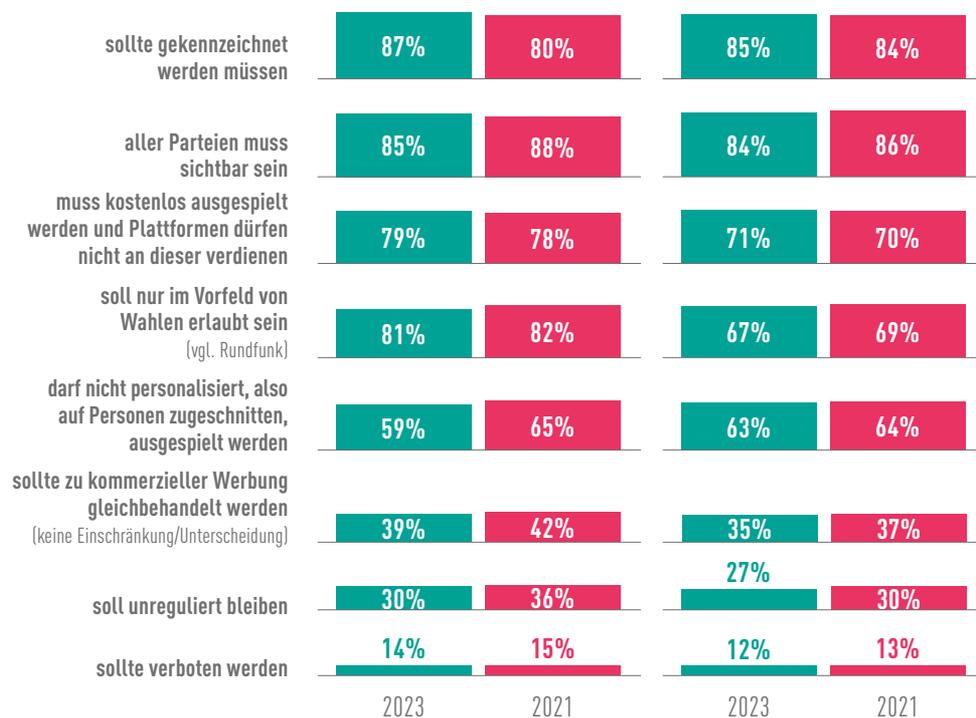
Es stimmen voll und ganz bzw. eher zu: Politische Werbung im Internet...

Gesamt



Ost

West



Frage 7: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

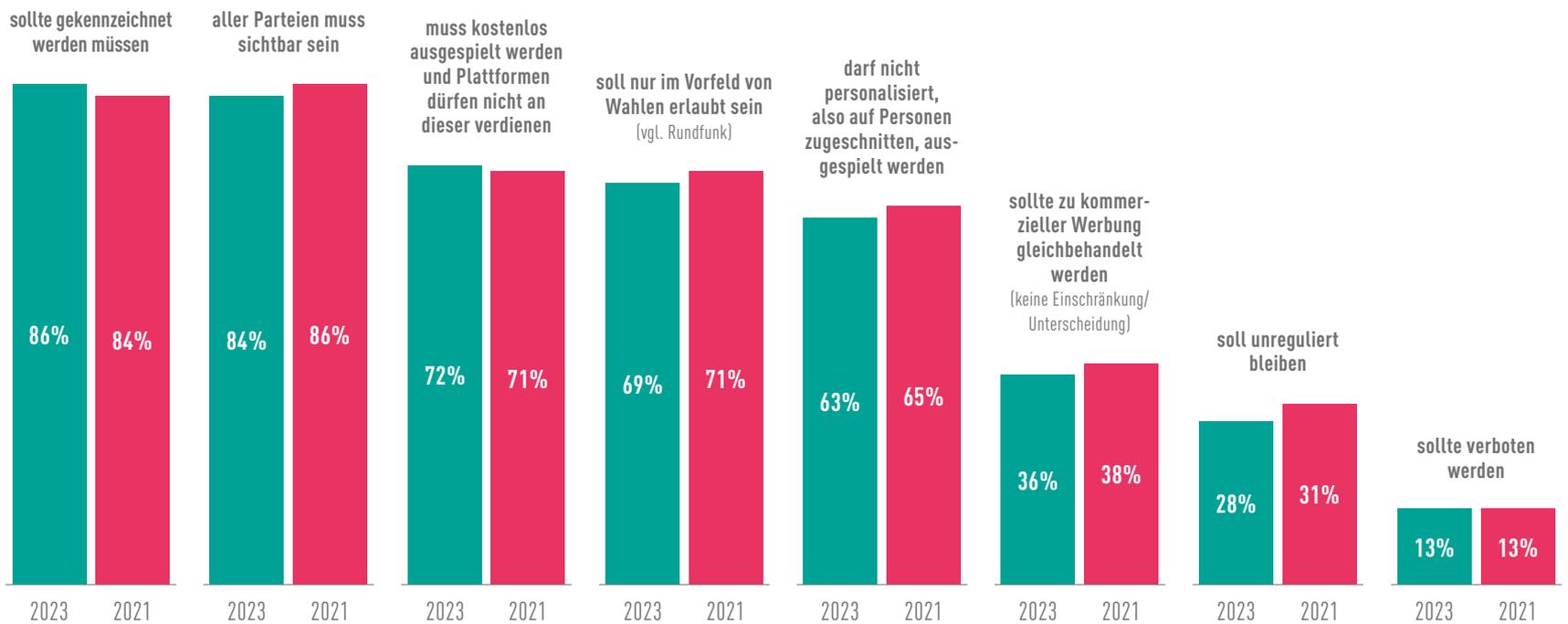
Aussagen zu politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Geschlecht

FRAUEN WÜNSCHEN SICH EHER EINE KOSTENLOSE AUSSPIELUNG POLITISCHER WERBUNG SOWIE EINE EINSCHRÄNKUNG, DASS WERBUNG NUR VOR WAHLEN ERLAUBT SEIN SOLLTE.

MÄNNER HINGEGEN WÜNSCHEN SICH STÄRKER ALS FRAUEN EINE KENNZEICHNUNG POLITISCHER WERBUNG SOWIE KEINE REGULIERUNG VON POLITISCHER WERBUNG.

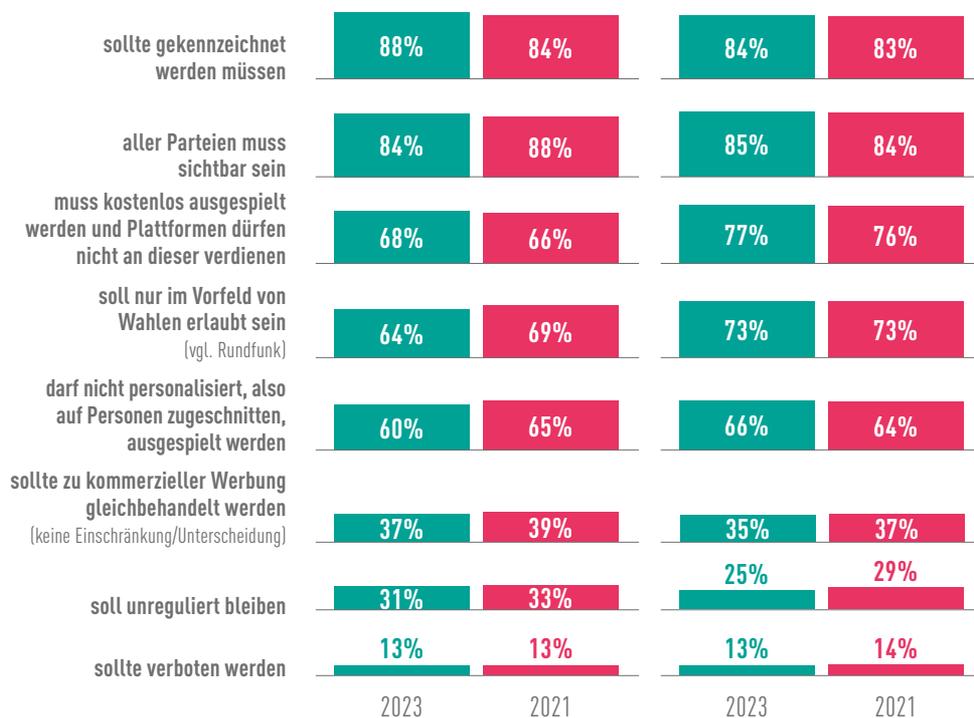
Es stimmen voll und ganz bzw. eher zu: Politische Werbung im Internet...

Gesamt



Männer

Frauen



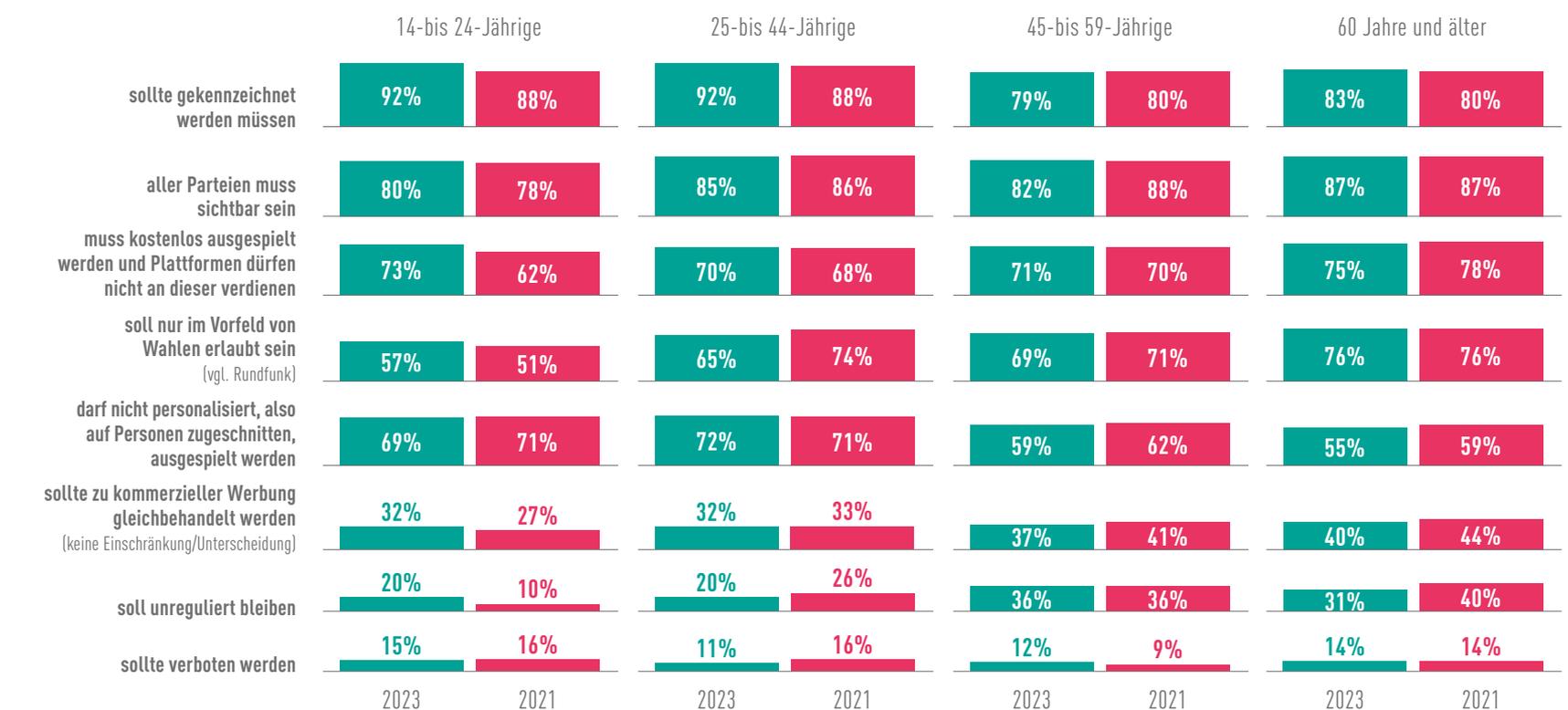
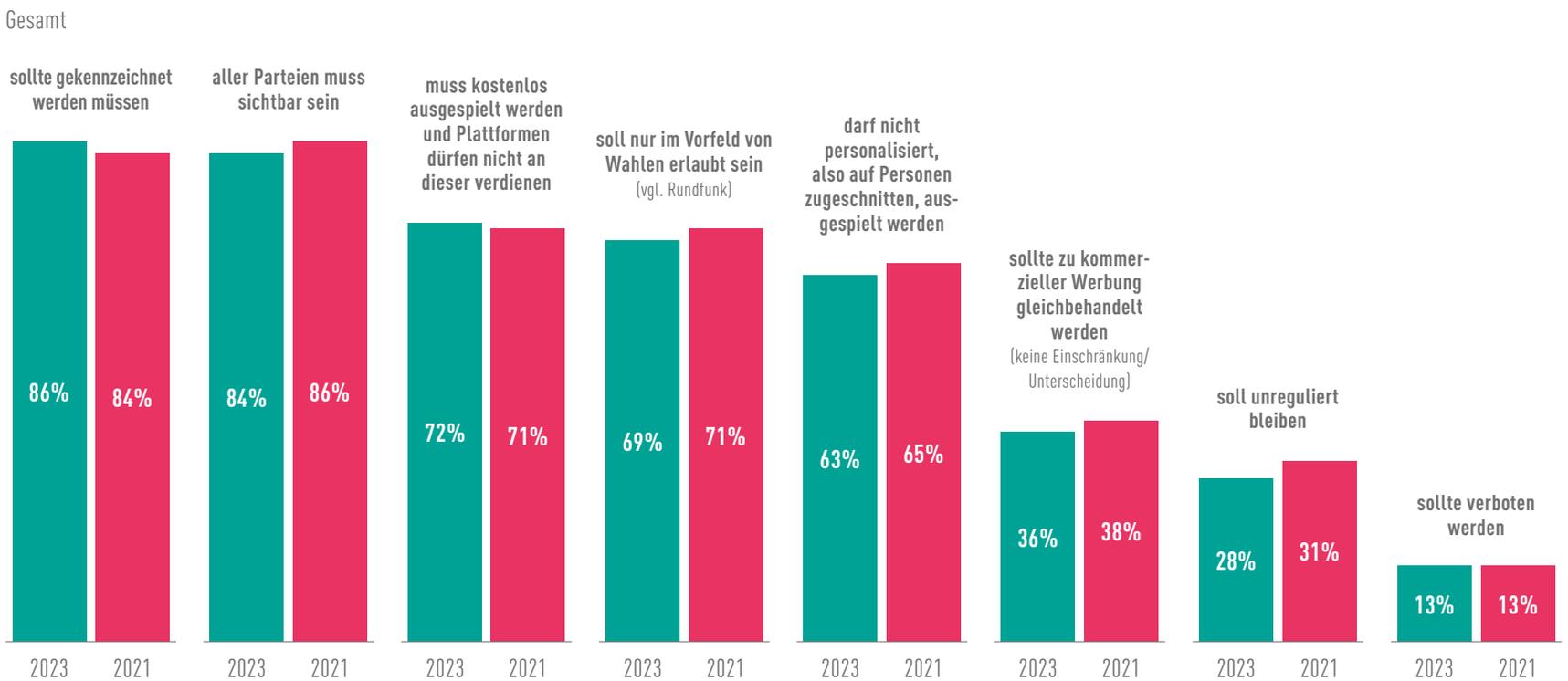
Frage 7: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

Aussagen zu politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Alter

BESONDERS DIE UNTER 45-JÄHRIGEN WÜNSCHEN SICH EINE KENNZEICHNUNG POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET.

EINE ERLAUBNIS NUR IM VORFELD VON WAHLEN FINDET MIT ZUNEHMENDEM ALTER IMMER MEHR ANHÄNGER.
EIN PERSONALISIERTES AUSSPIELEN VON WERBUNG LEHNEN DAGEGEN DEUTLICH MEHR JÜNGERE BEFRAGTE AB.

Es stimmen voll und ganz bzw. eher zu: Politische Werbung im Internet...

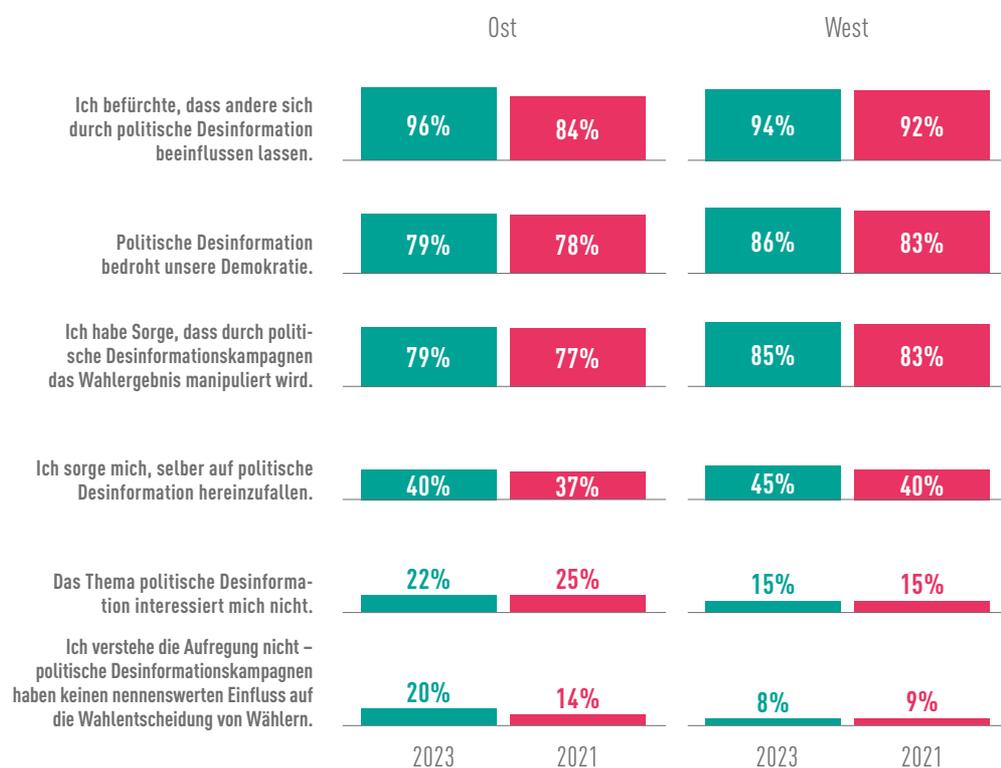
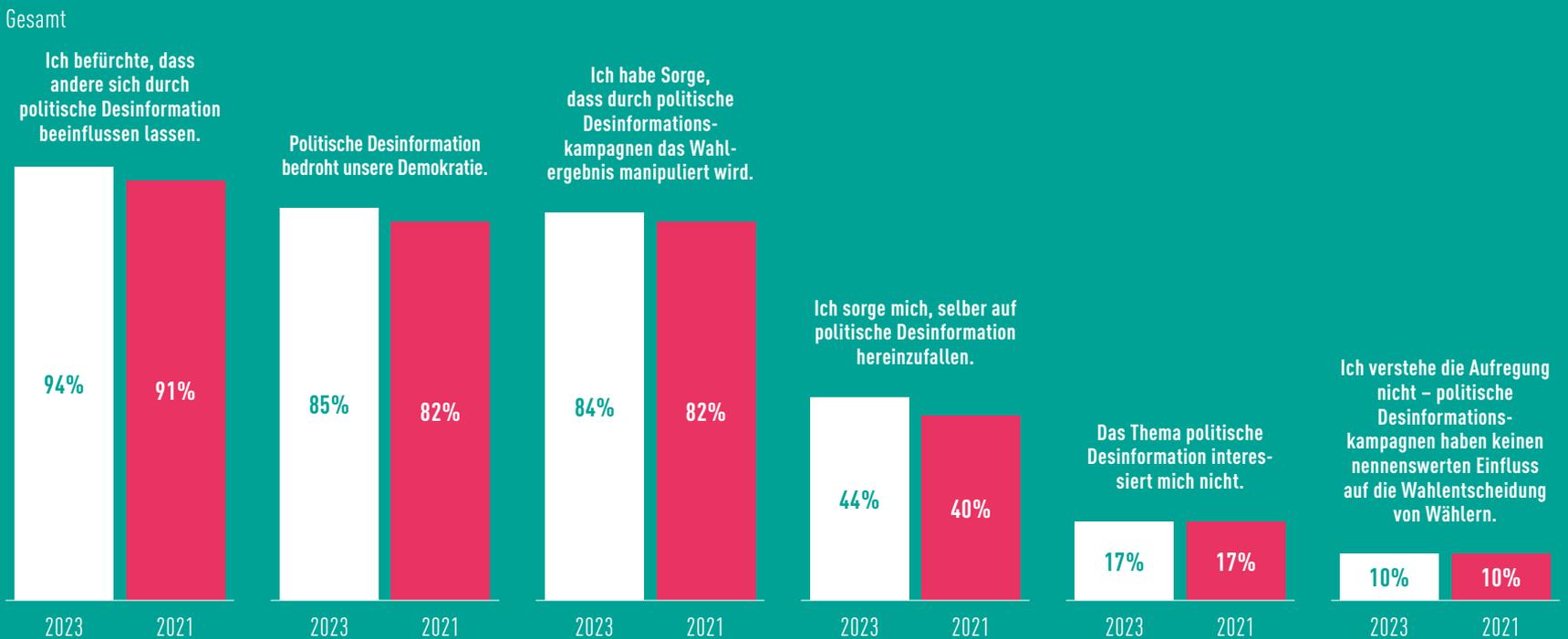


Frage 7: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

AUF HOHEM NIVEAU LEICHT STEIGEND BLEIBT DIE SORGE BESTEHEN, DASS SICH ANDERE DURCH POLITISCHE DESINFORMATION BEEINFLUSSEN LASSEN UND DASS DESINFORMATION DIE DEMOKRATIE BEDROHT.

EBENSO WIRD DIE GEFAHR DER MANIPULATION VON WAHLERGEBNISSEN DURCH DESINFORMATIONEN ETWAS HÖHER EINGESCHÄTZT. BESONDERS IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN IST DIE SORGE, DASS SICH ANDERE DURCH DESINFORMATION BEEINFLUSSEN LASSEN, GEWACHSEN.

Es stimmen den folgenden Aussagen voll und ganz bzw. eher zu:



Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

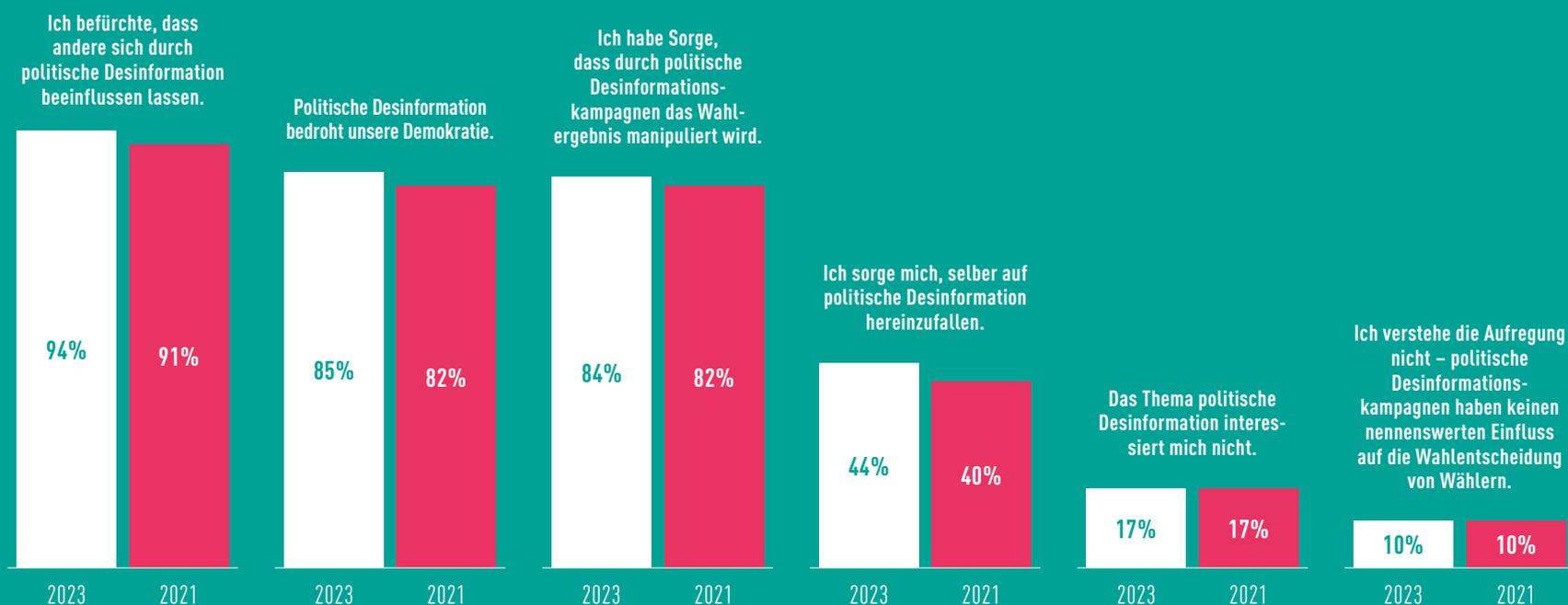
Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet – Gesamt vs. Geschlecht

BEI DEN AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET SIND SICH DIE GESCHLECHTER WEITGEHEND EINIG.

BEI DER SORGE, SELBST AUF POLITISCHE DESINFORMATION HEREINZUFALLEN, STEIGT DER WERT BEI DEN MÄNNERN UND NÄHERT SICH DEM DER FRAUEN AN.

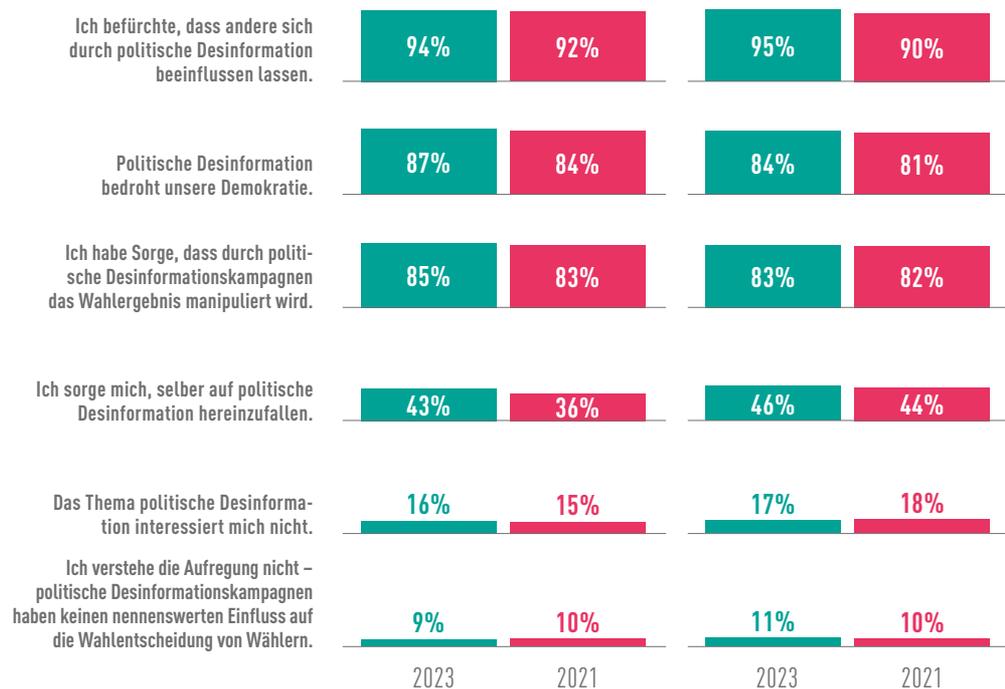
Es stimmen den folgenden Aussagen voll und ganz bzw. eher zu:

Gesamt



Männer

Frauen



Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

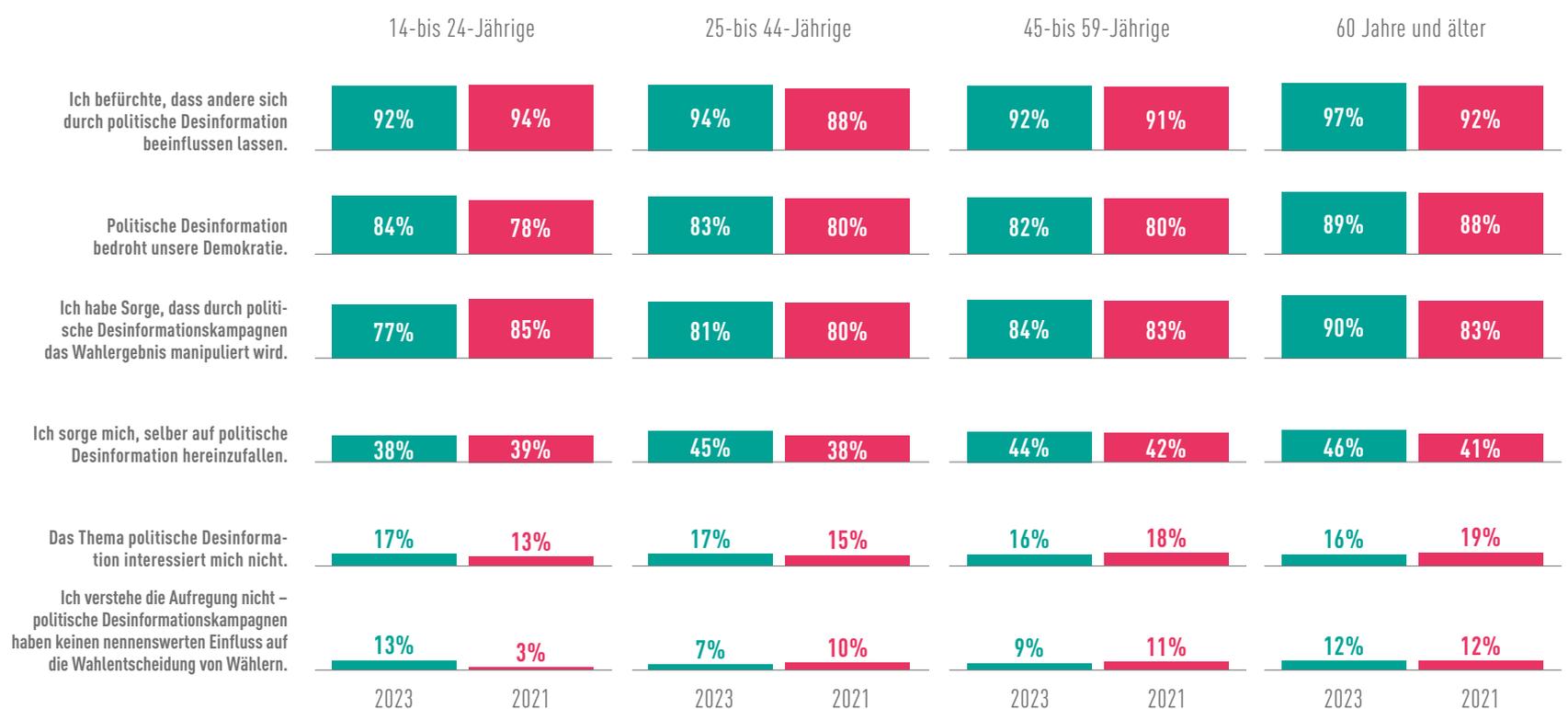
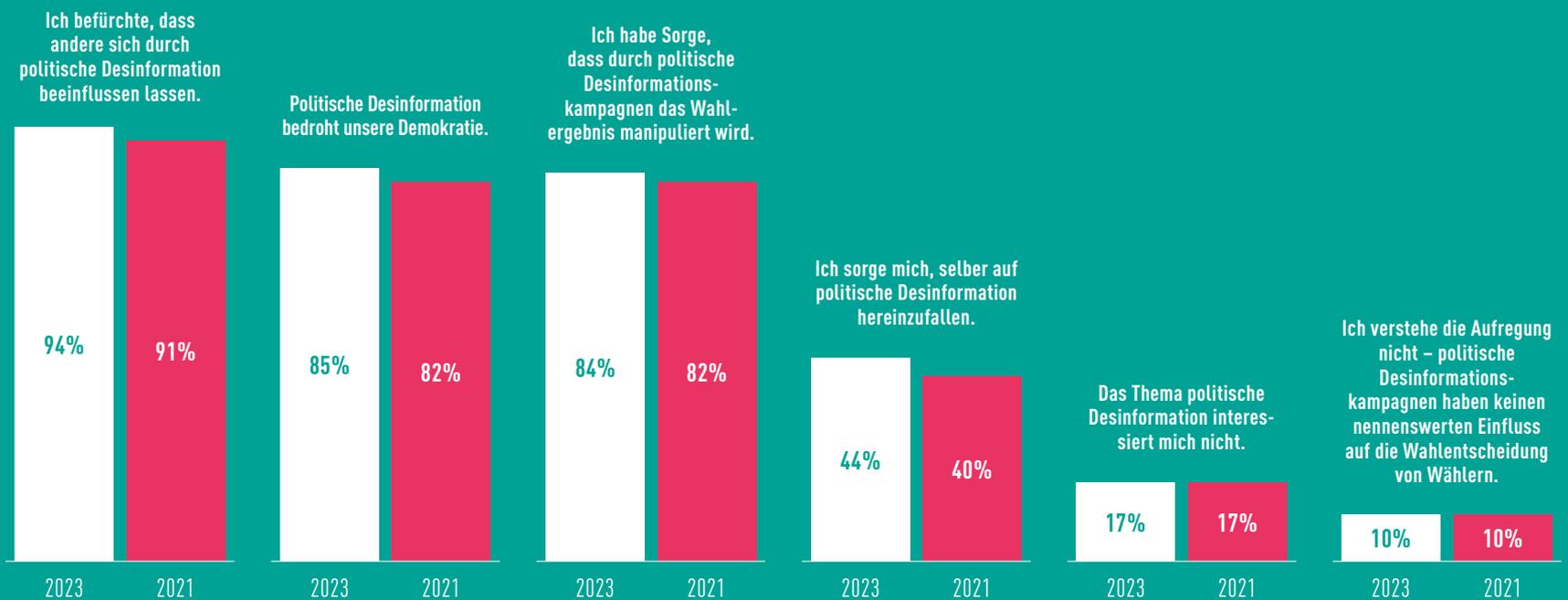
Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet – Gesamt vs. Alter

UNABHÄNGIG VOM ALTER WIRD BESONDERS DIE GEFAHR GESEHEN, DASS SICH ANDERE DURCH POLITISCHE DESINFORMATION BEEINFLUSSEN LASSEN UND DASS DESINFORMATIONEN DIE DEMOKRATIE BEDROHEN.

ETWAS WENIGER SORGE ALS 2021 MACHEN SICH DIE UNTER 25-JÄHRIGEN, DASS DESINFORMATIONSKAMPAGNEN DIE WAHLERGEBNISSE MANIPULIEREN UND VERSTEHEN DAHER JETZT AUCH HÄUFIGER NICHT DIE AUFREGUNG UM DAS THEMA.

Es stimmen den folgenden Aussagen voll und ganz bzw. eher zu:

Gesamt

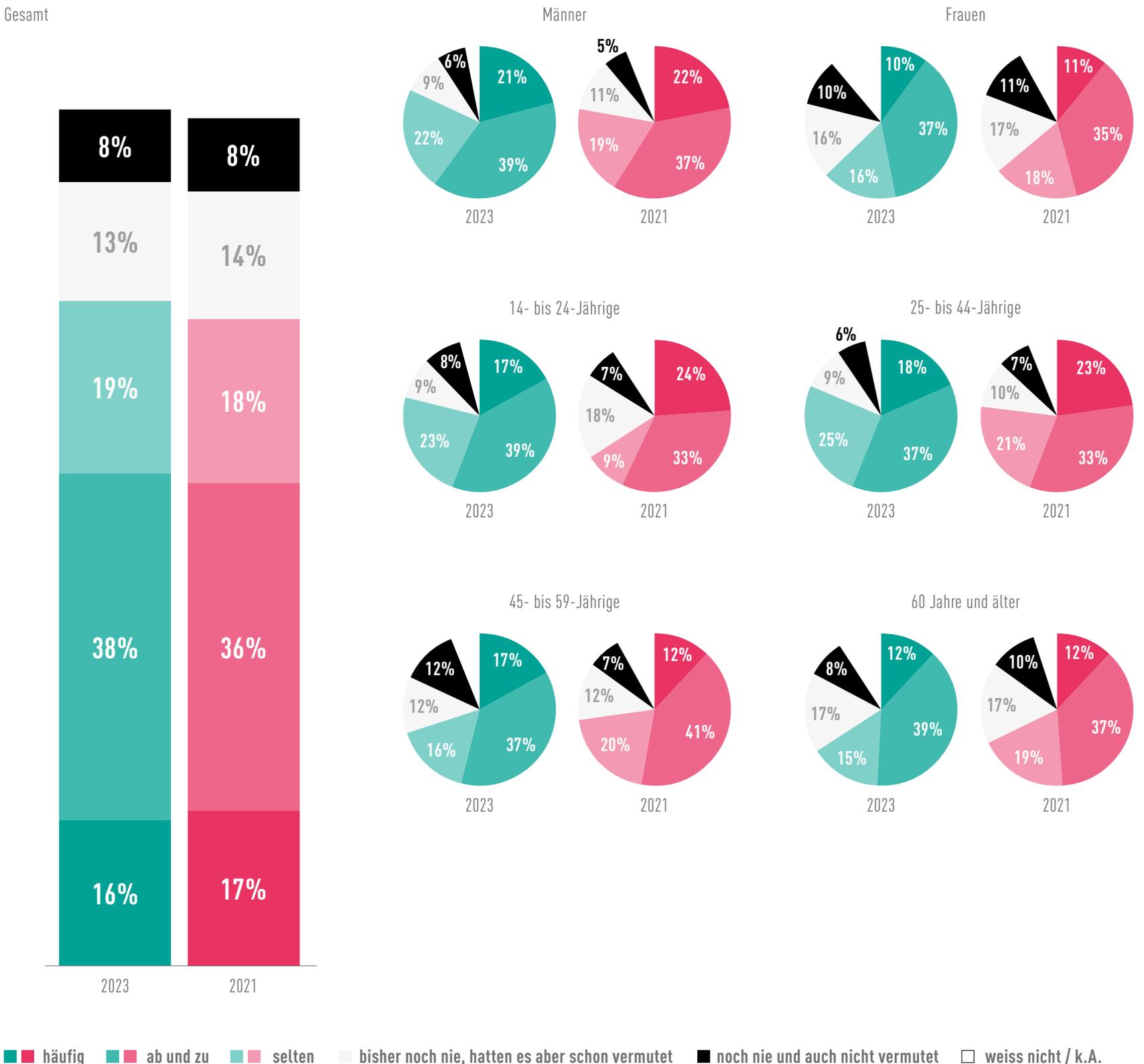


Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

IM VERGLEICH ZU 2021 GIBT ES EINE GERINGFÜGIGE ZUNAHME BEI DER WAHRNEHMUNG VON POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET.

BESONDERS DIE UNTER 45-JÄHRIGEN GEBEN JETZT SELTENER AN, DASS IHNEN POLIT. DESINFORMATION HÄUFIG AUFGEFALLEN SEI, ALLERDINGS GEBEN AKTUELL BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN DEUTLICH MEHR „SELTEN“ AN ALS „NOCH NIE, ABER SCHON VERMUTET“.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen:



Frage 9: „Wie häufig sind Ihnen persönlich schon politisch motivierte Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet aufgefallen – z.B. auf Webseiten, in Blogs, in sozialen Netzwerken, Messengern oder in Internetforen?“

Basis: 2023: 1.002 Befragte / 2021: 1.005 Befragte

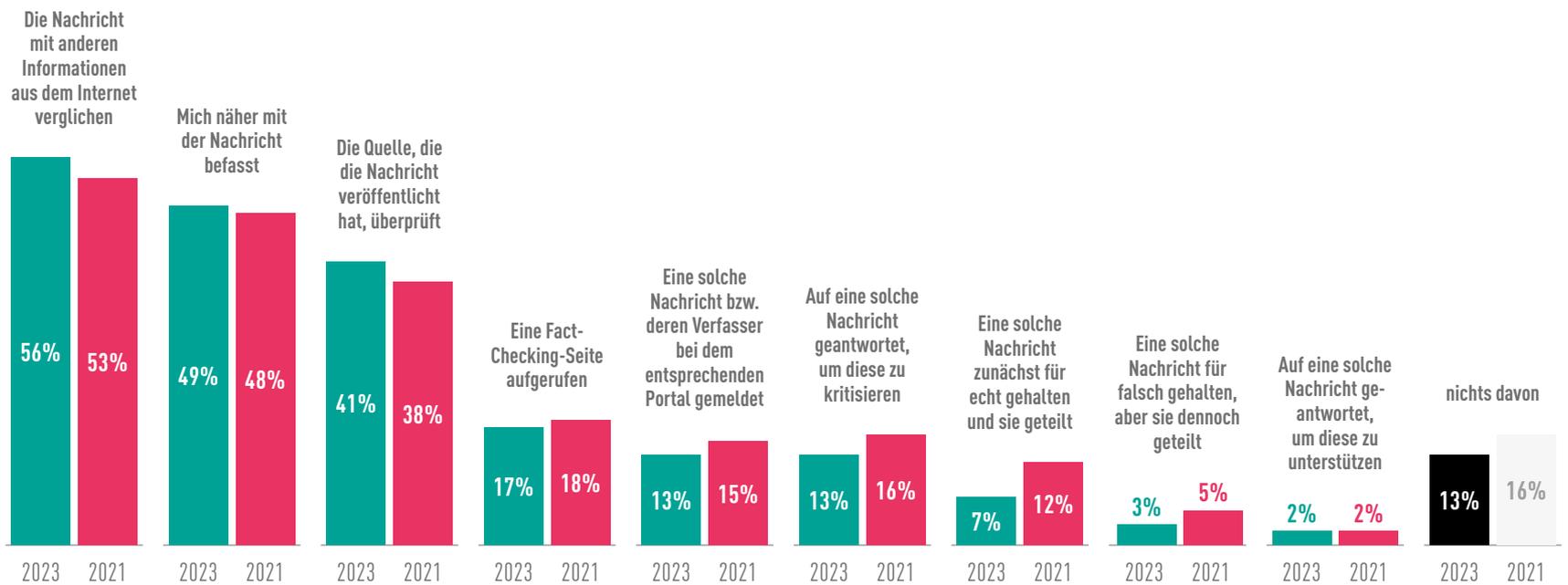
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Region ^{*)}

BESONDERS IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN HAT DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE EINE NACHRICHT MIT ANDEREN INFORMATIONEN VERGLICHEN, DEUTLICH AUF NUN FAST ZWEI DRITTEL ZUGENOMMEN.

STARK ZURÜCK GEHT DAGEGEN IN DIESEN BUNDESLÄNDERN DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE SOLCHE NACHRICHTEN BZW. DESSEN VERFASSER AN DAS ENTSPRECHENDE PORTAL SCHON EINMAL GEMELDET HABEN.

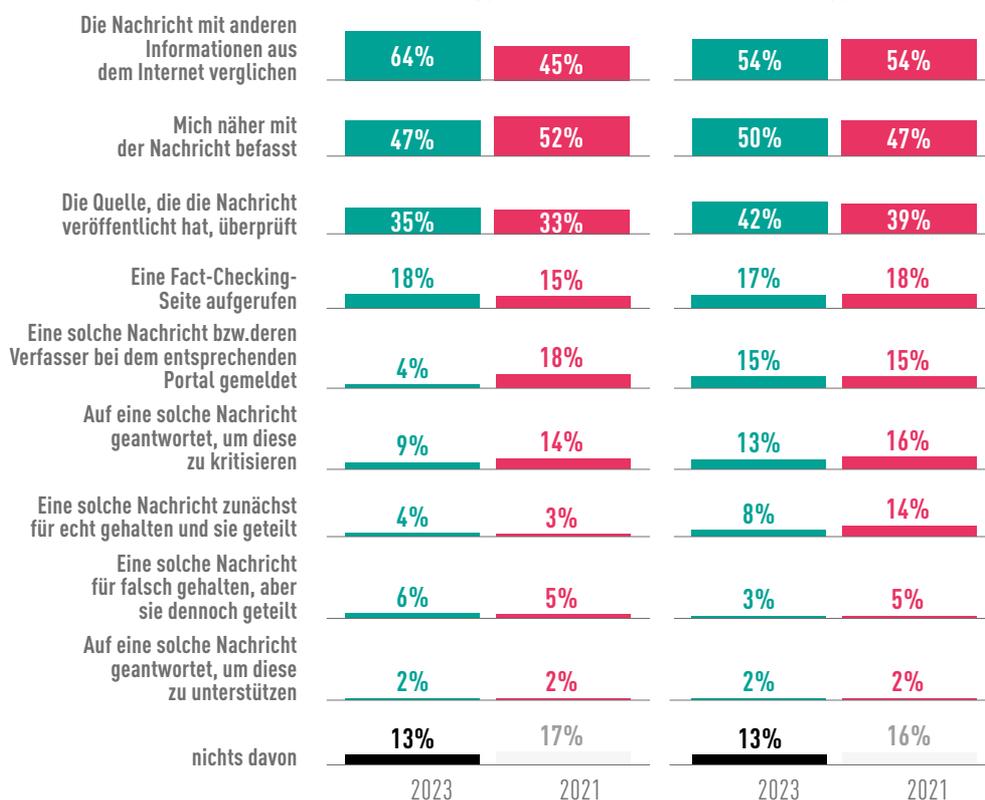
Es haben schon einmal:

Gesamt



Ost

West



Frage 10: „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, schon einmal getan haben.“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2023: 730 Befragte / 2021: 718 Befragte

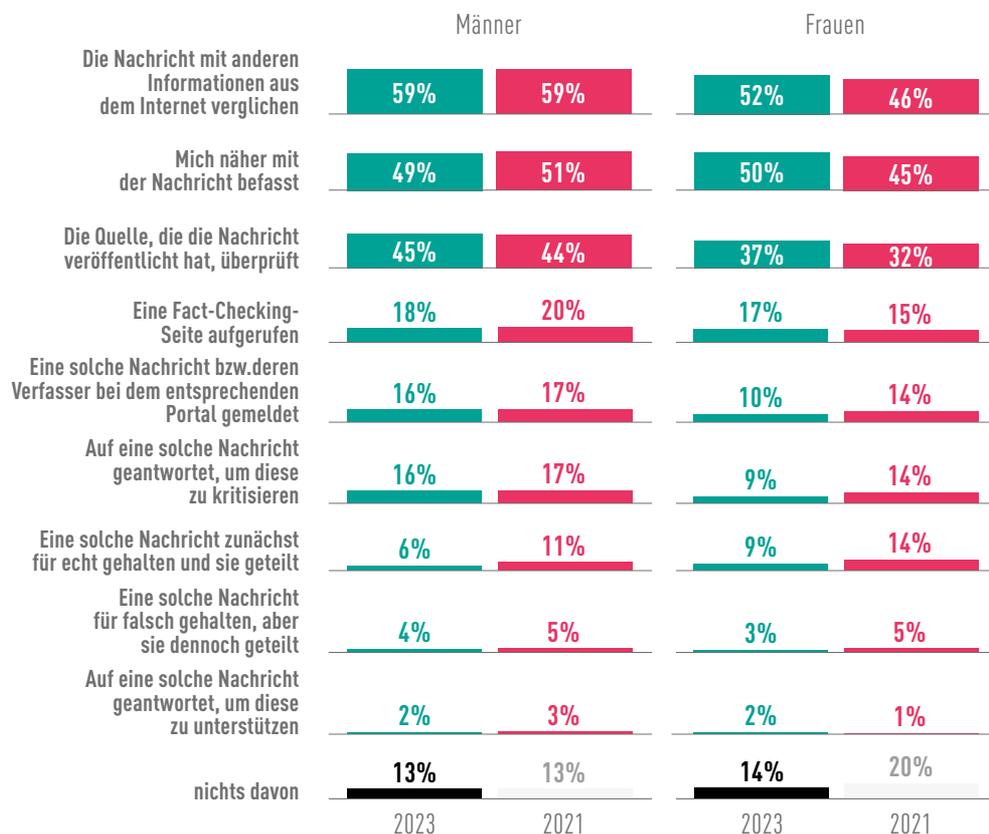
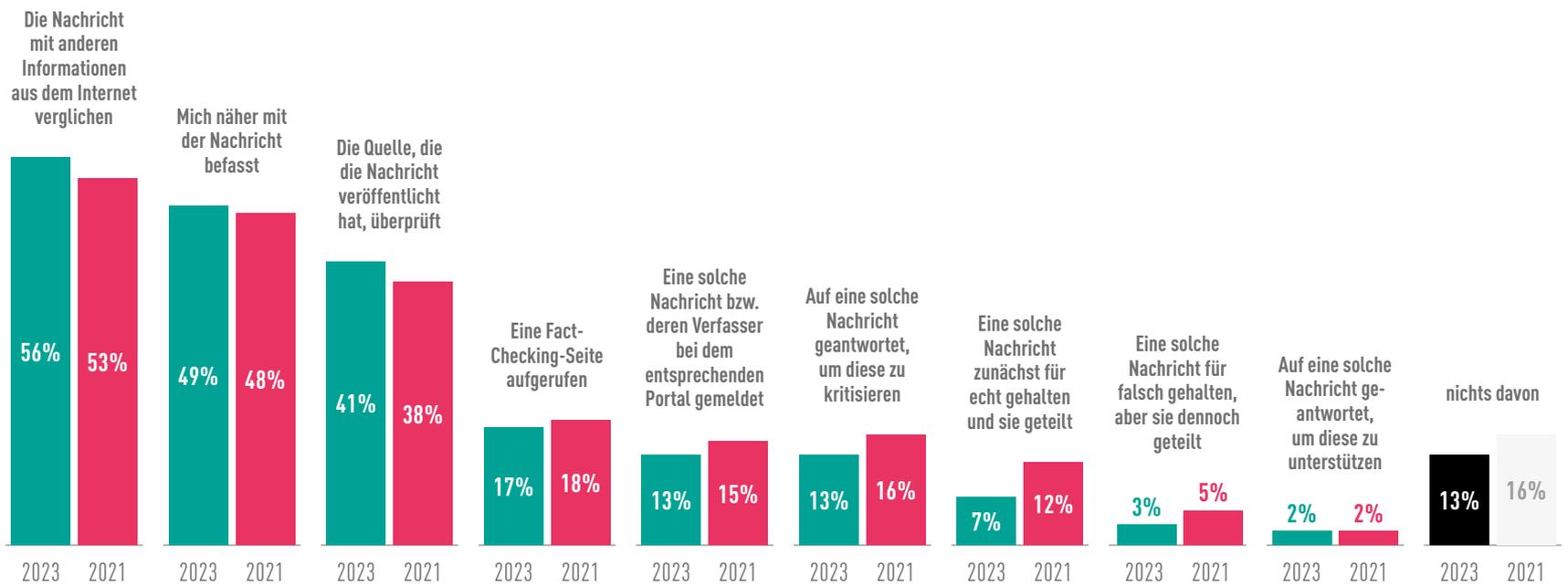
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Geschlecht ¹⁾

BEIM VERGLEICH ZU 2021 NEHMEN DIE ANTEILE DERJENIGEN FRAUEN ZU, DIE BEI WAHRNEHMUNG EINER DESINFORMATION EINEN INFORMATIONS-ABGLEICH VORNAHMEN, SICH NÄHER MIT EINER NACHRICHT BEFASSTEN ODER DIE QUELLE ÜBERPRÜFTEN.

SOMIT NÄHERN SICH DIE PROZENTWERTE DER FRAUEN IN DIESEM JAHR DENEN DER MÄNNER AN, DEREN WERTE IN DIESEN PUNKTEN WEITGEHEND STAGNIEREN.

Es haben schon einmal:

Gesamt



Frage 10: „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, schon einmal getan haben.“

¹⁾ Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2023: 730 Befragte / 2021: 718 Befragte

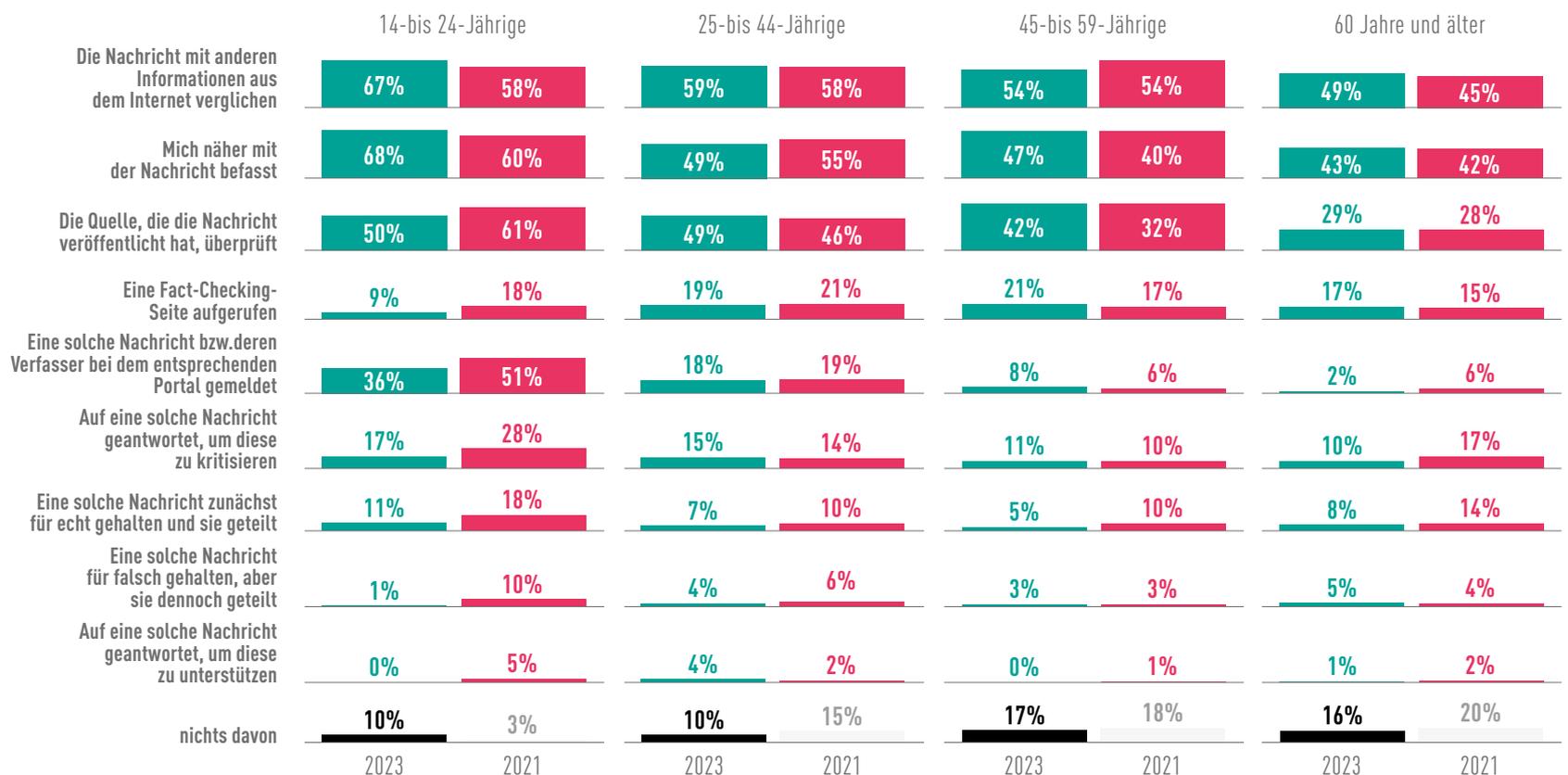
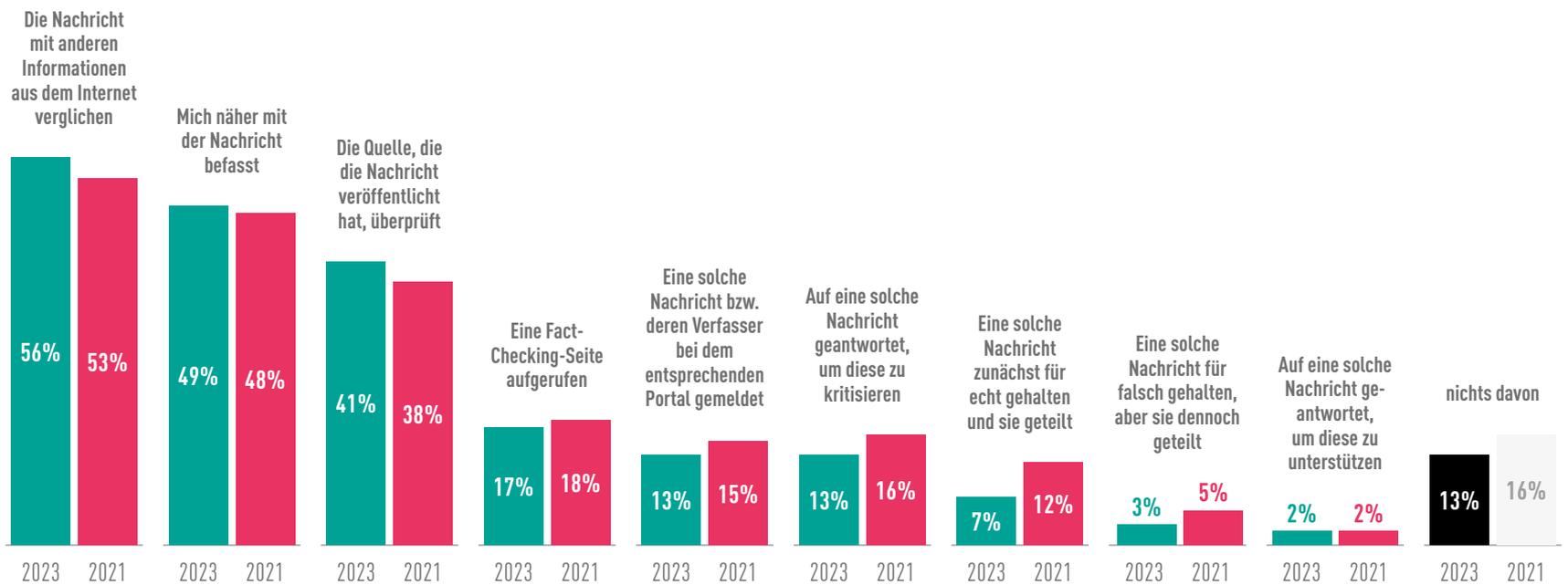
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Alter ^{*)}

DIE UNTER 45-JÄHRIGEN AGIEREN AKTIVER ALS DIE ÄLTEREN, WENN SIE AUF POLIT. DESINFORMATION GESTOSSEN SIND.

ALLERDINGS GEHEN BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN BIS AUF DEN ABGLEICH MIT ANDEREN
INFORMATIONEN IM INTERNET SOWIE DER NÄHEREN BESCHÄFTIGUNG MIT DER NACHRICHT
DIE ANDEREN AKTIVITÄTEN DEUTLICH ZURÜCK.

Es haben schon einmal:

Gesamt



Frage 10: „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, schon einmal getan haben.“

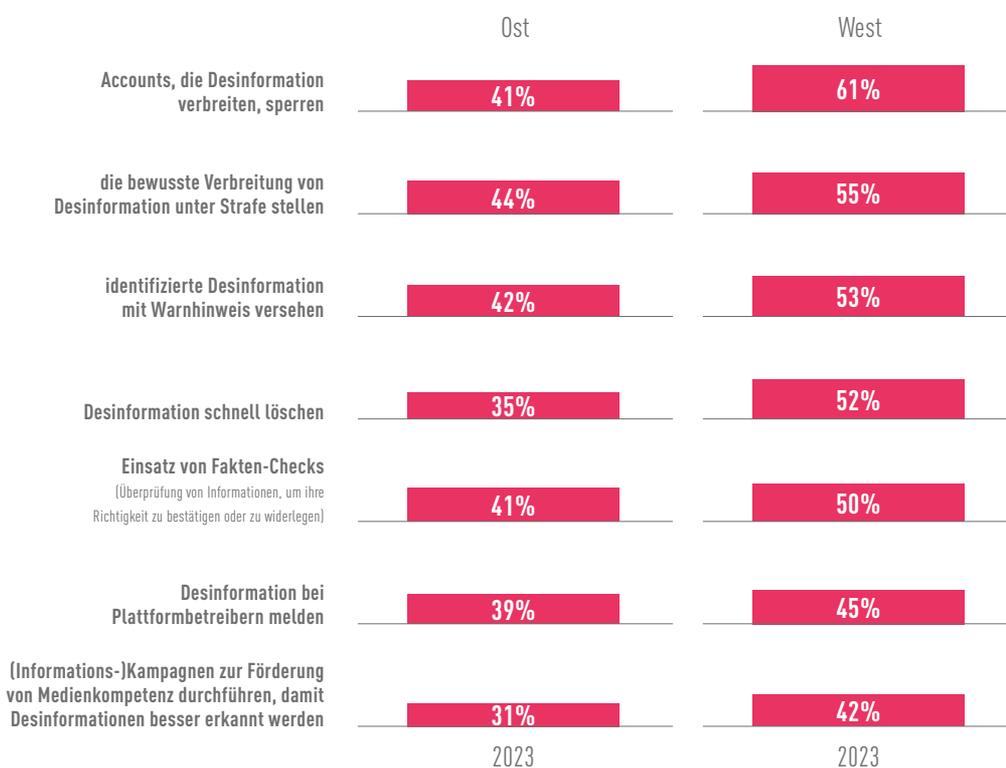
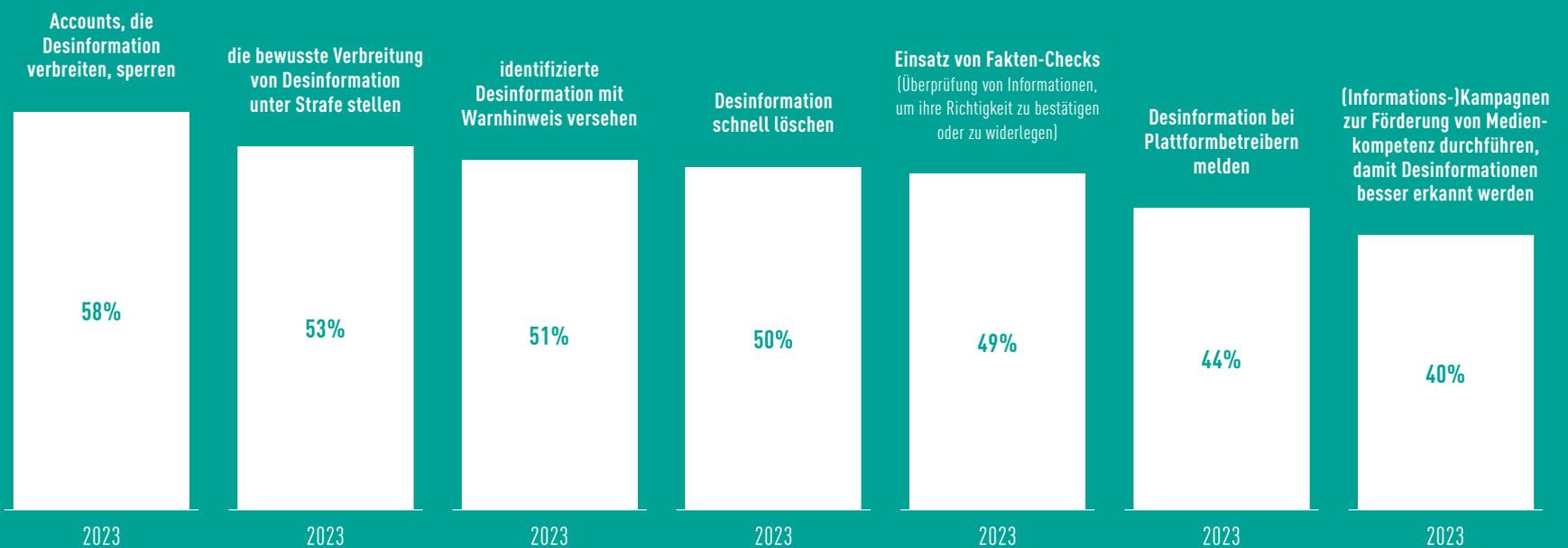
^{*)} Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2023: 730 Befragte / 2021: 718 Befragte

BEI DER FRAGE NACH WIRKSAMEN STRATEGIEN GEGEN DESINFORMATION LIEGEN DIE WERTE IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN BEI ALLEN VORGESCHLAGENEN MASSNAHMEN ZUM TEIL DEUTLICH ÜBER DENEN DER NEUEN BUNDESLÄNDER.

BESONDERS GROSS IST DIE DISKREPANZ DABEI BEIM MITTEL DER SPERRUNG VON ACCOUNTS,
DIE DESINFORMATION VERBREITEN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

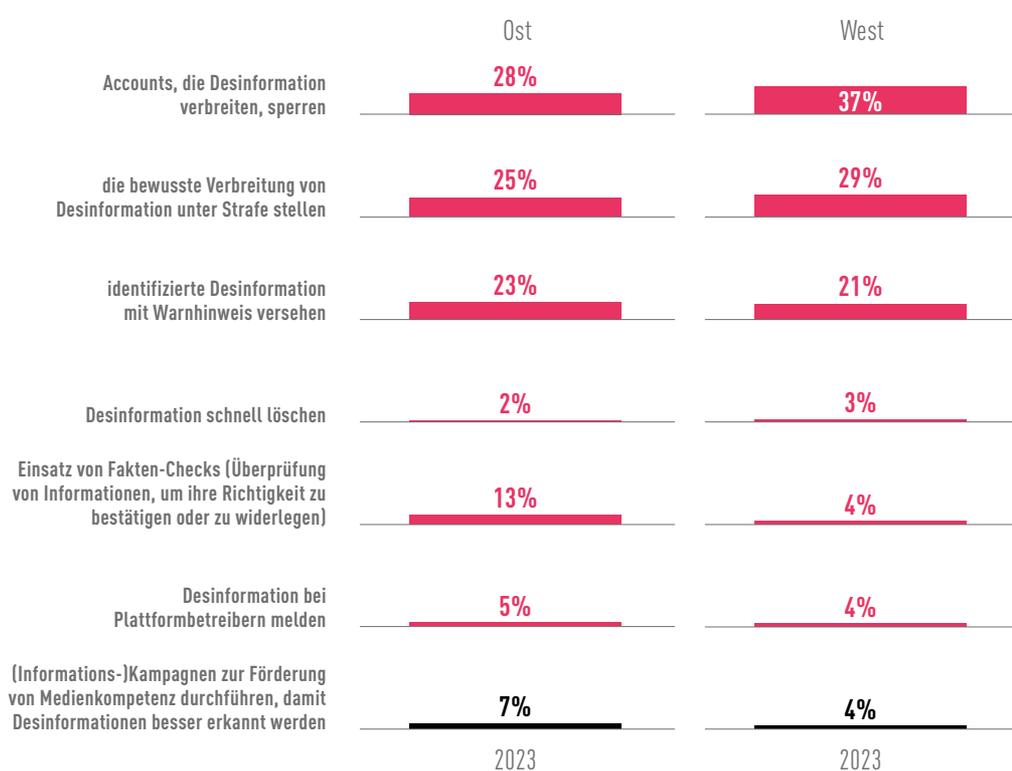
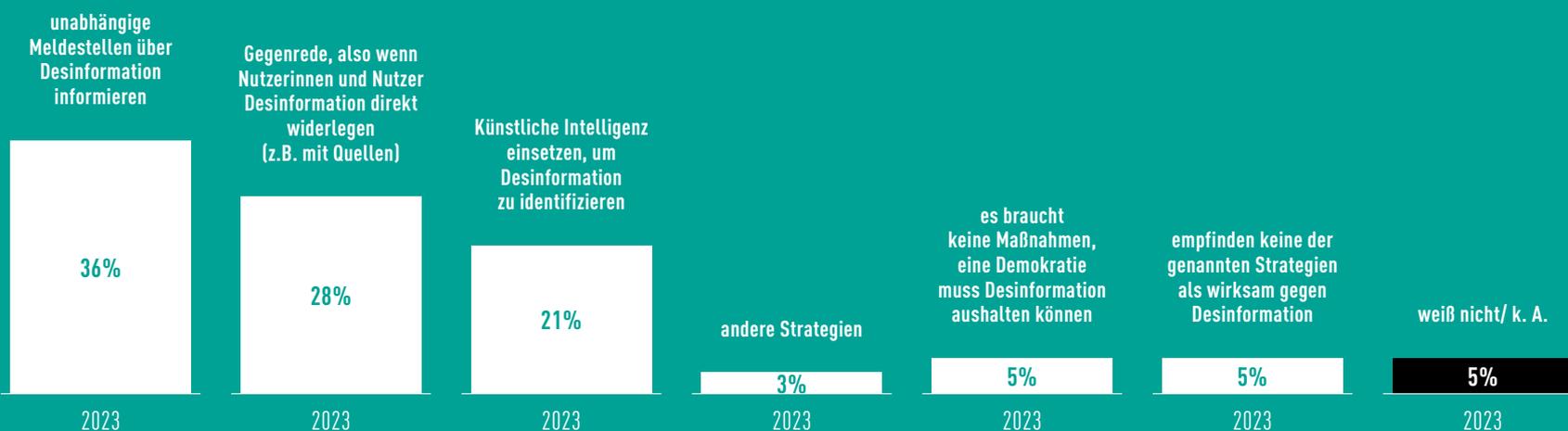
^{*)} Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

EBENSO FINDEN DIE WEITEREN VORGESCHLAGENEN STRATEGIEN (AUSSER DEM EINSATZ VON KI) IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN WENIGER UNTERSTÜTZUNG ALS IM WESTEN.

DAHER IST DER ANTEIL IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN ENTSPRECHEND DEUTLICH HÖHER, DIE DER MEINUNG SIND, DASS ES KEINER MASSNAHMEN GEGEN DESINFORMATION BEDARF UND EINE DEMOKRATIE DIESE AUSHALTEN MÜSSE.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

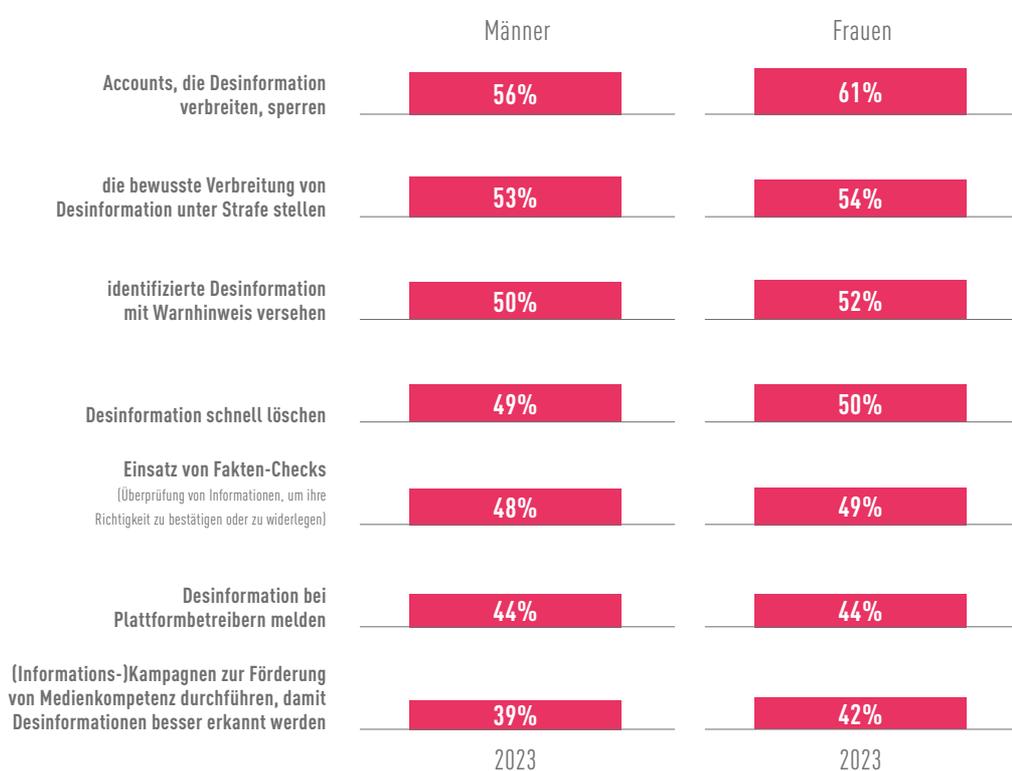
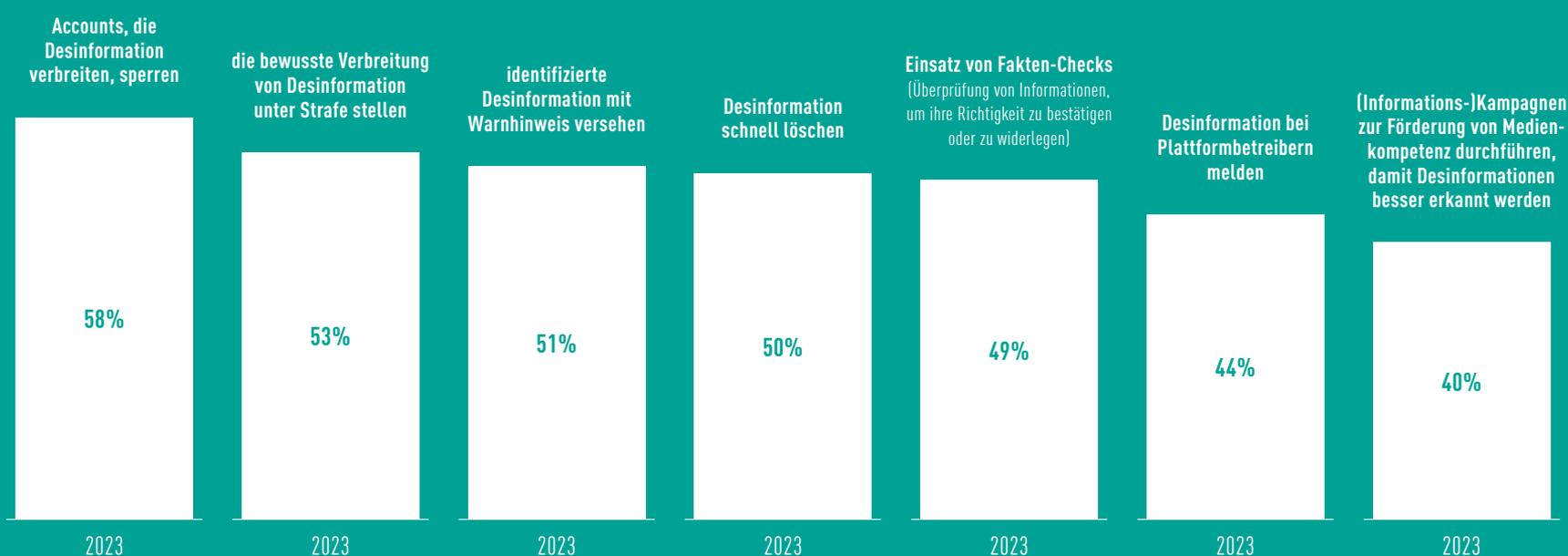
Strategien gegen Desinformation – Gesamt vs. Geschlecht (1/2) *)

EINIGE MASSNAHMEN WERDEN VON FRAUEN HÄUFIGER ALS WIRKSAM WAHRGENOMMEN ALS VON MÄNNERN.

AM DEUTLICHSTEN IST DER UNTERSCHIED BEI DER SPERRUNG VON ACCOUNTS, DIE DESINFORMATION VERBREITEN. ANDERE MASSNAHMEN WIE DIE BESTRAFUNG VON DESINFORMATION, WARNHINWEISE ODER SCHNELLES LÖSCHEN SIND IN DEN ERGEBNISSEN (FAST) GESCHLECHTSUNABHÄNGIG.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

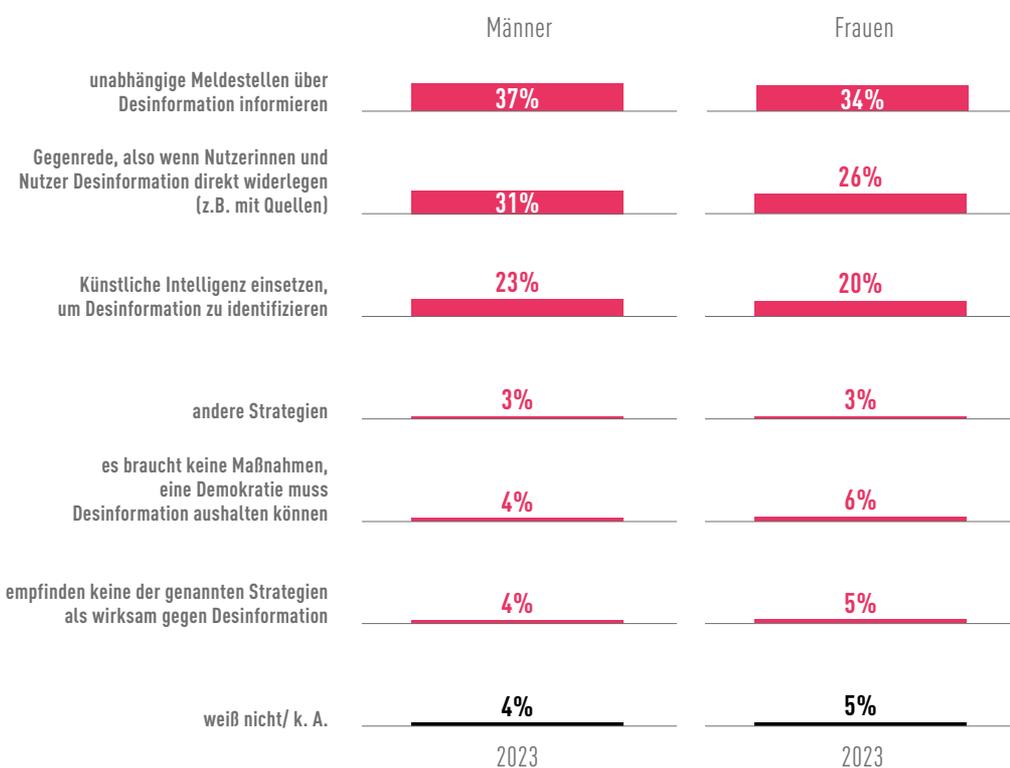
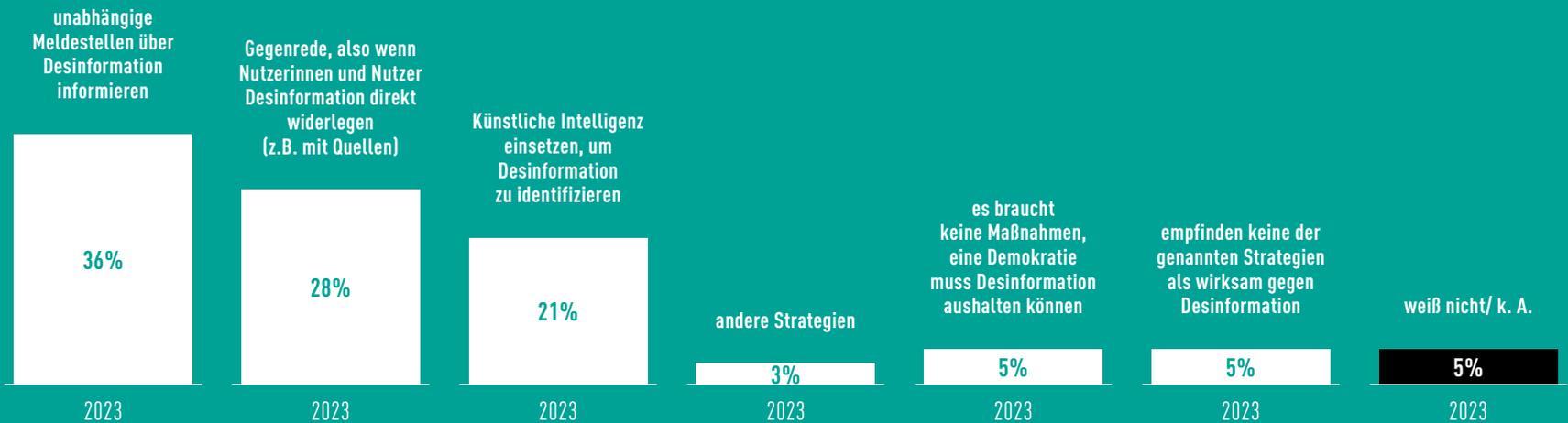
*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

ETWAS MEHR UNTERSTÜTZUNG BEI MÄNNERN ALS BEI FRAUEN FINDEN UNABHÄNGIGE MELDESTELLEN,

DIE DIREKTE GEGENREDE ODER DER EINSATZ KÜNSTLICHER INTELLIGENZ, UM DESINFORMATION ZU IDENTIFIZIEREN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

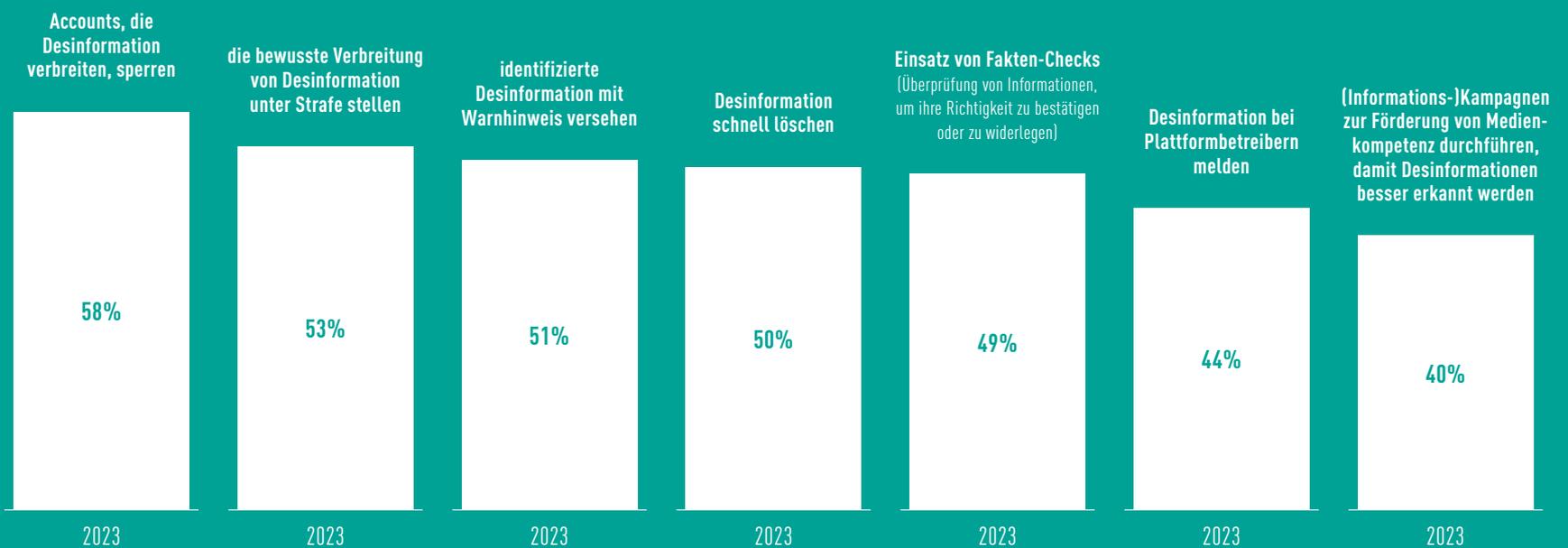
*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

EINE REIHE VON STRATEGIEN ODER MASSNAHMEN WIRD VON DEN JÜNGEREN ZIELGRUPPEN ALS WIRKSAMER ERACHTET ALS VON DEN ÄLTEREN BEFRAGTEN.

BESONDERS DIE SCHNELLE LÖSCHUNG VON DESINFORMATION, DER EINSATZ VON FAKTEN-CHECKS UND DAS MELDEN BEI PLATTFORMBETREIBERN WIRD VON EINEM HÖHEREN ANTEIL DER UNTER 25-JÄHRIGEN ALS WIRKSAME MASSNAHME GESEHEN ALS IN DEN ANDEREN ALTERSGRUPPEN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

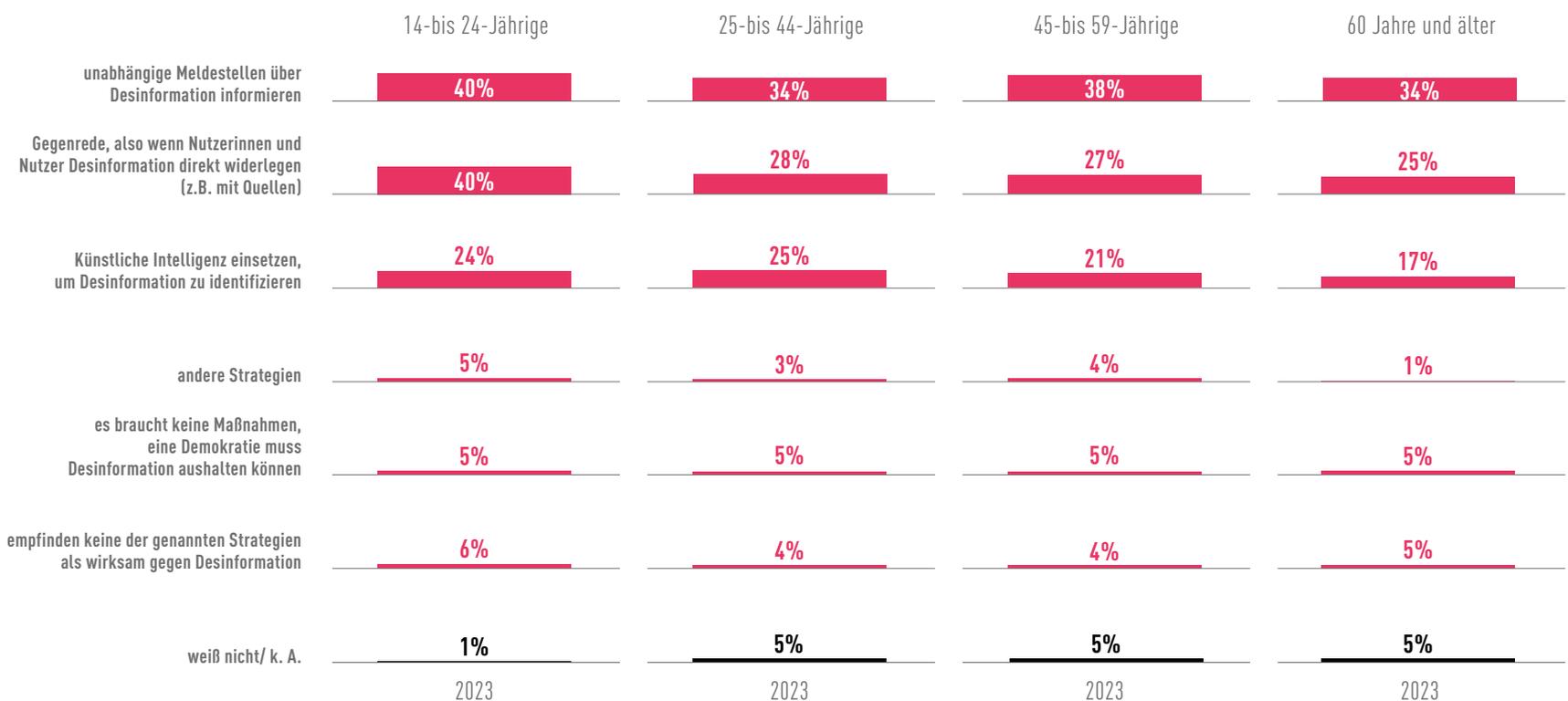
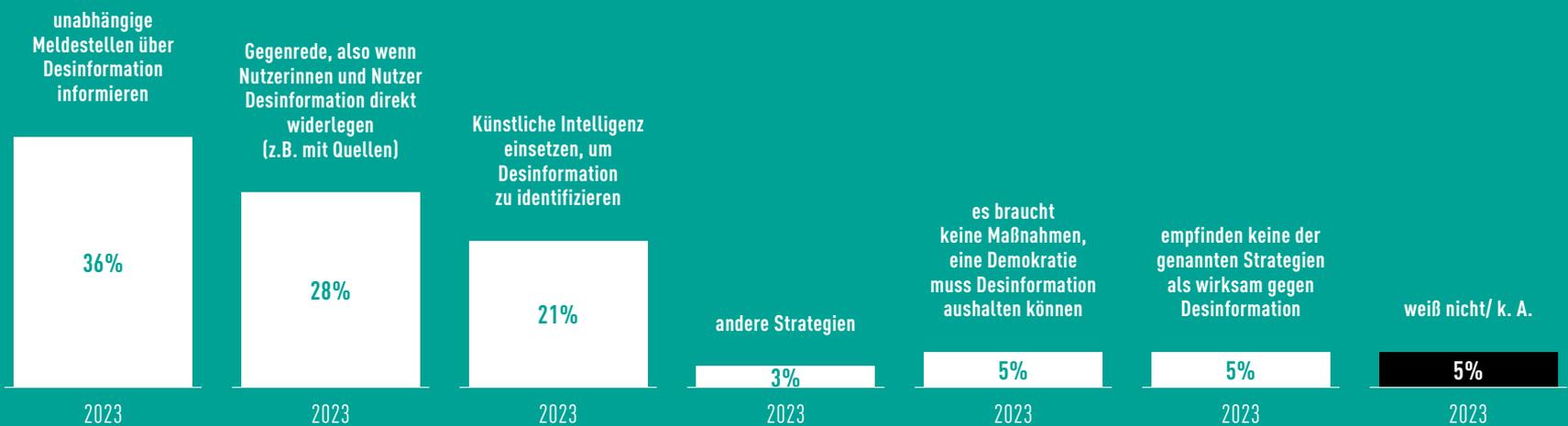
^{*)} Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

TROTZ UNTERSCHIEDEN ZWISCHEN DEN ALTERSGRUPPEN BEI DEN WIRKSAMEN STRATEGIEN GEGEN DESINFORMATION SIND SICH DIE ALTERSGRUPPEN WEITGEHEND EINIG,

DASS ES MASSNAHMEN BEDARF, UM GEGEN DESINFORMATION IM NETZ VORZUGEHEN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

^{*)} Mehrfachnennungen möglich
Basis: alle Befragten: 2023: 1.002

IMPRESSUM

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

T +49 211 77007-0

F +49 211 727170

info@medienanstalt-nrw.de

www.medienanstalt-nrw.de

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel (Leiterin Kommunikation)

Dr. Meike Isenberg (Leiterin Medienpolitik und Forschung)

Durchführende Institution:

Forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

Zitation:

Landesanstalt für Medien NRW (2023). Ergebnisse der forsa-Befragung zu

Informationsverhalten bei Wahlen und politischer Desinformation

[URL: [https://www.medienanstalt-nrw.de/themen/desinformation/forsa-befragung-](https://www.medienanstalt-nrw.de/themen/desinformation/forsa-befragung-informationsverhalten-bei-wahlen-und-politische-desinformation.html)

[informationsverhalten-bei-wahlen-und-politische-desinformation.html](https://www.medienanstalt-nrw.de/themen/desinformation/forsa-befragung-informationsverhalten-bei-wahlen-und-politische-desinformation.html)]

Diese Publikation wird unter der Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht (CC BY-SA 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>