

ZWISCHEN SUCHMASCHINE UND GESPRÄCHSPARTNER: WIE KI-CHATBOTS UNSERE POLITISCHE INFORMATIONSSUCHE VERÄNDERN

FACTSHEET

Juni 2026

1. ZIEL

KI-Chatbots wie ChatGPT, Gemini und Copilot werden zunehmend zur zentralen Informationsquelle – auch für gesellschaftspolitische Themen. Anders als die klassische Websuche liefern sie gebündelte, einordnende Antworten. Das erleichtert die Recherche, verändert aber zugleich das über Jahre etablierte Informationsverhalten grundlegend.

Die Studie analysiert, wie Nutzende KI-Chatbots tatsächlich für politische Informationssuche einsetzen. Untersucht wird unter anderem, ob eher Stichworte oder ausformulierte Fragen genutzt werden und wie häufig eine Websuche im Hintergrund ausgelöst wird. Ziel ist es, typische Nutzungsmuster zu verstehen. Darauf aufbauend soll die Forschung zur Informationsvielfalt bei KI-Chatbots besser abbilden, wie reale Anfragen aussehen – bisherige Forschung nutzt fast ausschließlich idealtypische Prompts. Gleichzeitig liefern die Ergebnisse eine Grundlage für regulatorische Überlegungen und ermöglichen realitätsnähere Audits, da die Antworten von KI-Chatbots stark von der konkreten Formulierung der Anfragen abhängen.

2. METHODIK

- Quantitative Online-Befragung von deutschen KI-Chatbot-Nutzenden ab 16 Jahren (N = 2.009)
- Deskriptive quantitative Analyse und qualitative, teilautomatisierte Inhaltsanalyse

3. ERGEBNISSE

- Die häufigste Nutzung von KI-Chatbots erfolgt für Fragen zum Alltag, Haushalt und anderen praktischen Problemen (56 %), dicht gefolgt von Fragen zur Gesundheit (48 %) oder Produkt- und Kaufberatung (36 %). Für die politische Informationssuche nutzen 24 % KI-Chatbots.
- Bei 67 % der Erstprompts, bei dem sich Nutzende zu einem politischen Thema ihrer Wahl informieren, wird eine Websuche zur Beantwortung der Anfrage ausgelöst. Ist das Thema durch eine

fiktive Schlagzeile vorgegeben, passiert dies in 38 % der Fällen. Ein stärkerer Aktualitätsbezug erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Websuche.

- Bei Folgeprompts, also weiteren Nachfragen innerhalb der Konversation, findet deutlich seltener eine Websuche statt (frei gewähltes Thema: 47 %; vorgegebenes Thema: 24 %).
- Bei 27 % (frei gewähltes Thema) bzw. 9 % (vorgegebenes Thema) der Erstprompts verwenden Nutzende nur Stichworte (kein vollständiger Satz oder kein Verb) – ähnlich wie bei der Nutzung einer klassischen Suchmaschine.
- Die häufigsten Anfragen bestehen aus einer vollständigen Frage (frei gewähltes Thema: 59 %; vorgegebenes Thema: 69 %).
- Die nächsthäufigste Form, wie Anfragen formuliert werden, sind Aufforderungen. Diese Formulierung liegt jedoch mit 4 % (vorgegebenes & frei gewähltes Thema) weit hinter den beiden anderen Typen von Anfragen.
- Die Möglichkeit, dem KI-Chatbot eine bestimmte „Rolle“ zuzuweisen (z. B. „Antworte wie eine Expertin für Klimapolitik“), wird bei der politischen Informationssuche kaum genutzt: Nur 0,4 % der Anfragen enthalten eine solche Vorgabe.

4. FAZIT

Die Studie zeigt: KI Chatbots werden für politische Themen meist wie Suchmaschinen genutzt – mit eher kurzen Anfragen, häufig als vollständige Fragen. Elaborierte Prompting-Strategien werden nicht genutzt. Gleichzeitig hängen Inhalte von Antworten stark davon ab, wie diese Anfragen formuliert sind und ob im Hintergrund aktuelle Webquellen einbezogen werden. Beides ist für Nutzende jedoch kaum nachvollziehbar. Dadurch entsteht ein Informationsrisiko, gerade bei politischen Inhalten.

Hinzu kommt: Antworten können durch vorherige Nutzung oder persönliche Präferenzen beeinflusst werden, ohne dass dies erkennbar ist. Gleichzeitig bleiben die dahinterliegenden, technischen Funktionsweisen der KI-Dienste weitgehend intransparent. Das erschwert sowohl die kritische Nutzung als auch eine unabhängige Überprüfung und Regulierung.

5. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Transparenz einfordern: Klarere Kennzeichnung, wann Websuchen ausgeführt werden und auf welchen Webquellen Antworten basieren.
- Regulierung weiterentwickeln: Schaffung eines rechtlichen Pflichtenkatalogs für KI-Dienste, der insbesondere die Verantwortlichkeit der Betreiber konkretisiert und die notwendige Transparenz herstellt.
- Medienkompetenz stärken: Vermitteln, wie Prompts Antworten beeinflussen, und dass Antworten von KI-Chatbots häufig auf Websuchen basieren und somit ein kritischer Umgang mit Quellen nötig ist.
- Audits realitätsnäher gestalten: Zukünftige Audits von KI-Systemen sollten einen stärkeren Fokus auf die Abbildung von tatsächlichem Nutzendenverhalten legen.