



INFORMATIONSV ERHALTEN WAHLEN UND DESINFORMATION 2025

Zentrale Untersuchungsergebnisse

März 2025

STUDIENDESIGN

Zielgruppe:

Deutschsprachige private Internetnutzer
ab 14 Jahren in Deutschland

Stichprobengröße:

2025: 1.005 Befragte
2024: 1.003 Befragte
2023: 1.002 Befragte

Erhebungszeitraum:

2025: 15. bis 20. Januar 2025
2024: 21. bis 25. Mai 2024
2023: 08. bis 14. Juni 2023

Erhebungsmethode:

Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Gewichtung:

Nach Region, Alter und Geschlecht

Anmerkungen:

Im Rahmen der Untersuchung wurden die Fragestellungen in den Jahren 2023, 2024 und 2025 spezifisch angepasst, um unterschiedliche Wahlkontexte zu berücksichtigen. Im Jahr 2023 wurden allgemeine Fragen zu Wahlen und Wahlkämpfen gestellt, ohne spezifischen Bezug zu einer bestimmten Wahl. Im Jahr 2024 lag der Fokus auf der Europawahl, während 2025 die Bundestagswahl im Mittelpunkt stand. Dies führte jeweils zu spezifischen Anpassungen der Fragestellungen, um einen konkreten Bezug zu den jeweiligen Wahlereignissen herzustellen.

01

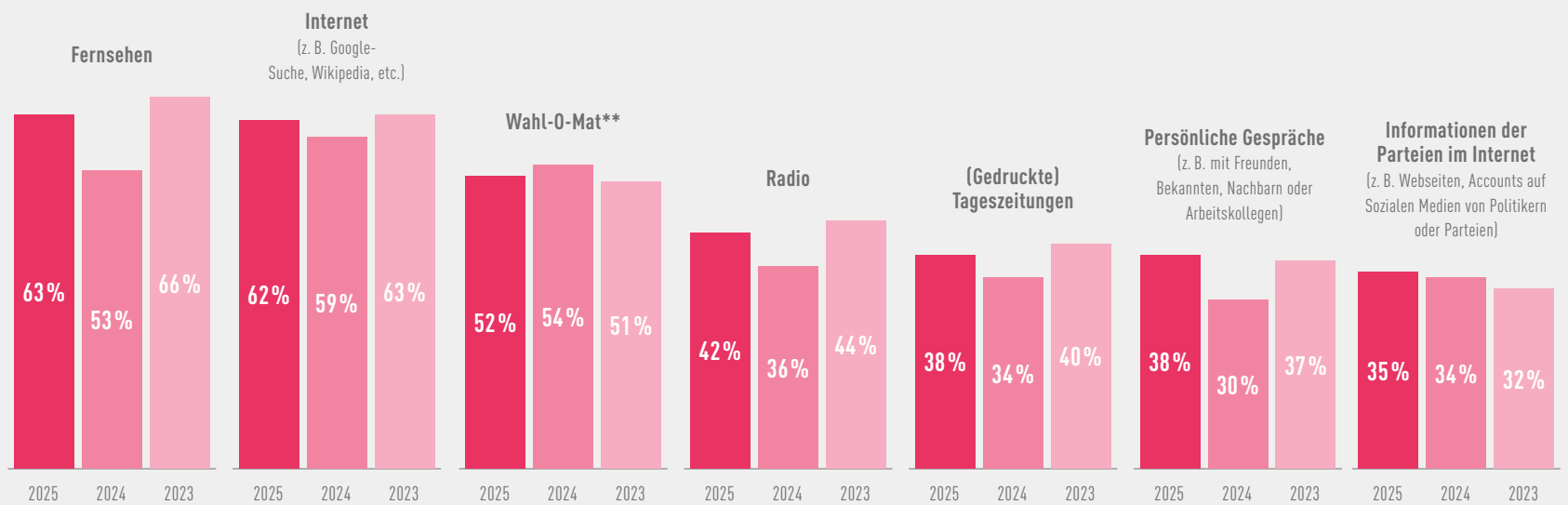
BEVORZUGTE INFORMATIONSS- QUELLEN VOR ANSTEHENDEN WAHLEN

FERNSEHEN UND INTERNET WERDEN GLEICHERMASSEN ALS INFORMATIONSMITTEL GENUTZT, WOBEI IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN DAS FERNSEHEN SELTENER GENANNT WIRD.

BEFRAGTE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN NUTZEN INFORMATIONEN DER PARTEIEN IM INTERNET DEUTLICH HÄUFIGER ALS TAGESZEITUNGEN UND PERSÖNLICHE GESPRÄCHE ALS INFORMATIONSMITTEL. DER WAHL-O-MAT WIRD VON GUT JEDEM ZWEITEN ALS INFORMATIONSMITTEL GENUTZT, DAS RADIO VON ZWEI FÜNFTELN.

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

Gesamt



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

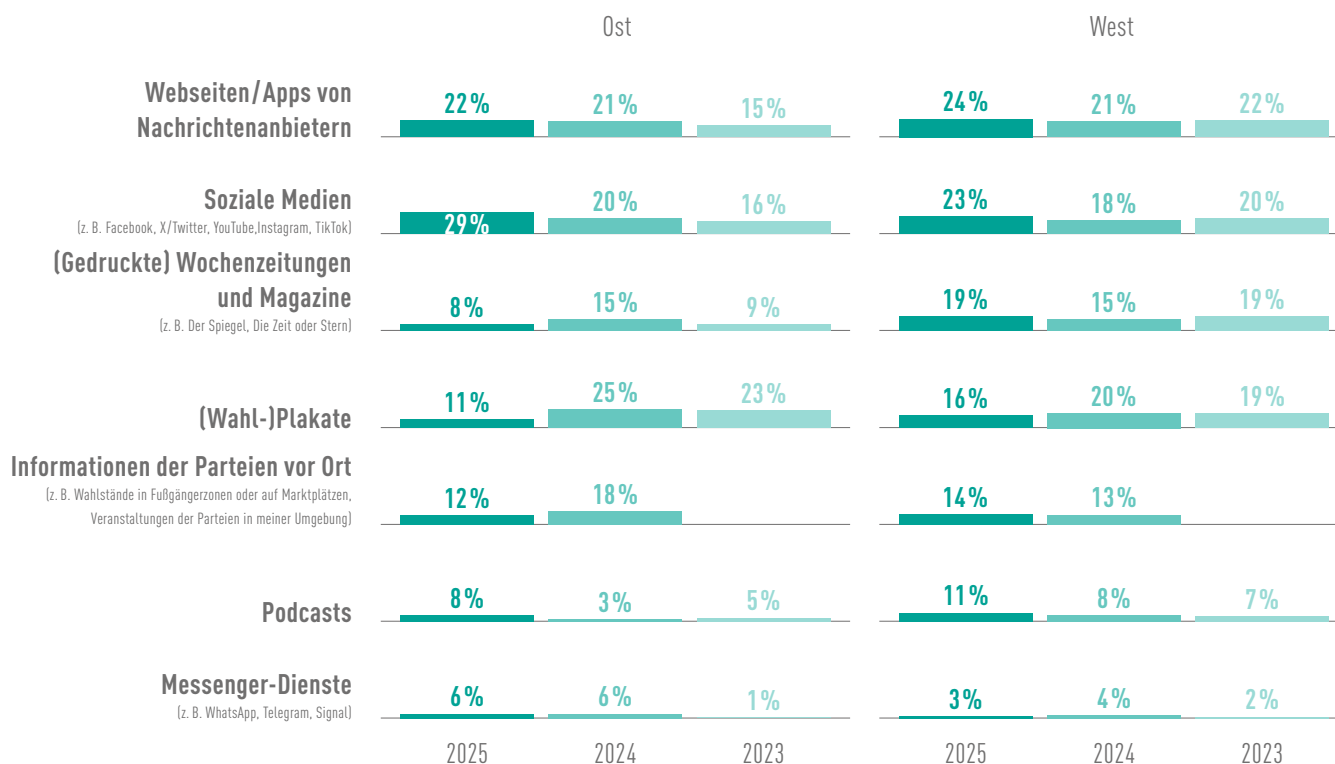
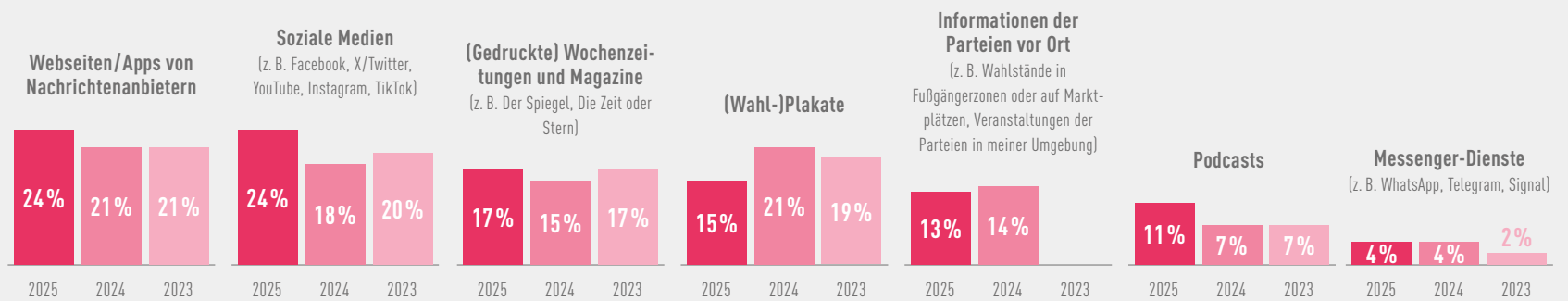
¹⁾ Mehrfachnennungen möglich / Basis: 2025: 1.005 / 2024: 1.003 / 2023: 1.002 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN SIND FÜR JEDE/N VIERTE/N EINE INFOQUELLE,

WÄHREND SOZIALE MEDIEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN ZUNEHMEND WICHTIGER WERDEN ALS WOCHENZEITUNGEN, MAGAZINE UND PLAKATE.

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

Gesamt



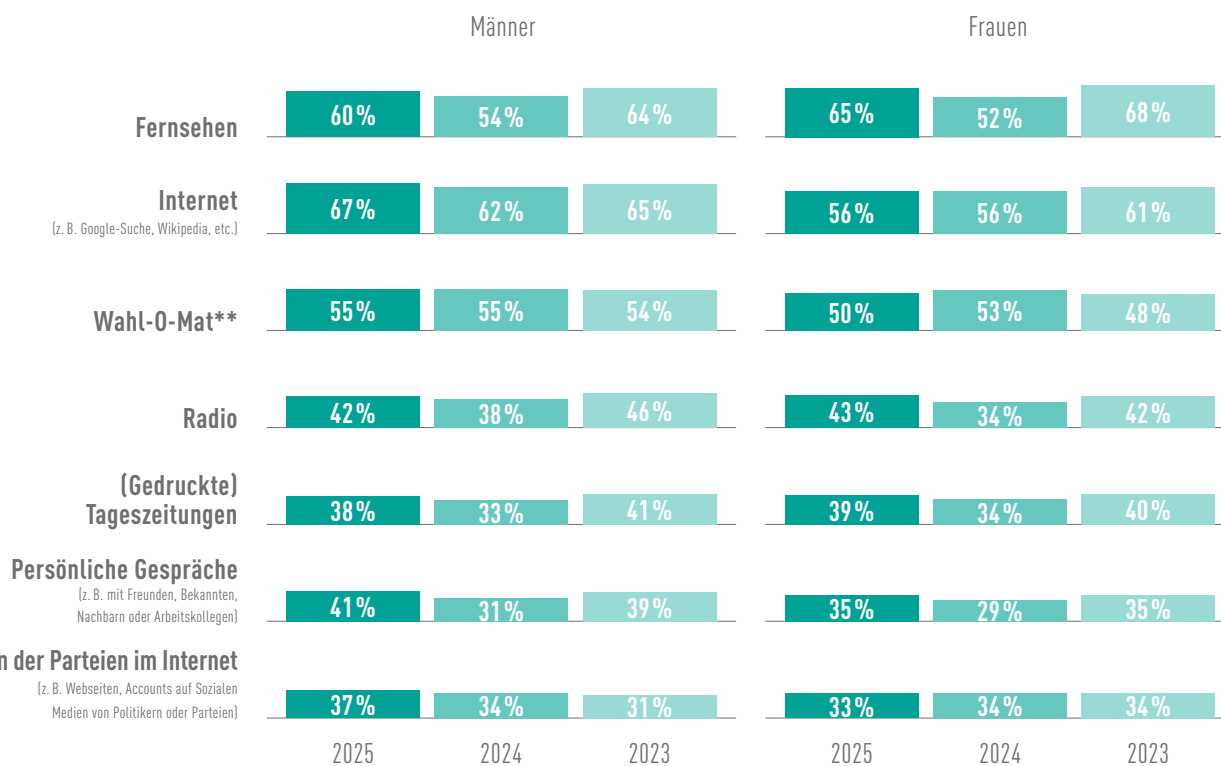
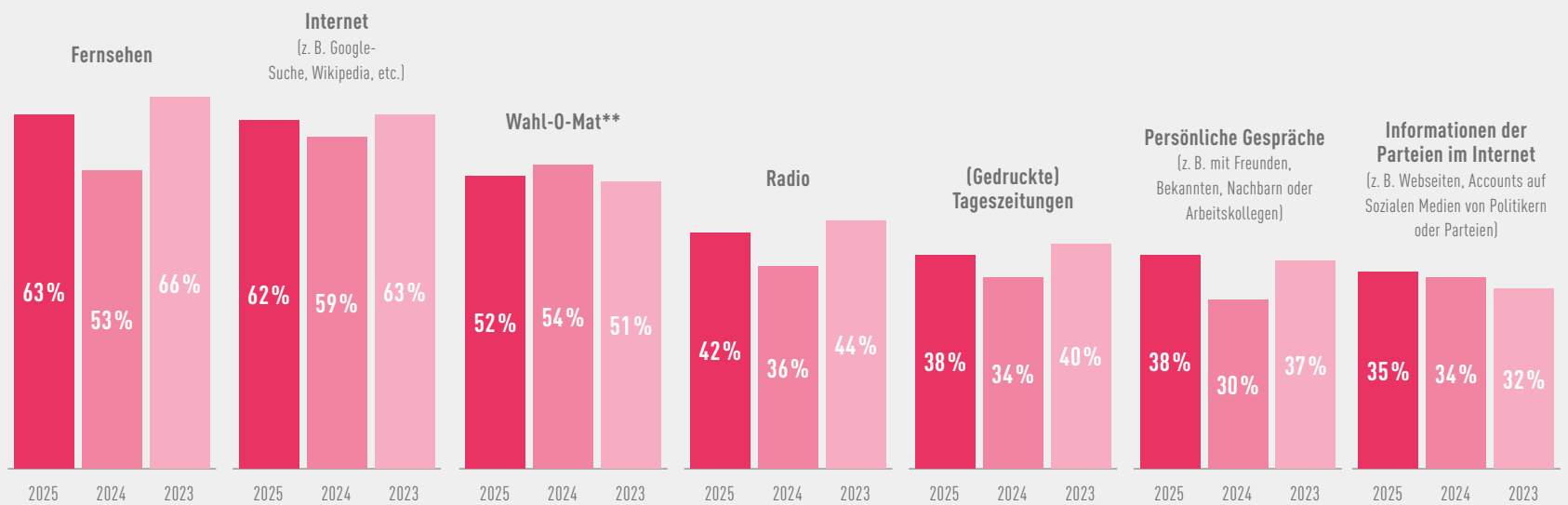
Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

BEI MÄNNERN IST ERNEUT DAS INTERNET DIE BEVORZUGTE INFORMATIONSQUELLE, WÄHREND ES BEI FRAUEN DAS FERNSEHEN IST.

WAHL-O-MAT, RADIO UND TAGESZEITUNGEN SIND FÜR BEIDE GLEICH WICHTIG. PERSÖNLICHE GESPRÄCHE ZU DIESEM THEMA FÜHREN MÄNNER ETWAS HÄUFIGER.

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

Gesamt



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

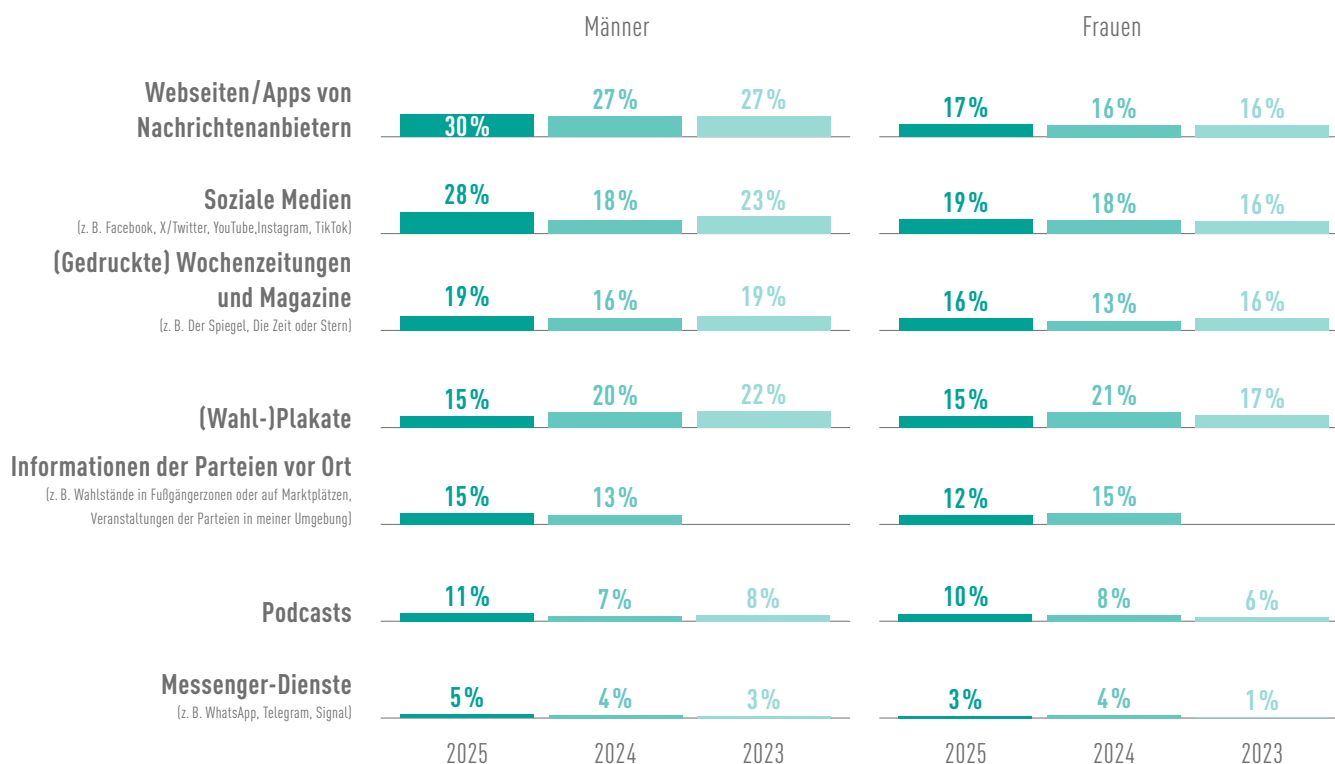
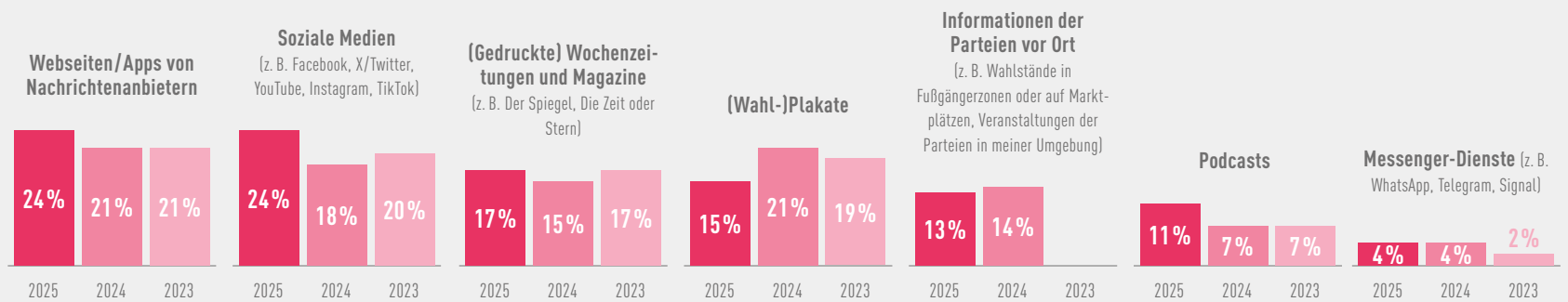
¹⁾ Mehrfachnennungen möglich / Basis: 2025: 1.005 / 2024: 1.003 / 2023: 1.002 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

MÄNNER NUTZEN WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN UND SOZIALE MEDIEN HÄUFIGER ALS FRAUEN, UM SICH DORT ÜBER WAHLEN ZU INFORMIEREN.

BEI DEN WEITEREN QUELLEN HINGEGEN UNTERSCHIEDEN SICH DIE GESCHLECHTER KAUM VONEINANDER.

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

Gesamt



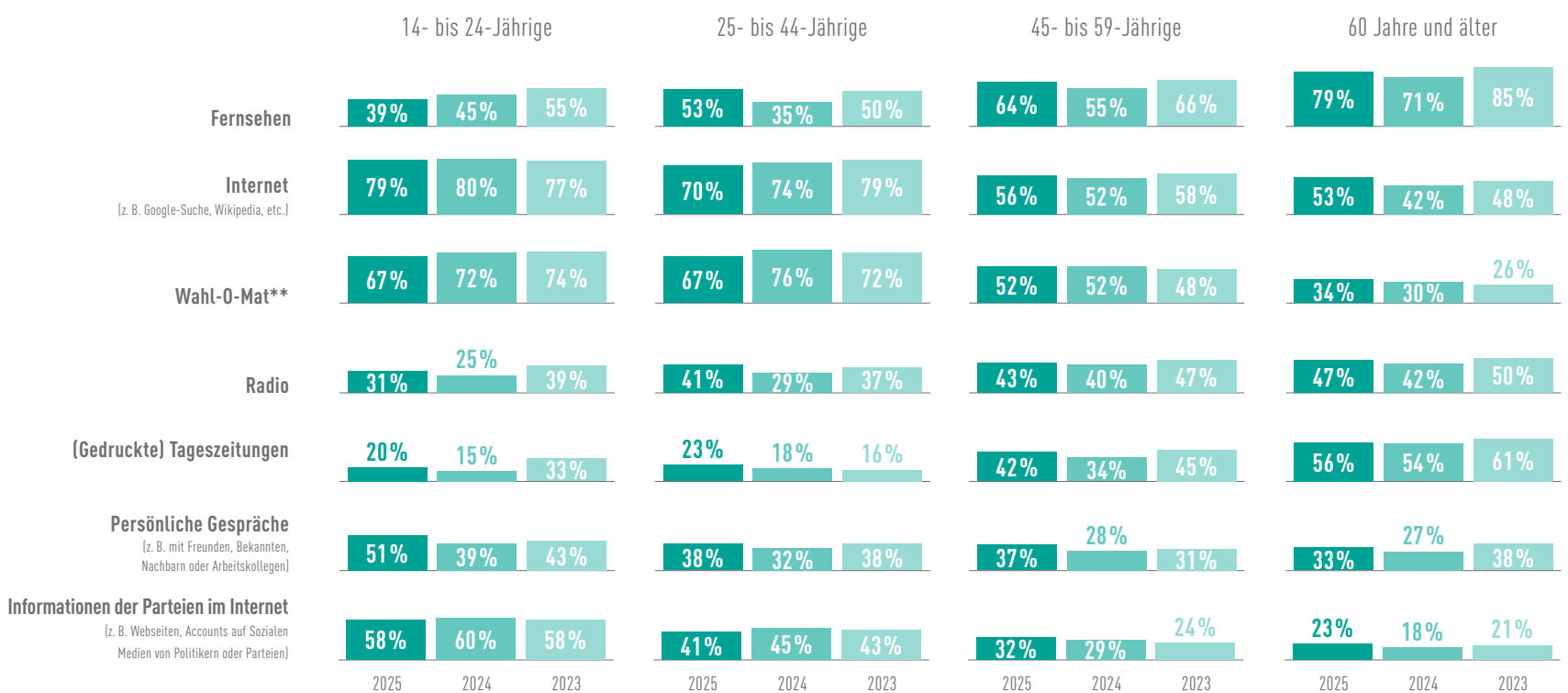
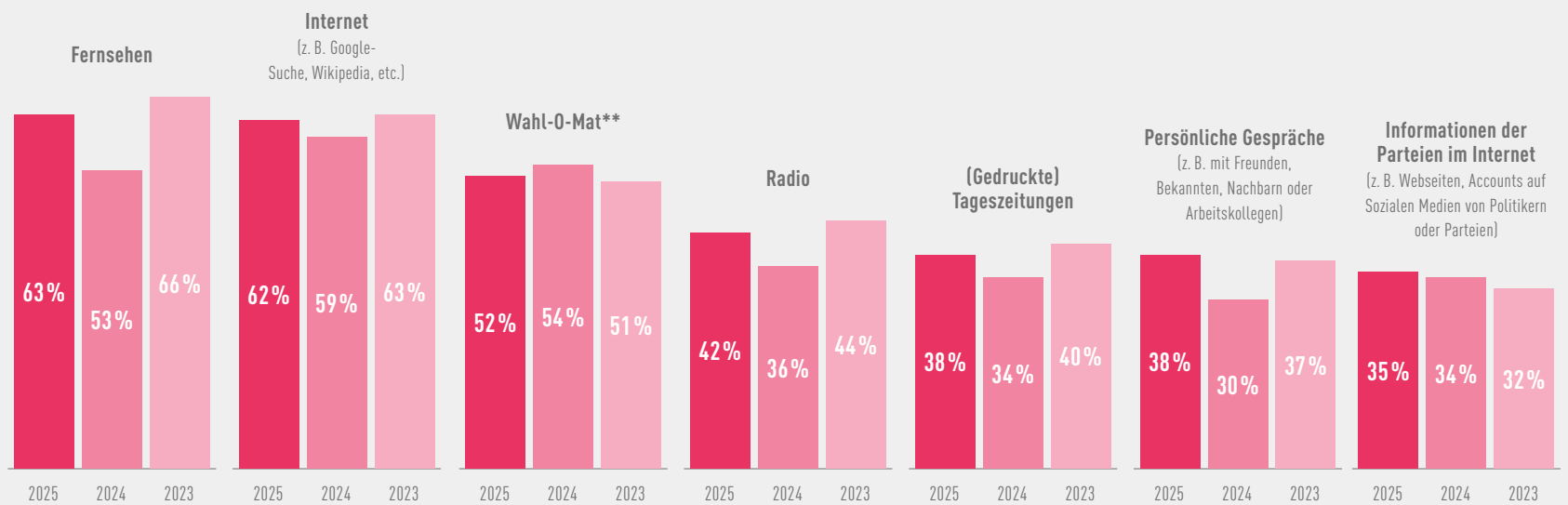
Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

WEITERHIN GILT: JE ÄLTER DIE BEFRAGTEN, DESTO HÄUFIGER NUTZEN SIE FERNSEHEN ALS INFORMATIONSQUELLE.

BEI DEN UNTER 45-JÄHRIGEN DOMINIEREN INTERNET UND WAHL-O-MAT. BEI UNTER 25-JÄHRIGEN SPIELEN PERSÖNLICHE GESPRÄCHE UND INFORMATIONEN DER PARTEIEN IM INTERNET EINE DEUTLICH GRÖSSERE ROLLE ALS BEI ÄLTEREN.

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

Gesamt



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

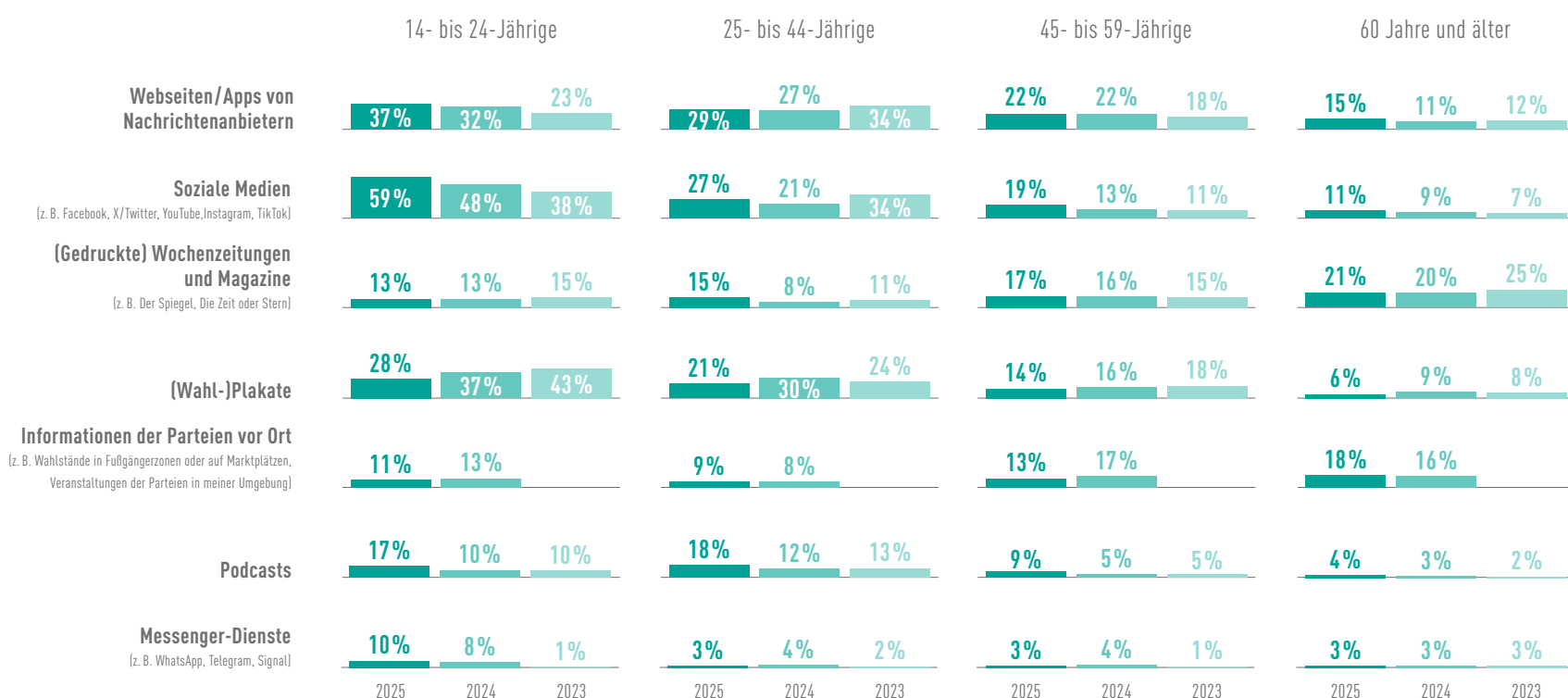
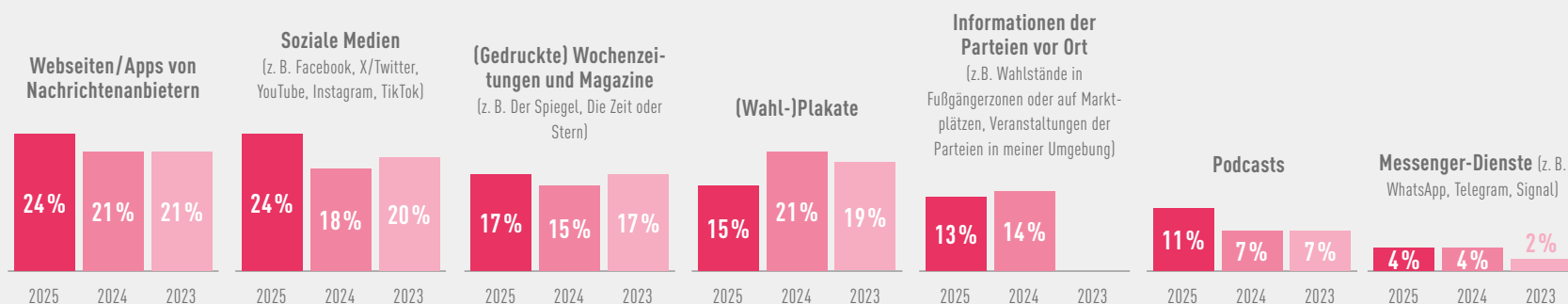
* Mehrfachnennungen möglich / Basis: 2025: 1.005 / 2024: 1.003 / 2023: 1.002 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

DIGITALE ANGEBOTE VON NACHRICHTENANBIETERN UND VOR ALLEM SOZIALE MEDIEN HABEN INSBESONDERE BEI DEN JÜNGSTEN BEFRAGTEN BIS UNTER 25 JAHREN BEDEUTUNG.

DIESE WERTE SIND IM VERGLEICH ZU 2024 SOGAR NOCH GESTIEGEN. PODCASTS SPIELEN ALS INFOQUELLE FÜR UNTER 45-JÄHRIGE EINE GRÖßERE ROLLE ALS FÜR ÄLTERE.

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

Gesamt



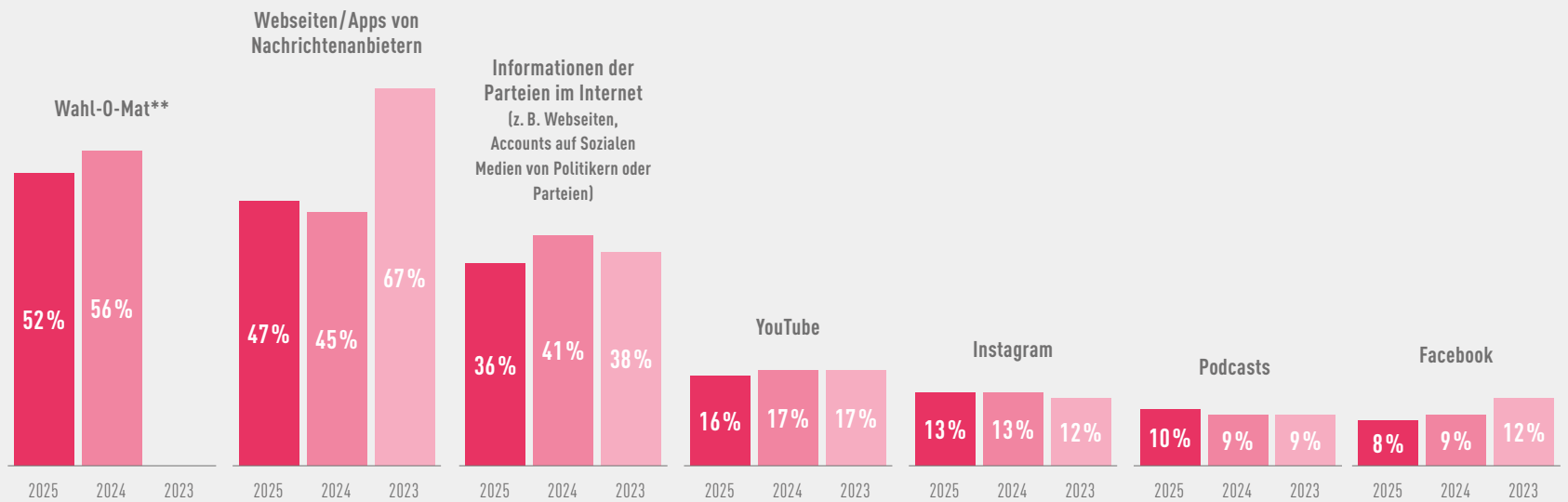
Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Bundestagswahl 2025, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

DER WAHL-O-MAT WIRD VON MEHR ALS DER HÄLFTE ALLER BEFRAGTEN ALS ONLINE-INFORMATIONSQLLE GENUTZT. DAHINTER FOLGEN NACHRICHTEN-APPS UND ONLINE-AUFTRITTE DER PARTEIEN.

LETZTERE WERDEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN STÄRKER GENUTZT ALS IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN, VERLIEREN ABER AUCH HIER ZUM VORJAHR.

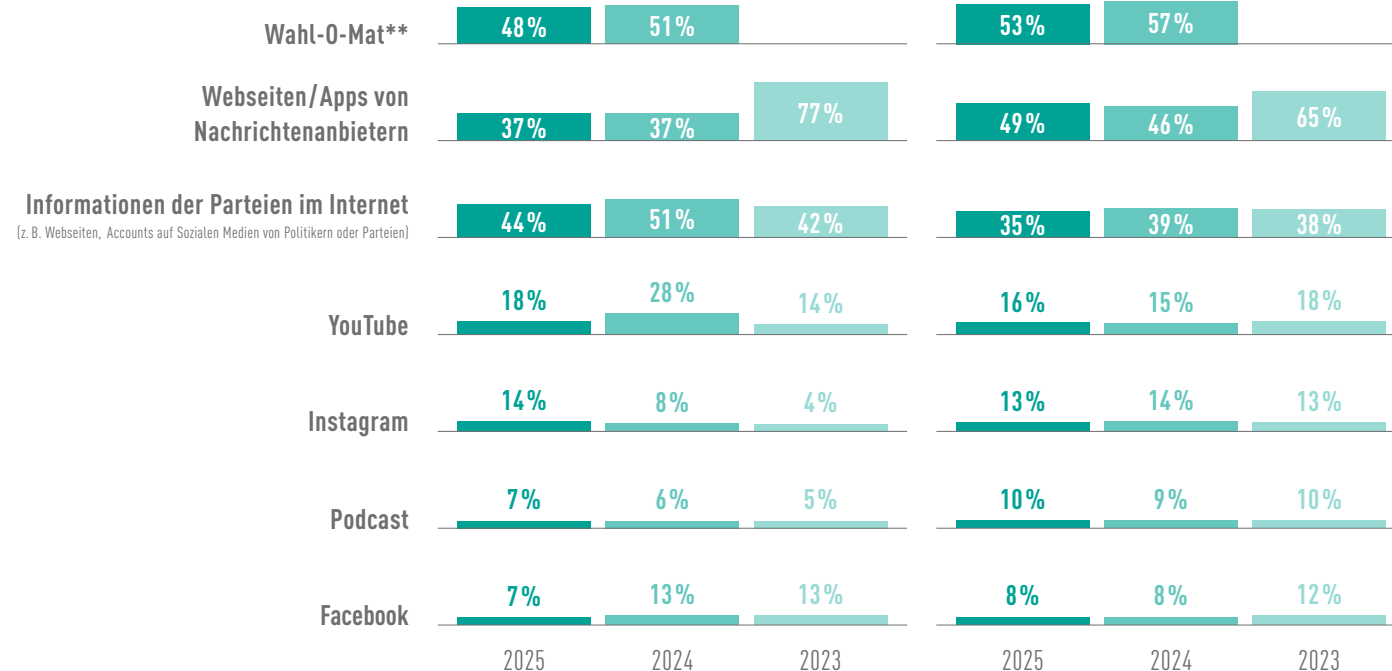
Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren

Gesamt



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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

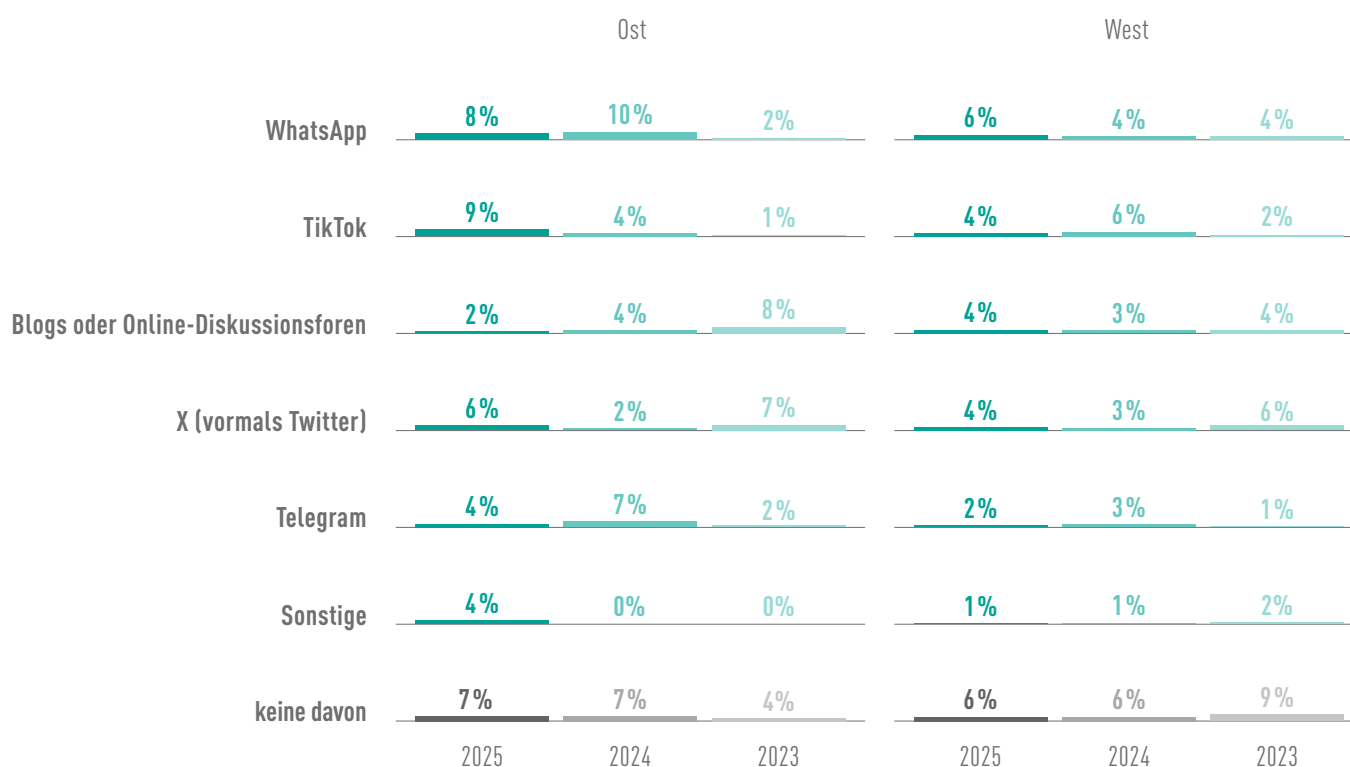
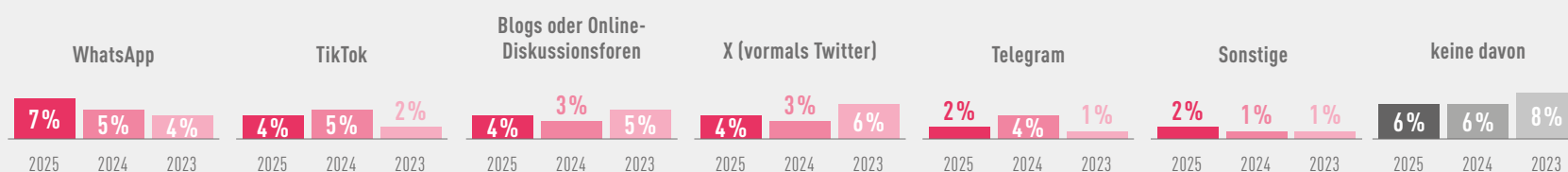
¹⁾ Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

IM NIEDRIGEN EINSTELLIGEN BEREICH GEWINNT TIKTOK ALS ONLINE-INFORMATIONSOURCE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN, ABER VERLIERT GERINGFÜGIG IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN.

ETWAS HINZU GEWINNT AUCH WHATSAPP IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN, WÄHREND X (VORMALS TWITTER) IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN ETWAS HÄUFIGER ALS IM VORJAHR GENANNT WURDE.

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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

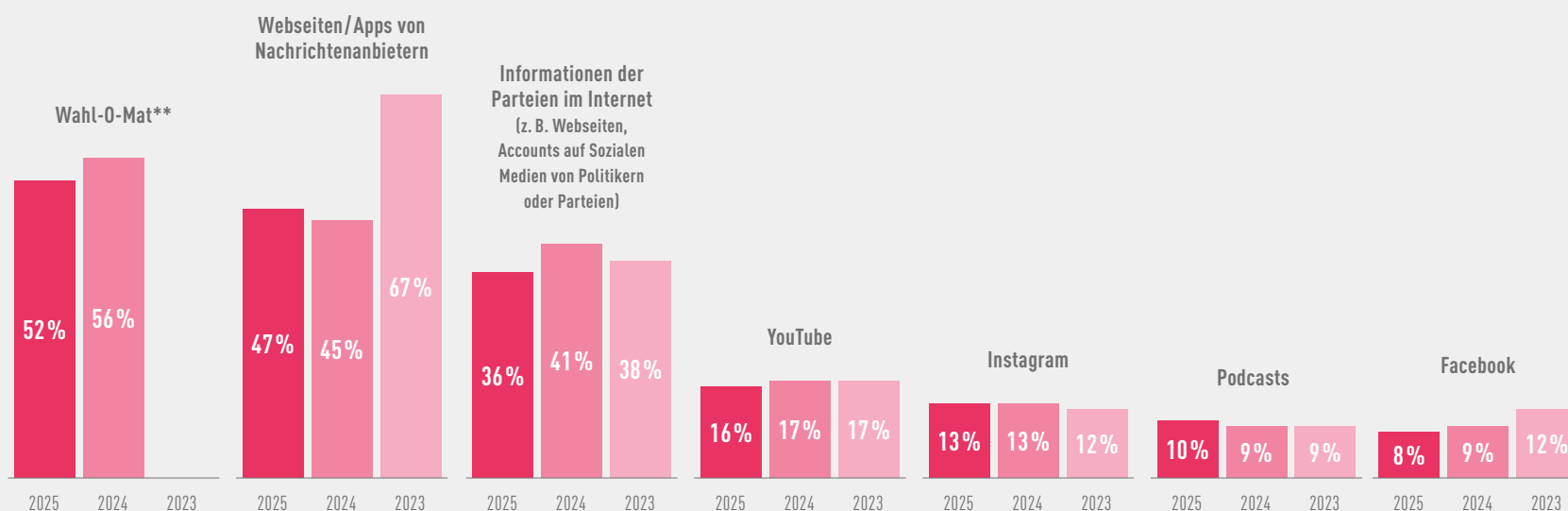
* Mehrfachnennungen möglich
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren
2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte

BEI EINIGEN ONLINE-ANGEBOTEN GIBT ES GESCHLECHTSSPEZIFISCHE UNTERSCHIEDE HINSICHTLICH DER NUTZUNG FÜR INFORMATIONEN ZUR BUNDESTAGSWAHL.

MÄNNER NUTZEN WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN UND YOUTUBE HÄUFIGER ALS FRAUEN. BEI FRAUEN IST DER ANTEIL, DIE DEN WAHL-O-MAT NUTZEN, ETWAS HÖHER ALS BEI MÄNNERN.

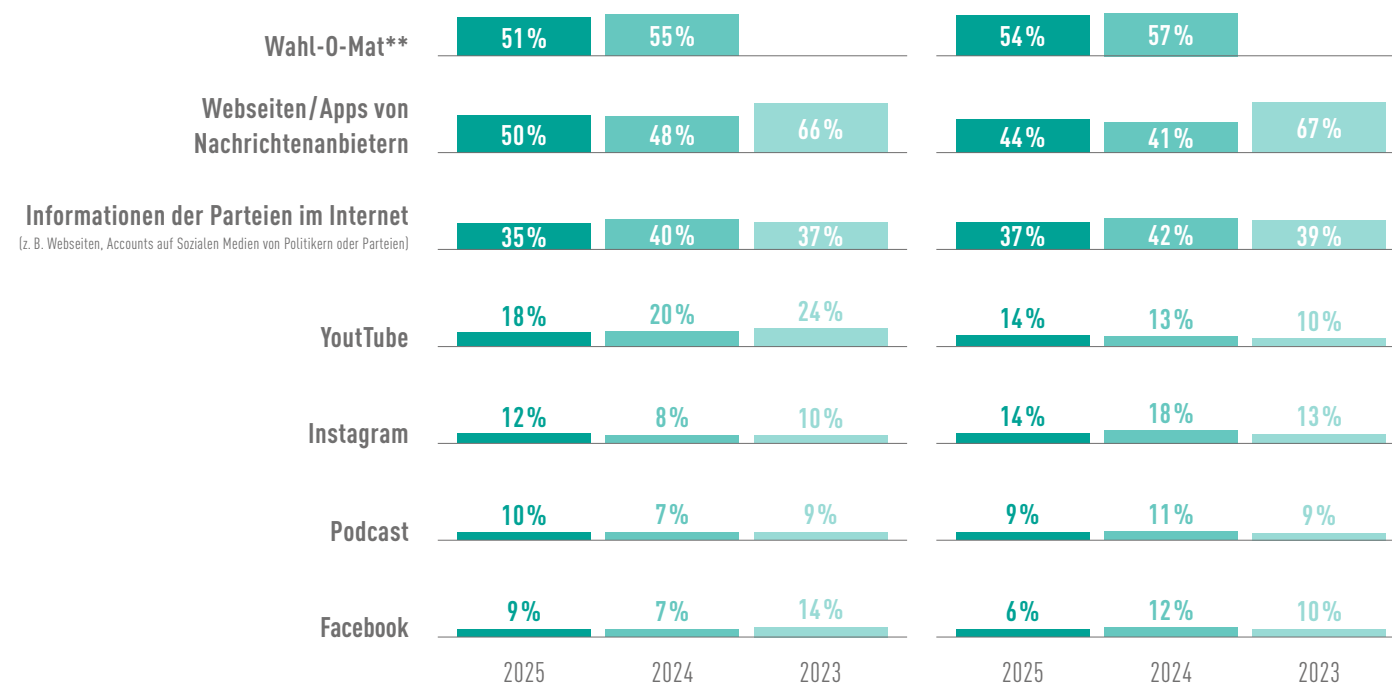
Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren

Gesamt



Männer

Frauen



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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

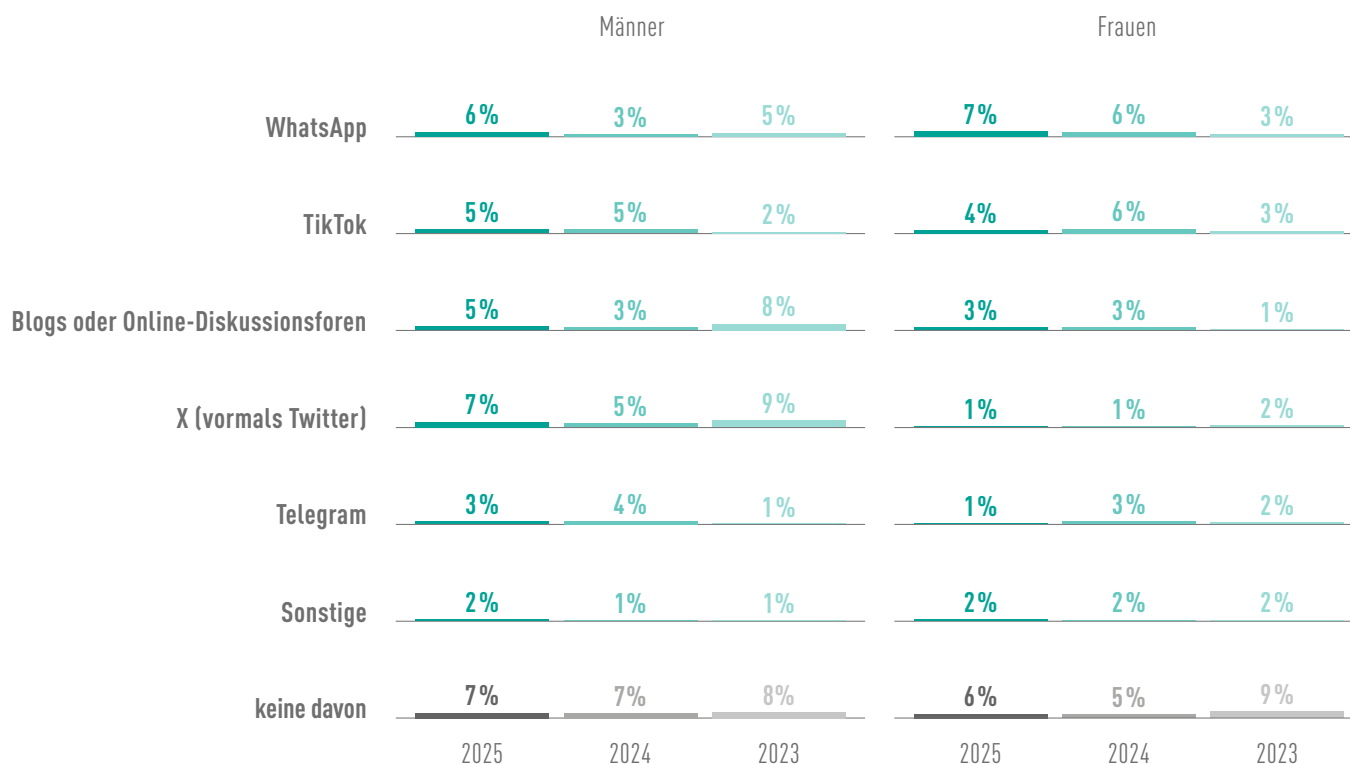
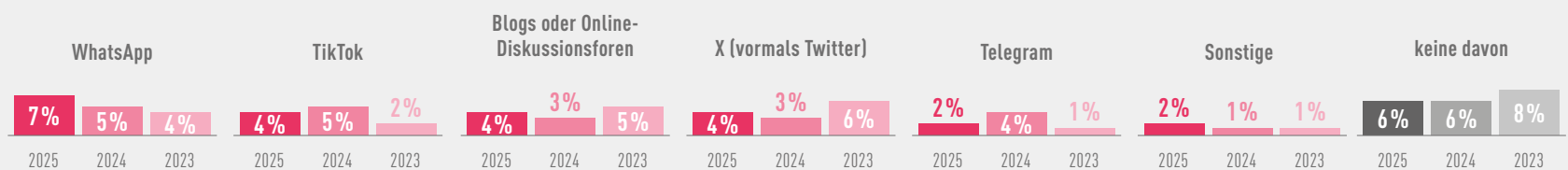
* Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

BEI WEITEREN ONLINE-QUELLEN LEGT BESONDERS WHATSAPP BEI MÄNNERN ZU.

AUFFÄLLIG IST ZUDEM DER UNTERSCHIED BEI X (VORMALS TWITTER), DESSEN BELIEBTHEIT BEI DEN MÄNNERN ZUM VORJAHR ETWAS STEIGT, ABER BEI FRAUEN WEITERHIN SO GUT WIE KEINE ROLLE SPIELT.

Es nutzen folgende 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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

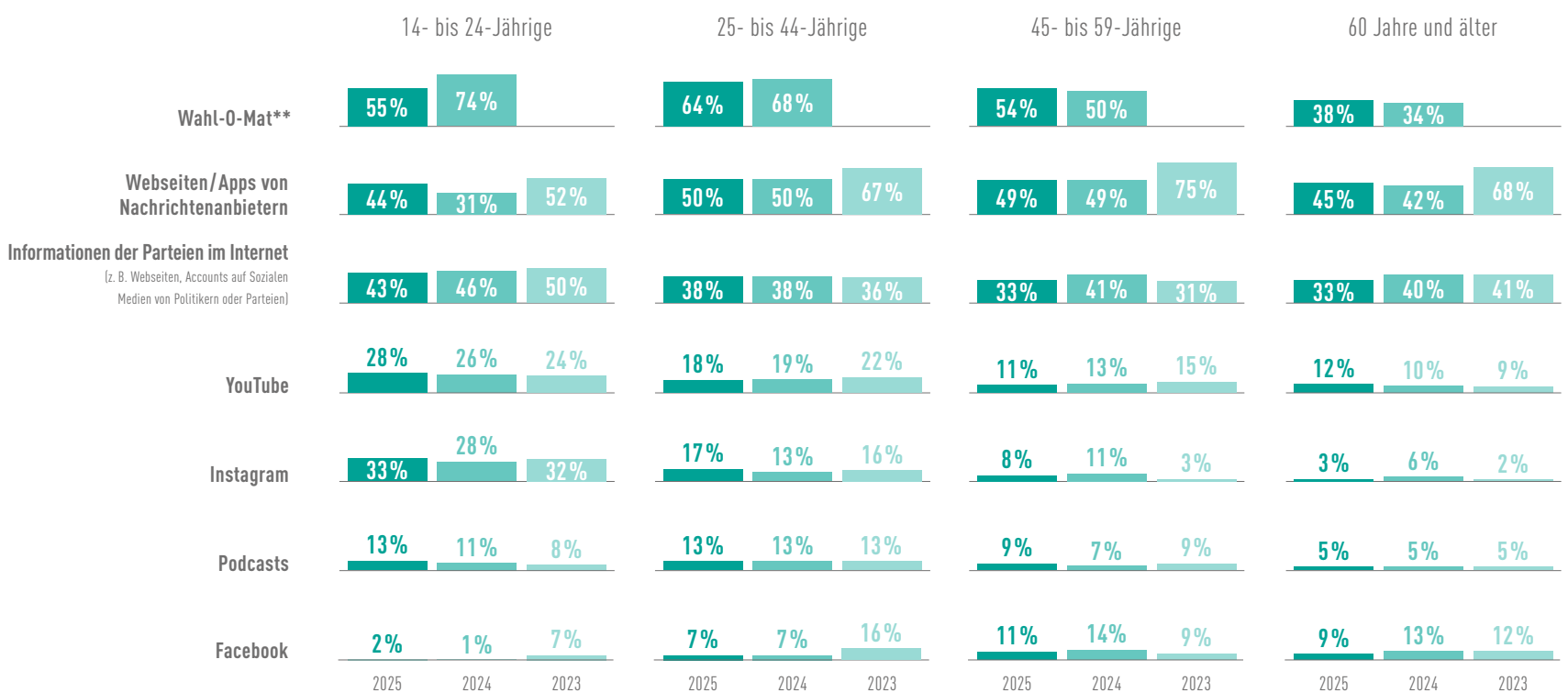
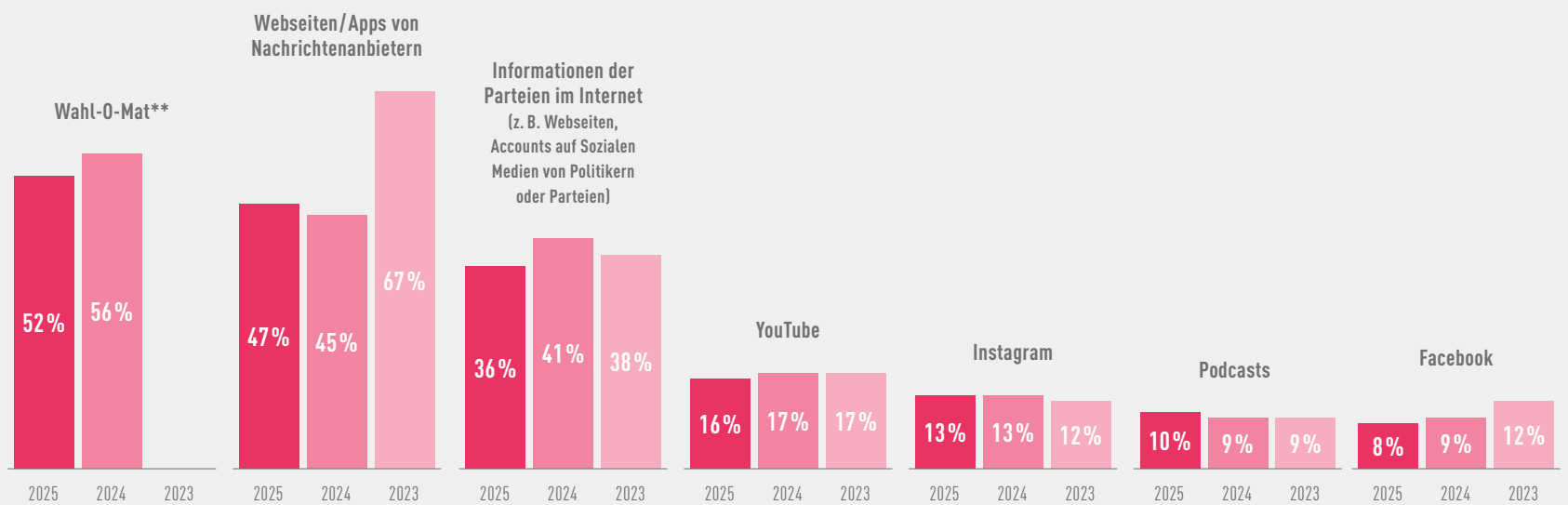
* Mehrfachnennungen möglich
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren
2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte

DER WAHL-O-MAT FINDET BEI DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN DEN GRÖSSTEN ANKLANG.

TROTZ RÜCKGANG WERDEN ONLINE-AUFTRITTE DER PARTEIEN VON JÜNGEREN BEFRAGTEN HÄUFIGER GENUTZT ALS VON ÄLTEREN (AB 45 JAHRE). BESONDERS „JUNG“ (UNTER 25 JAHRE) SIND AUCH YOUTUBE UND INSTAGRAM. FACEBOOK SPIELT INZWISCHEN NUR NOCH BEI PERSONEN AB 45 JAHREN EINE GEWISSE ROLLE, VERLIERT ABER IN DIESEN ALTERSGRUPPEN ZUM VORJAHR.

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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

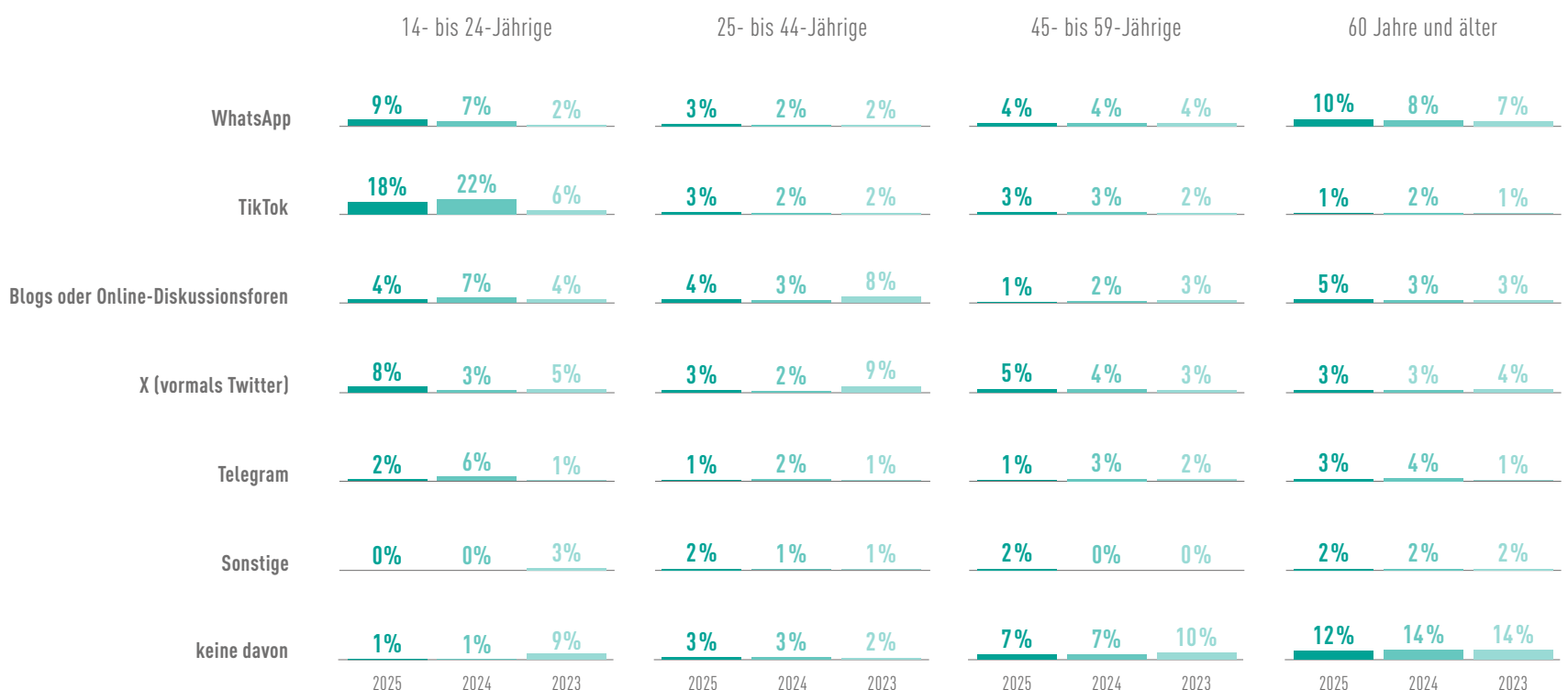
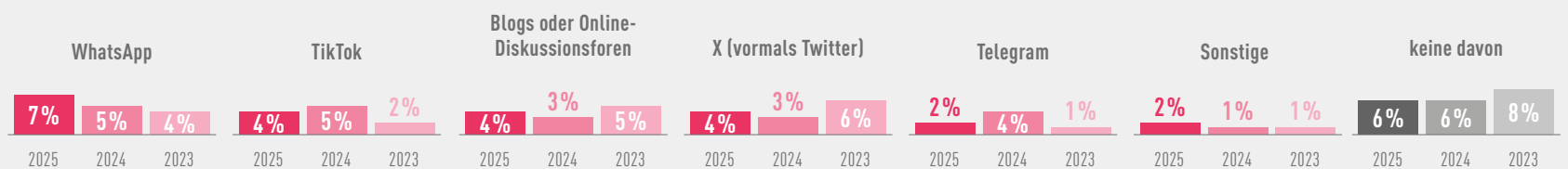
* Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte
 ** Der Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2025 war zum Befragungszeitpunkt noch nicht verfügbar.

TIKTOK RAGT WEITERHIN BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN ALS EINE RELEVANTE QUELLE AUCH FÜR INFORMATIONEN ZU WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN ZUR BUNDESTAGSWAHL HERAUS.

NOCH EINE GEWISSE RELEVANZ ALS INFORMATIONSQUELLE BESITZT DER MESSENGER WHATSAPP BEI DEN ÜBER 59-JÄHRIGEN UND DEN UNTER 25-JÄHRIGEN.

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 zur kommenden Bundestagswahl 2025 informieren möchten?“

* Mehrfachnennungen möglich
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren
2025: 851 / 2024: 726 (anderer Filter) / 2023: 755 Befragte

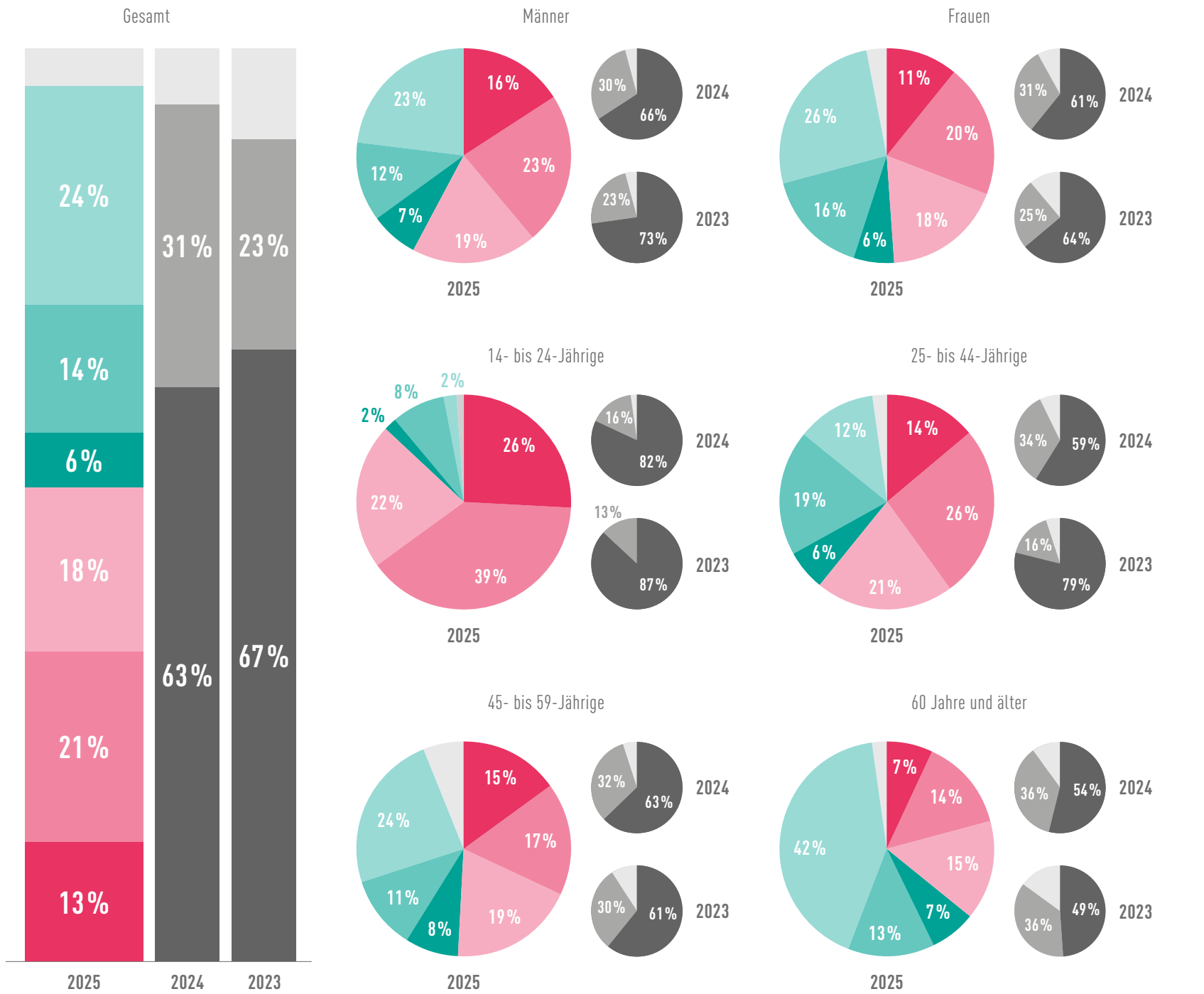
02

EINSTELLUNGEN ZU WAHL- WERBUNG UND POLITISCHER WERBUNG

MEHR ALS DIE HÄLFTE ALLER BEFRAGTEN GIBT ZUM ZEITPUNKT DER BEFRAGUNG (JANUAR) AN, IN SOZIALEN MEDIEN POLITISCHE WAHLWERBUNG ZUR BTW 2025 GESEHEN ZU HABEN, MÄNNER HÄUFIGER ALS FRAUEN.

BEI DEN 14- BIS 24-JÄHRIGEN IST DER WERT AM HÖCHSTEN, AM NIEDRIGSTEN IST DER WERT BEI DEN 60-JÄHRIGEN UND ÄLTER.

Es haben persönlich schon Wahlwerbung in Sozialen Medien gesehen bzw. bemerkt



■ häufig gesehen
 ■ gelegentlich
 ■ selten
 ■ bisher noch nie, aber hatte schon die Vermutung, dass es sich um politische Wahlwerbung handelt
 ■ noch nie und hatte auch noch nie die Vermutung
 ■ nutzte keine Sozialen Medien
 ■ weiß nicht/k. A.

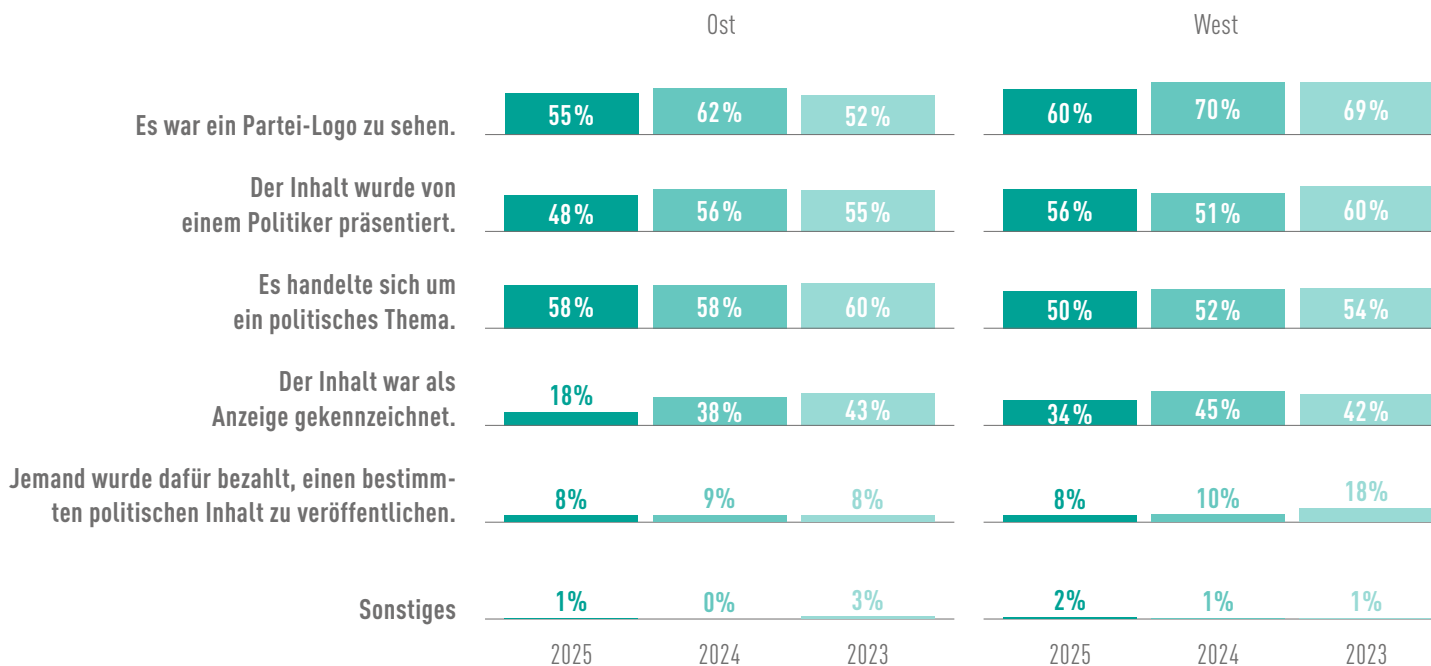
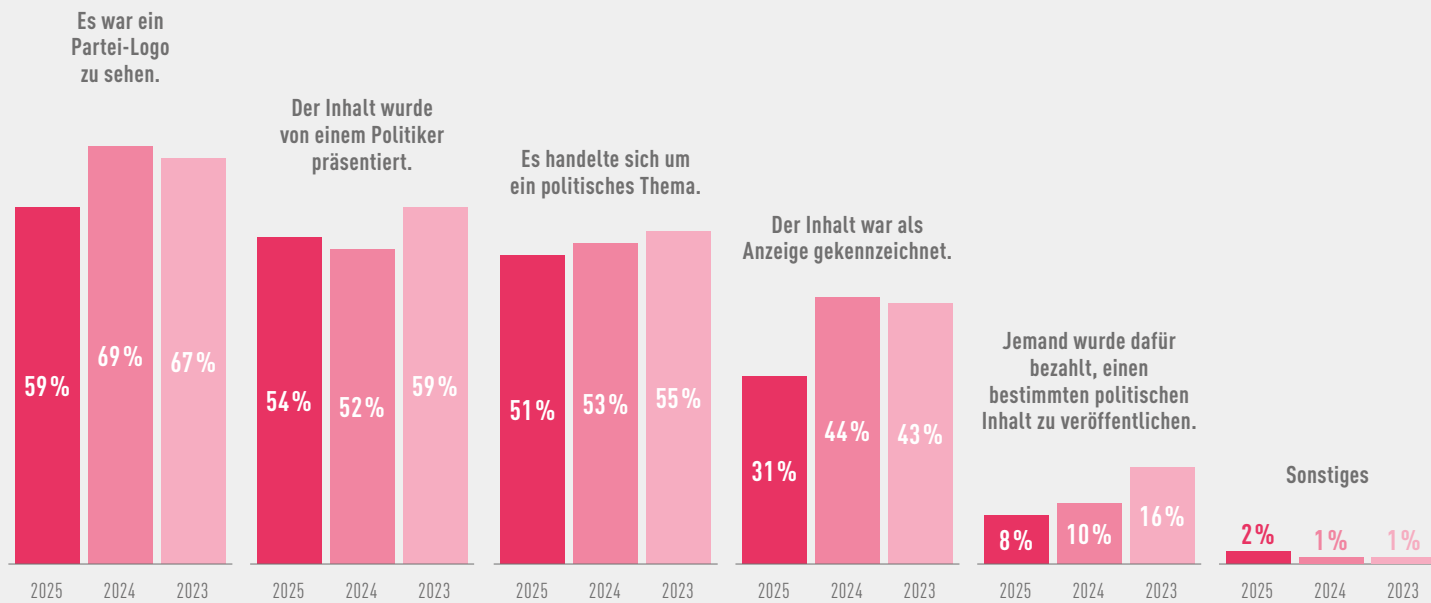
Für 2024 und 2023: ■ schonmal gesehen ■ noch nie gesehen ■ weiß nicht/k. A.

Frage 3: „Wie häufig haben Sie in Sozialen Medien (z. B. Facebook, X/Twitter, YouTube, Instagram, TikTok) politische Wahlwerbung zur kommenden Bundestagswahl 2025 gesehen bzw. bemerkt?“

IM VERGLEICH ZUM VORJAHR (EUROPAWAHL) GEBEN JETZT WENIGER MENSCHEN AN, POLITISCHE WAHLWERBUNG IN DEN SOZIALEN MEDIEN ERKANNT ZU HABEN, ZUM BEISPIEL ANHAND DES PARTEI-LOGOS ODER WEIL DER INHALT ALS ANZEIGE GEKENNZEICHNET WAR.

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

Gesamt

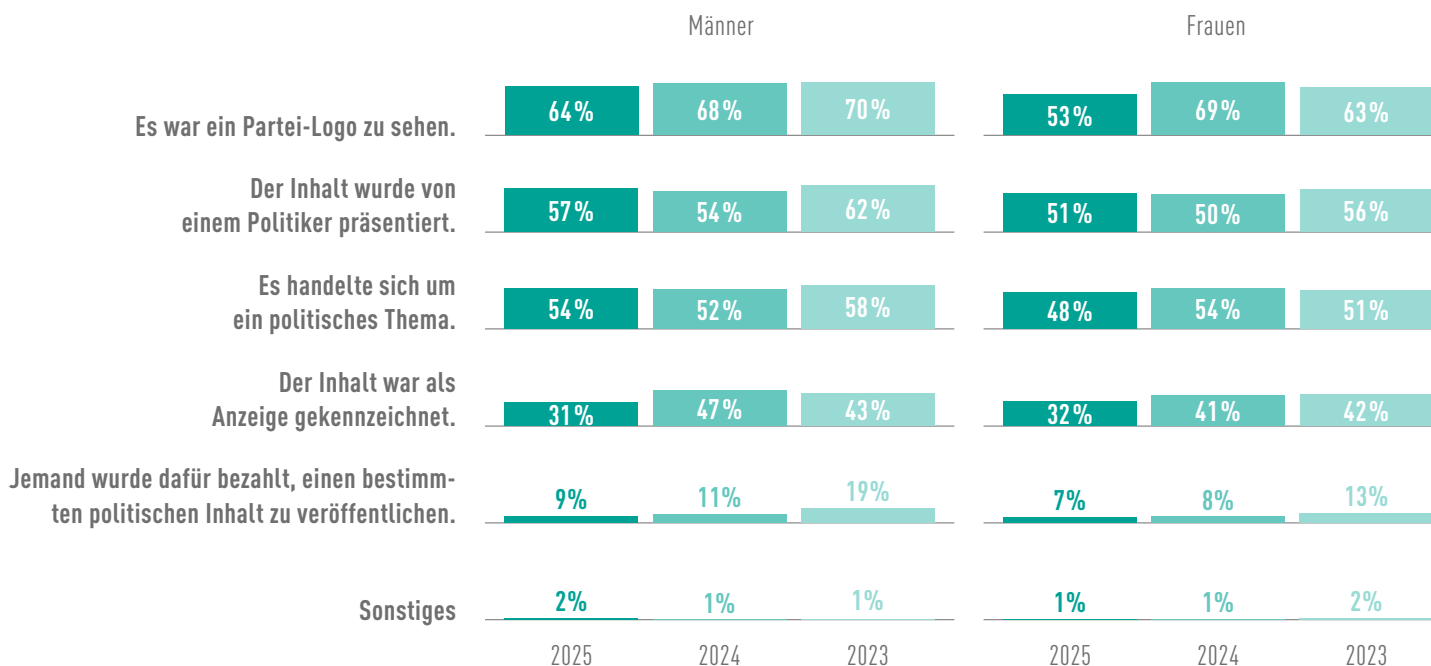
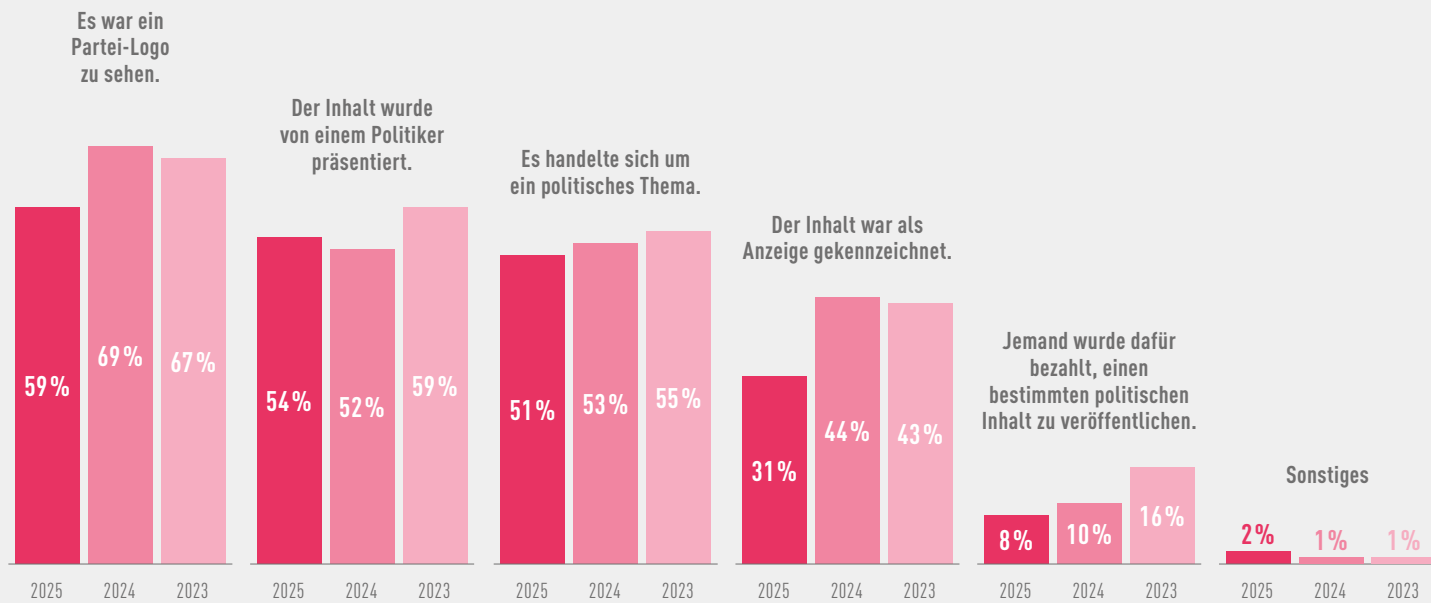


BEI DER IDENTIFIKATION POLITISCHER WAHLWERBUNG GEBEN VOR ALLEM FRAUEN JETZT SELTENER AN, DIE WERBUNG AM PARTEI-LOGO ERKANNT ZU HABEN.

BEI MÄNNERN IST DER RÜCKGANG DER IDENTIFIKATION VON WAHLWERBUNG DURCH DIE KENNZEICHNUNG DES INHALTS ALS ANZEIGE

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

Gesamt

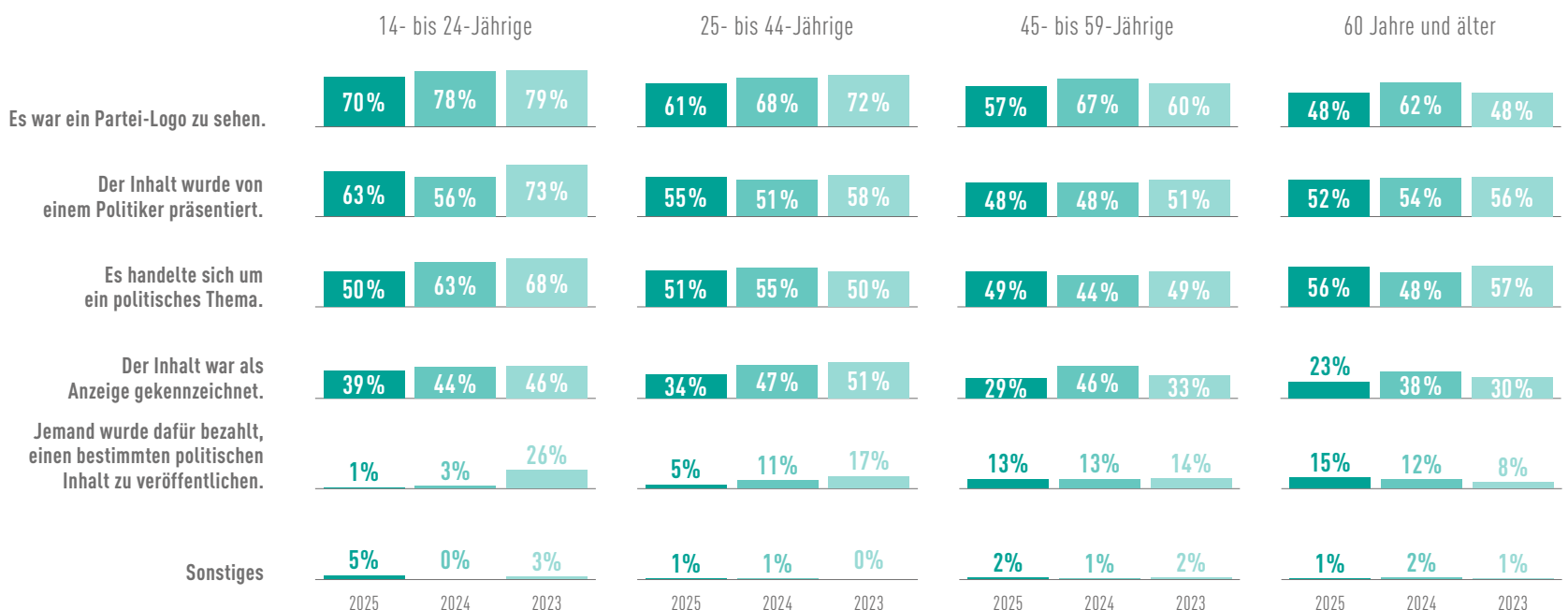
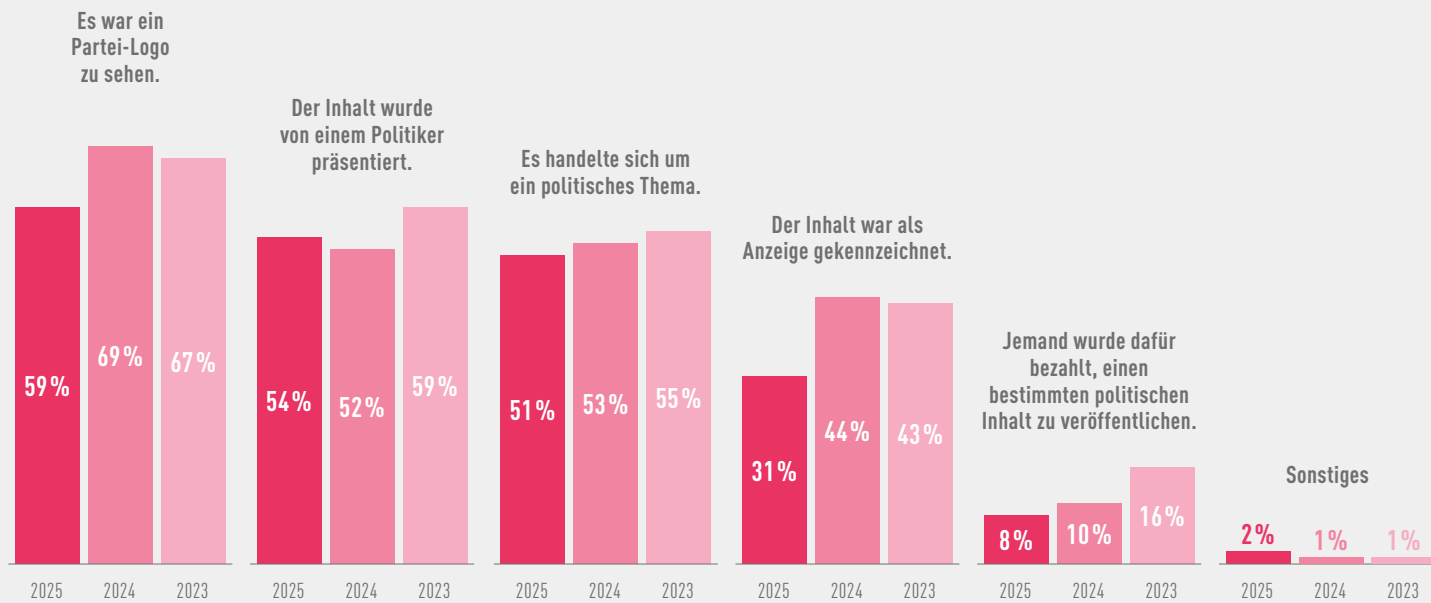


INSBESONDERE DIE UNTER 25-JÄHRIGEN GEBEN AN, WAHLWERBUNG ANHAND EINES PARTEI-LOGOS ERKANNT ZU HABEN, RÜCKLÄUFIG IST DER WERT HIER VOR ALLEM BEI DEN BEFRAGTEN AB 60 JAHREN.

VOR ALLEM 45- BIS 59-JÄHRIGE SAGEN IN 2025 ERKENNBAR SELTENER, DASS SIE WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN DURCH DIE KENNZEICHNUNG ALS ANZEIGE IDENTIFIZIERT HABEN.

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

Gesamt

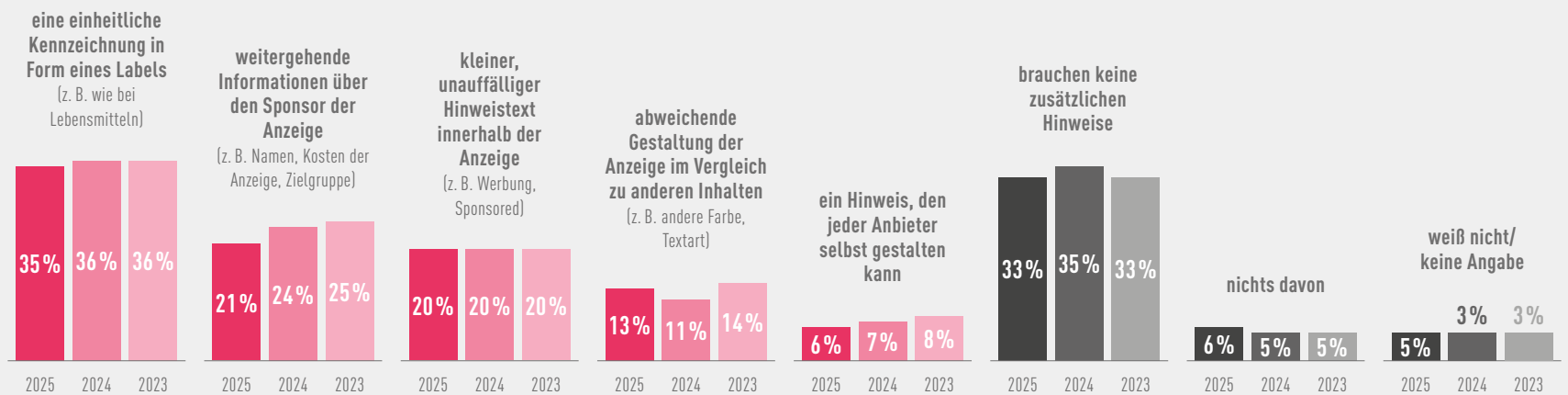


WEITERHIN FÄNDEN DIE BEFRAGTEN EINE EINHEITLICHE KENNTLICHMACHUNG POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET DURCH EIN LABEL HILFREICH –

EINE MASSNAHME, DIE VON BEFRAGTEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN JETZT DEUTLICH MEHR ZUSPRUCH BEKOMMT ALS NOCH IM VORJAHR. AUCH UNAUFFÄLLIGE HINWEISTEXTE INNERHALB DER ANZEIGE BEGRÜSSEN DIESES JAHR DEUTLICH MEHR BEFRAGTE AUS DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN.

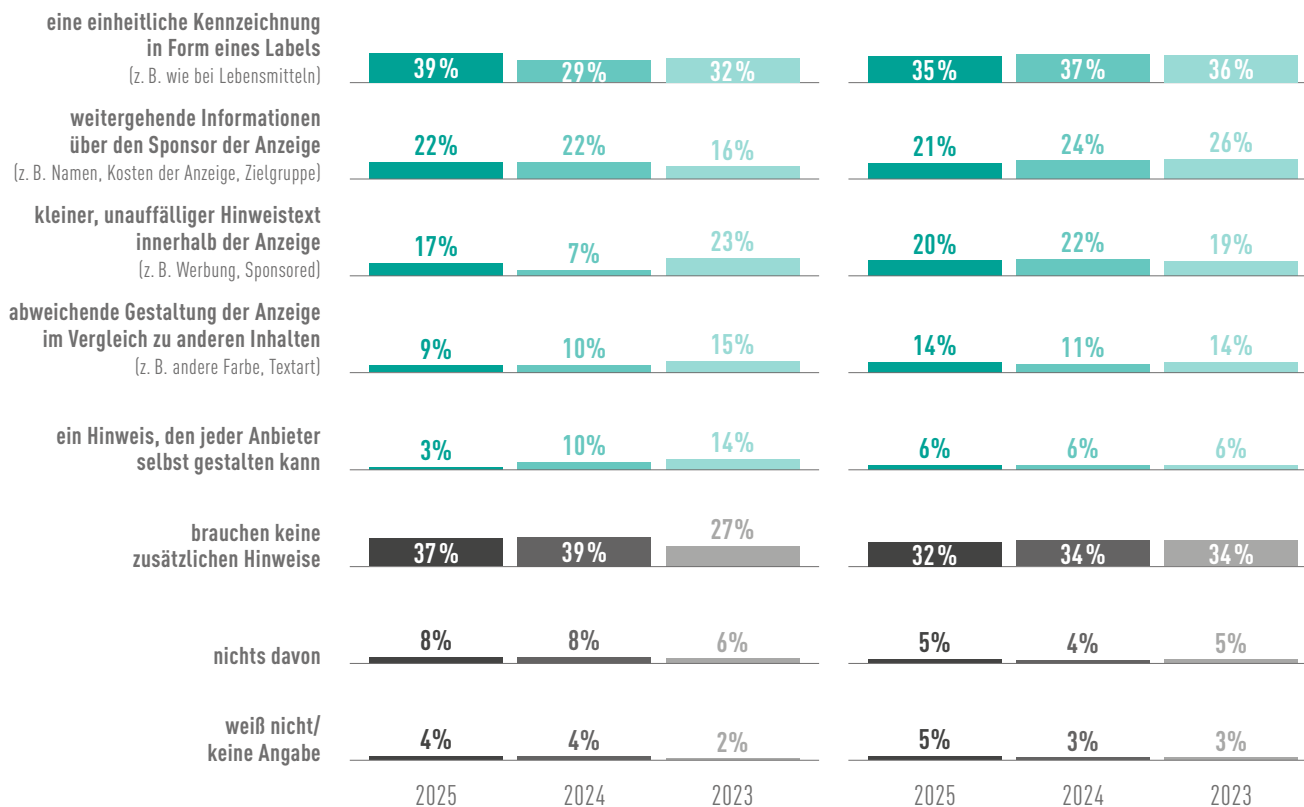
Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



Ost

West

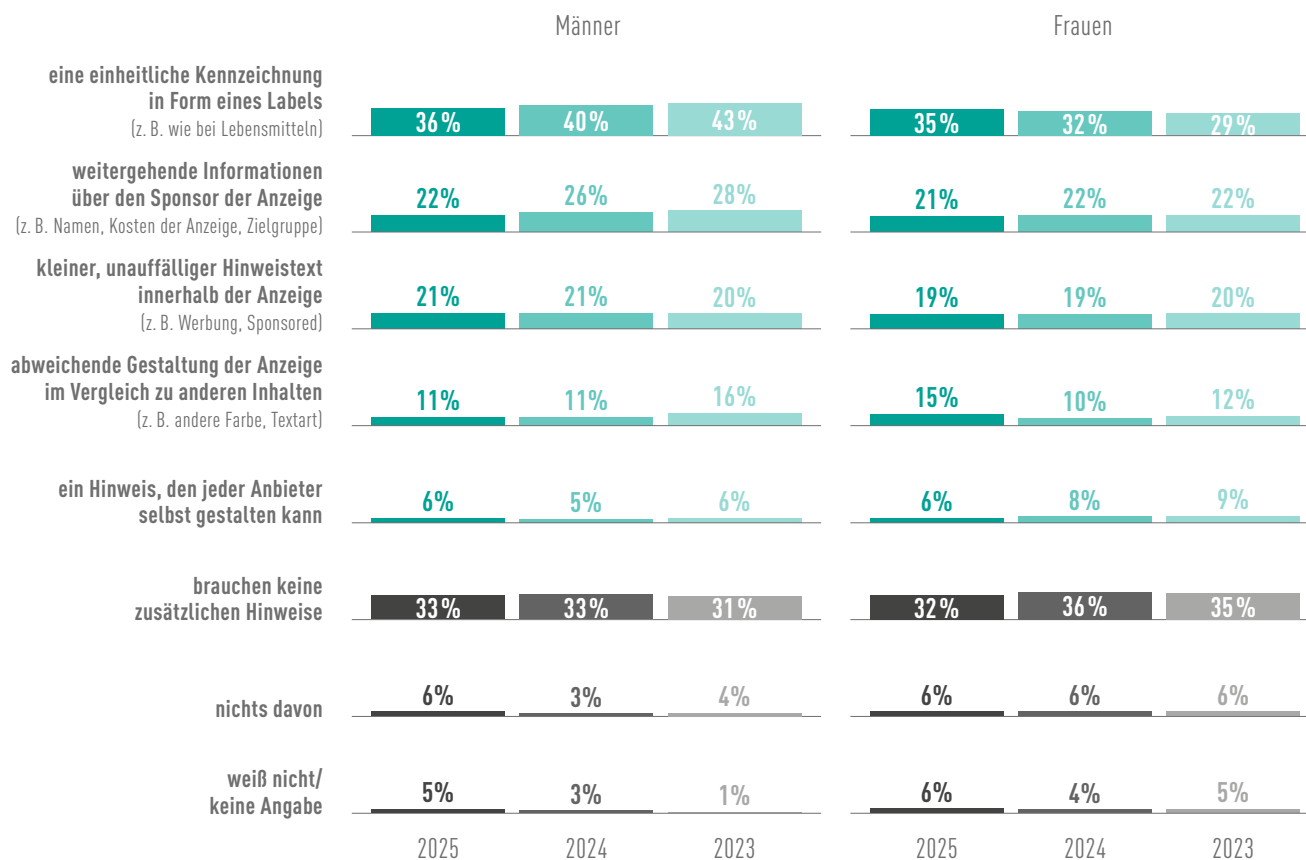
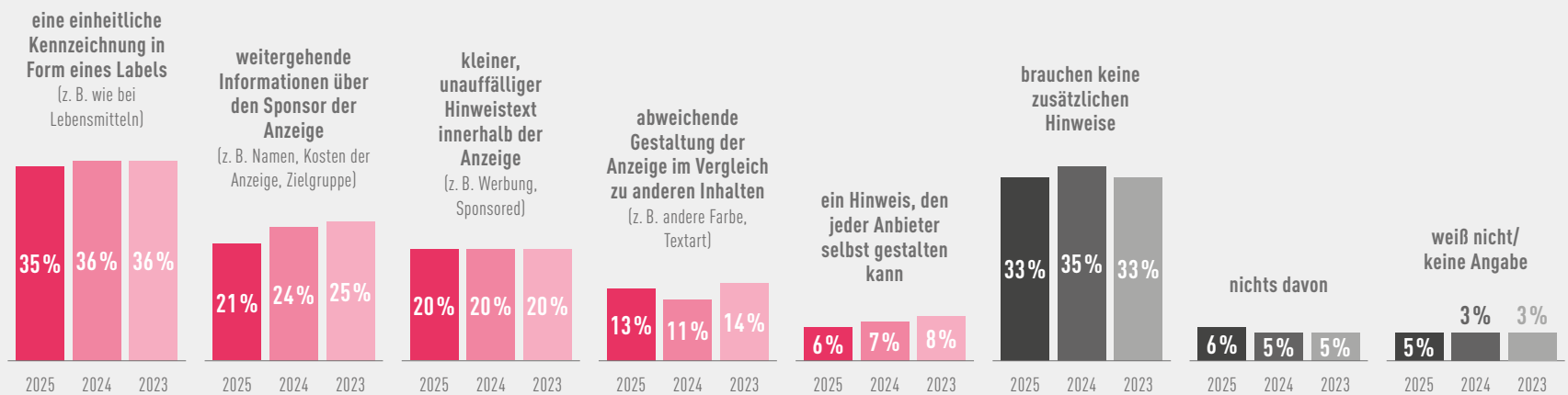


INSGESAM UNTERSCHIEDEN SICH MÄNNER VON FRAUEN KAUM BEI DEN GEWÜNSCHTEN HILFEN ZUM ERKENNEN VON POLITISCHER WAHLWERBUNG IM INTERNET.

IN 2025 LIEGT DER ANTEIL DER FRAUEN, DIE EINE ABWEICHENDE GESTALTUNG DER ANZEIGE IM VERGLEICH ZU ANDEREN INHALTEN HILFREICH FÄNDEN, ETWAS ÜBER DEM WERT VON 2024.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt

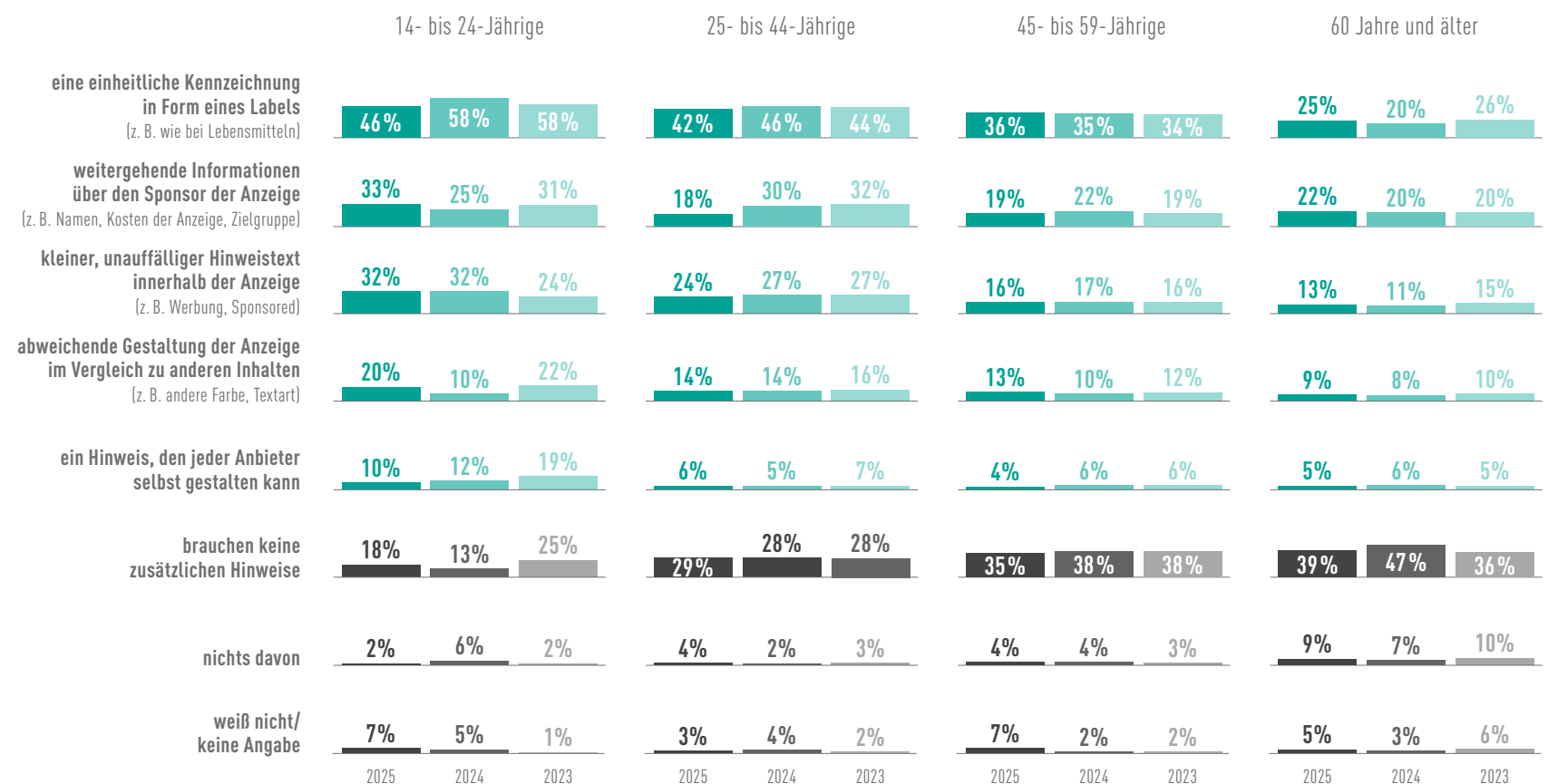
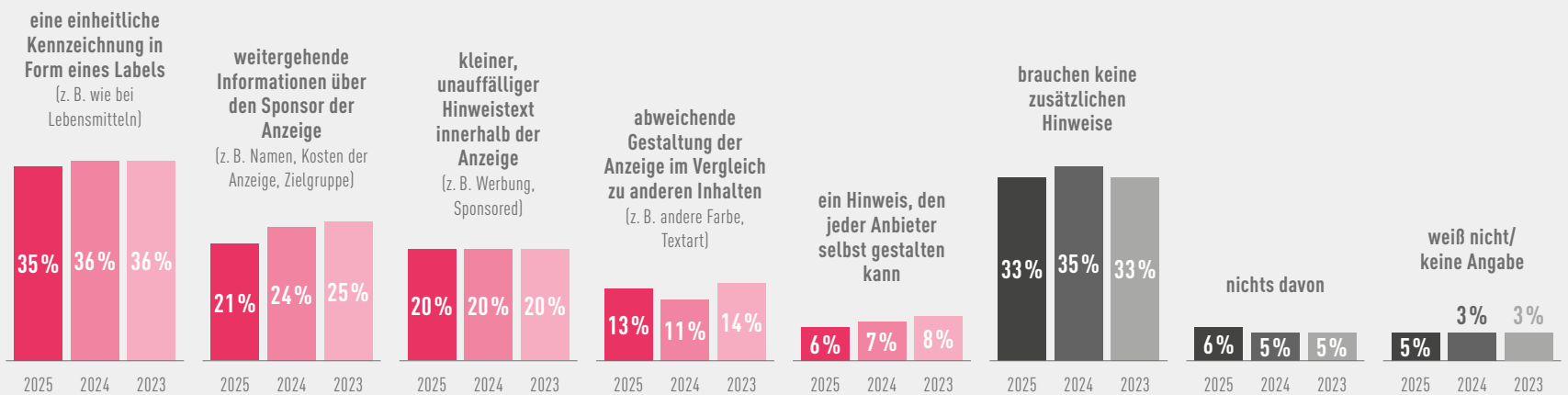


EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG WIRD MIT ZUNEHMENDEM ALTER WENIGER GEWÜNSCHT, WOBEI DER WERT BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN DIESES JAHR ERKENNBAR NIEDRIGER IST ALS IM VORJAHR.

25- BIS 44-JÄHRIGE WÜNSCHEN SICH IM VERGLEICH ZUM VORJAHR JETZT SELTENER WEITERGEHENDE INFORMATIONEN ÜBER DEN SPONSOR DER ANZEIGE. WEITERHIN ZEICHNET SICH AB: JE ÄLTER DIE BEFRAGTEN, DESTO HÄUFIGER SIND SIE DER ANSICHT, DASS KEINE ZUSÄTZLICHEN HINWEISE NÖTIG SIND.

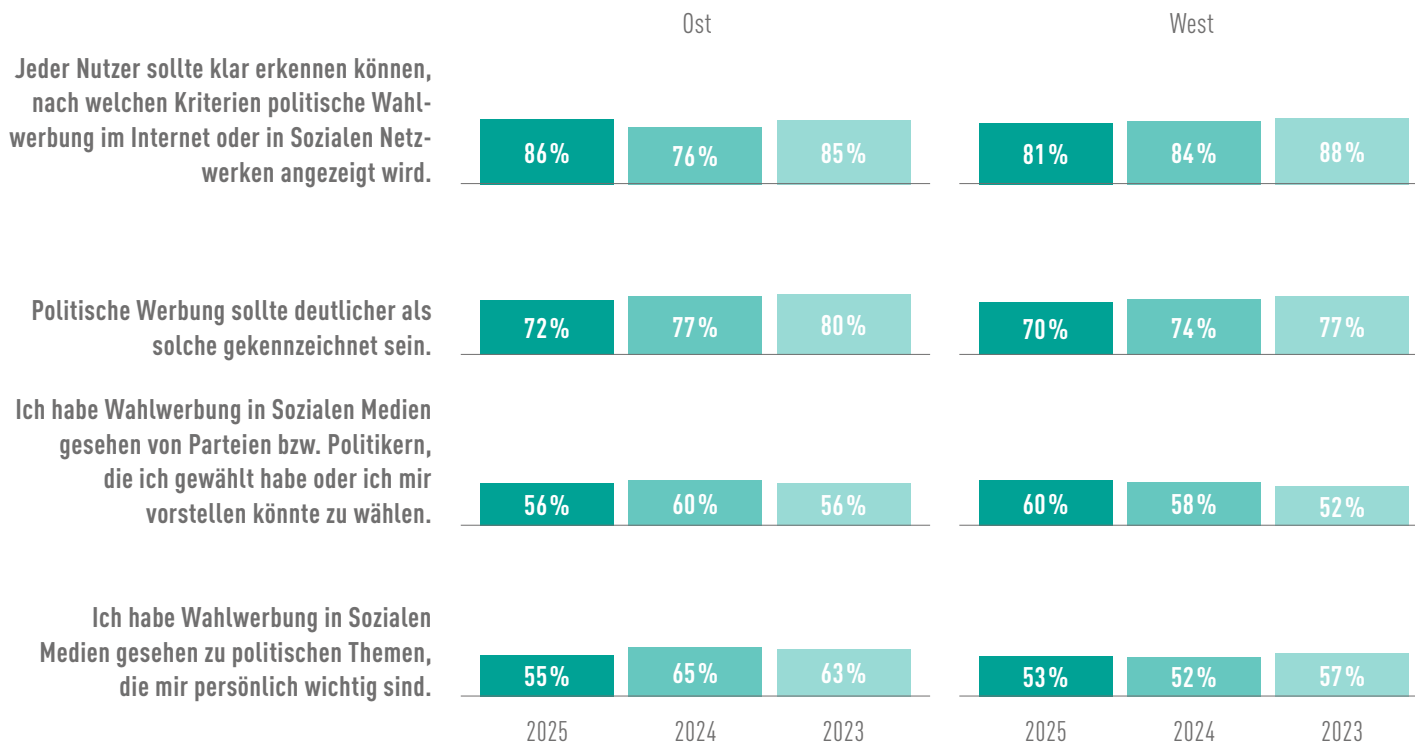
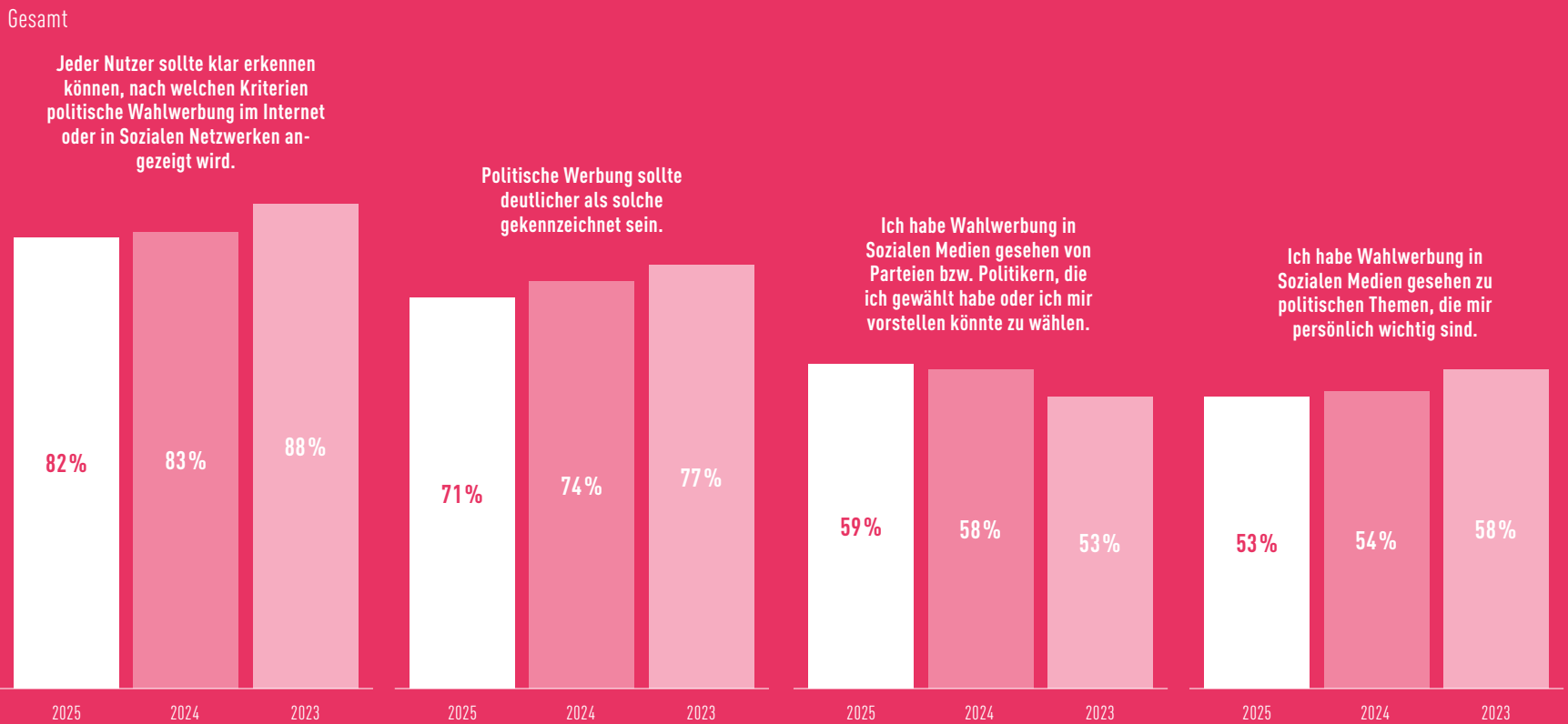
Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



BEI VERSCHIEDENEN AUSSAGEN ZUR WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN IST UNVERÄNDERT DIE GROSSE MEHRHEIT DER MEINUNG, DASS JEDER NUTZER KLAR ERKENNEN KÖNNEN SOLLTE,

NACH WELCHEN KRITERIEN POLITISCHE WAHLWERBUNG IM INTERNET BZW. SOZIALEN NETZWERKEN ANGEZEIGT WIRD. INSBESONDERE BEFRAGTE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN STIMMEN DER AUSSAGE HÄUFIGER ALS IM VORJAHR ZU. EBENFALLS AUF HOHEM NIVEAU, WENN AUCH LEICHT RÜCKLÄUFIG: POLITISCHE WERBUNG SOLLTE DEUTLICHER ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN.



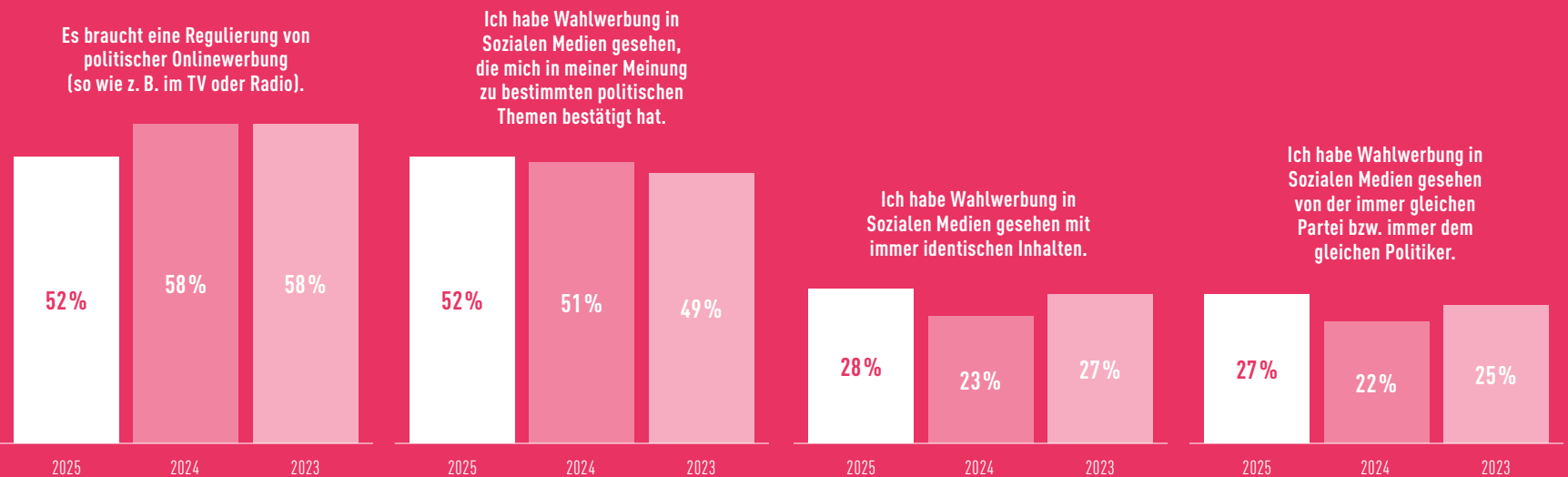
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in Sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

BEI BEFRAGTEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN SINKT DER ANTEIL DER PERSONEN, DIE IN SOZIALEN MEDIEN WAHLWERBUNG ZU THEMEN GESEHEN HABEN, DIE SIE IN IHRER MEINUNG ZU BESTIMMTEN POLITISCHEN THEMEN BESTÄTIGT HAT.

ZUGENOMMEN HAT BEI IHNEN ABER DER ANTEIL, DER ANGIBT, WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN MIT IMMER IDENTISCHEN INHALTEN GESEHEN ZU HABEN.

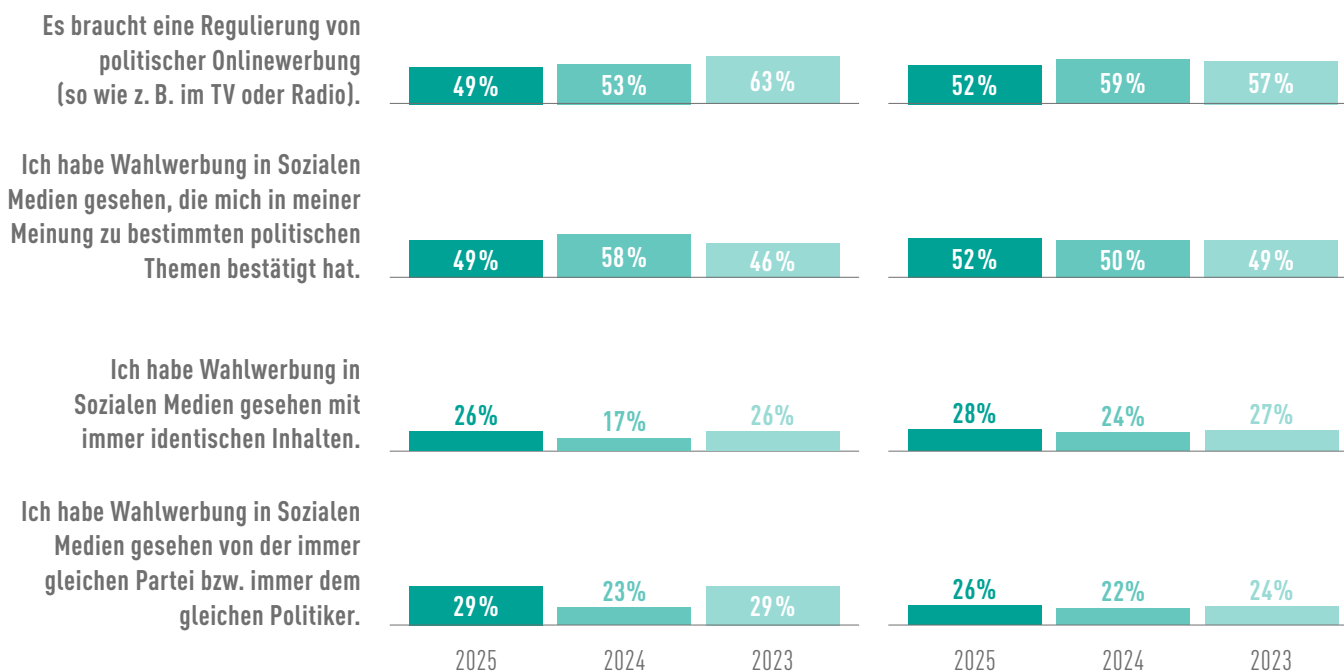
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt



Ost

West



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.“

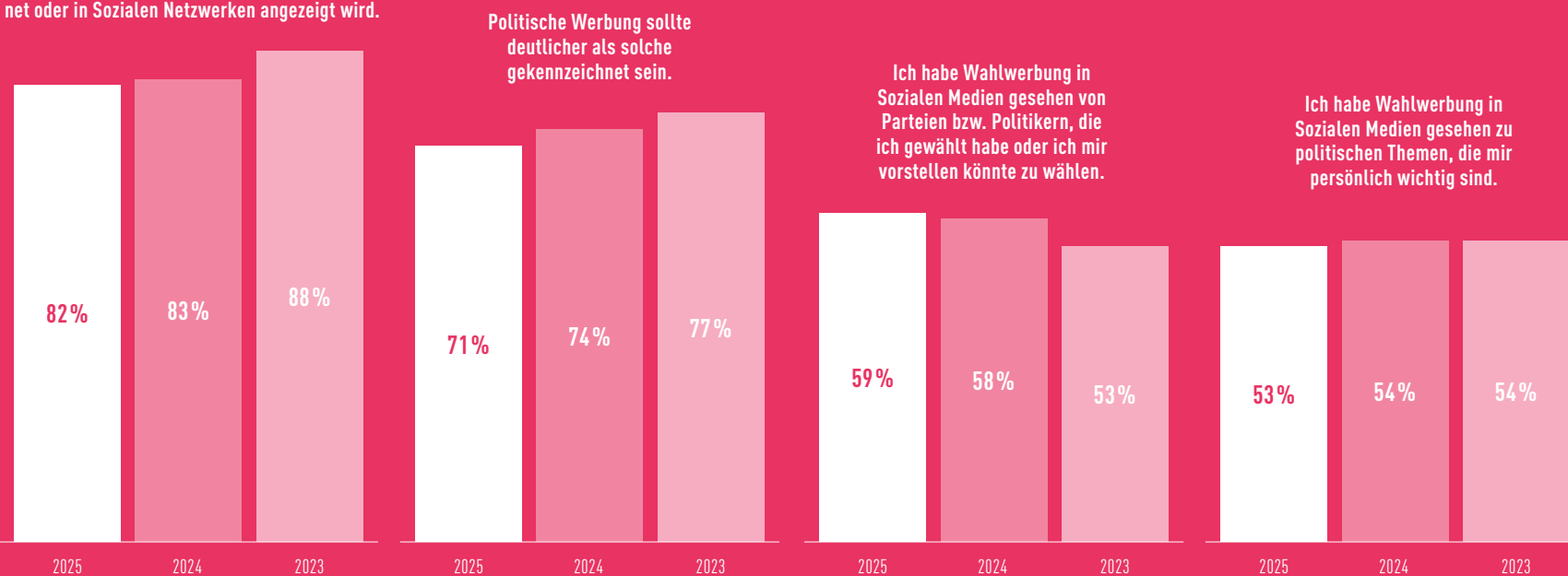
IN DEN MEISTEN AUSSAGEN ZUR WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN STIMMEN DIE BEIDEN GESCHLECHTER WEITGEHEND MITEINANDER ÜBEREIN.

AM GRÖSSTEN IST DIE DIFFERENZ BEI DER ZUSTIMMUNG ZU DEN AUSSAGEN, DASS POLITISCHE WERBUNG DEUTLICHER ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN SOLLTE (DAS WÜNSCHEN FRAUEN HÄUFIGER) UND DASS WAHLWERBUNG IN DEN SOZIALEN MEDIEN VON PARTEIEN/POLITIKERN GESEHEN WURDE, DIE FÜR EINEN WÄHLBAR WÄREN (DAS SAGEN MÄNNER ÖFTER).

Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

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



Männer

Frauen

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



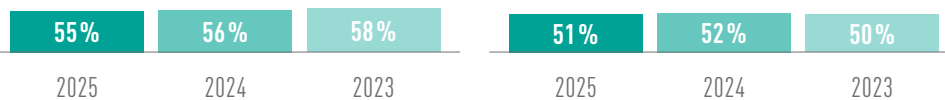
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



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 zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



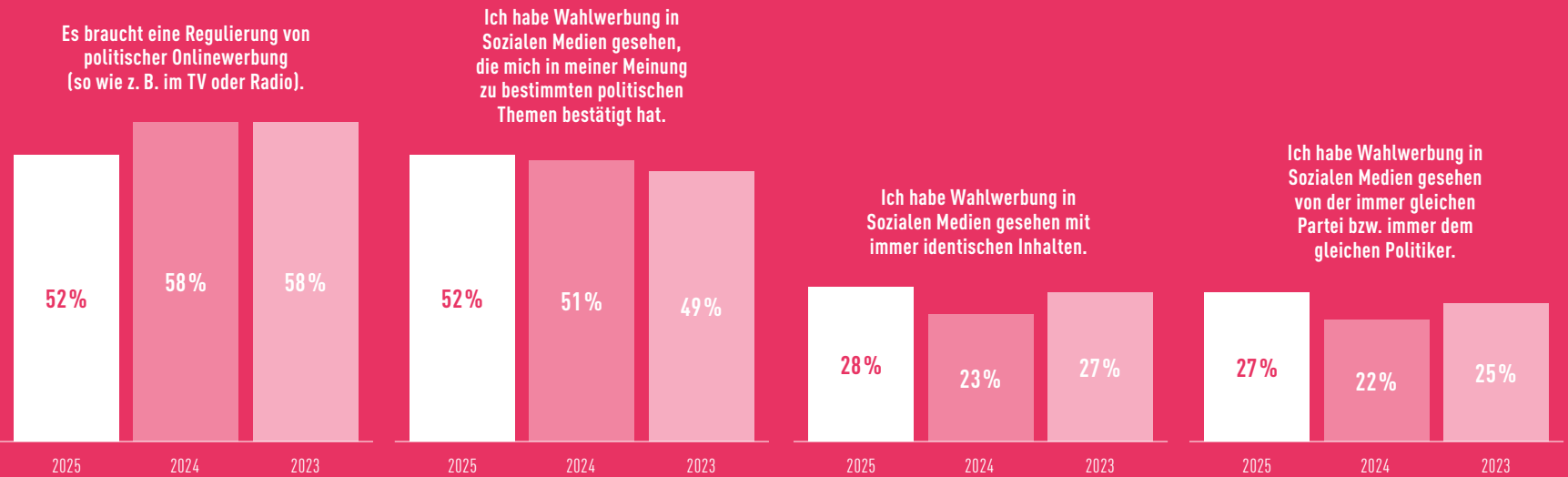
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in Sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

FRAUEN STIMMEN WEITERHIN SELTENER ALS MÄNNER ZU, DASS SIE IN SOZIALEN MEDIEN WAHLWERBUNG GESEHEN HABEN, DIE SIE IN IHRER MEINUNG ZU BESTIMMTEN POLITISCHEN THEMEN BESTÄTIGT HABEN.

MÄNNER FORDERN IM VERGLEICH ZUM VORJAHR SELTENER, DASS ES EINE REGULIERUNG VON POLITISCHER ONLINE-WERBUNG BRAUCHT.

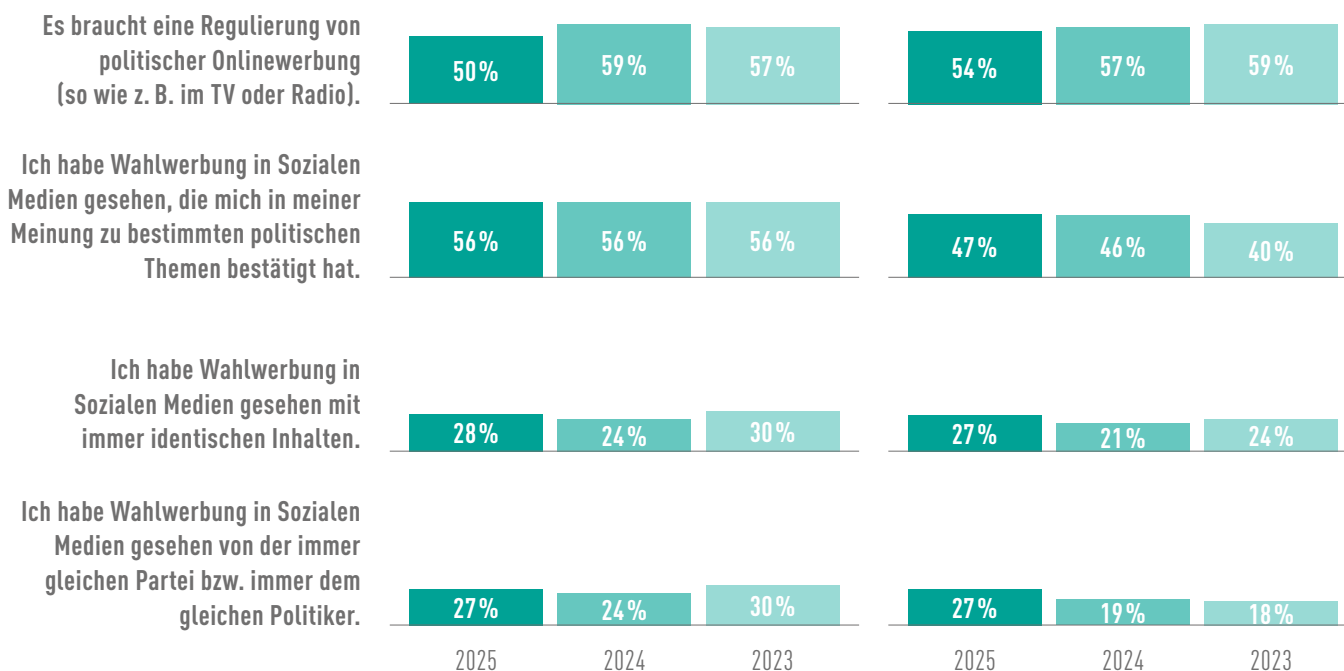
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt



Männer

Frauen



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.“

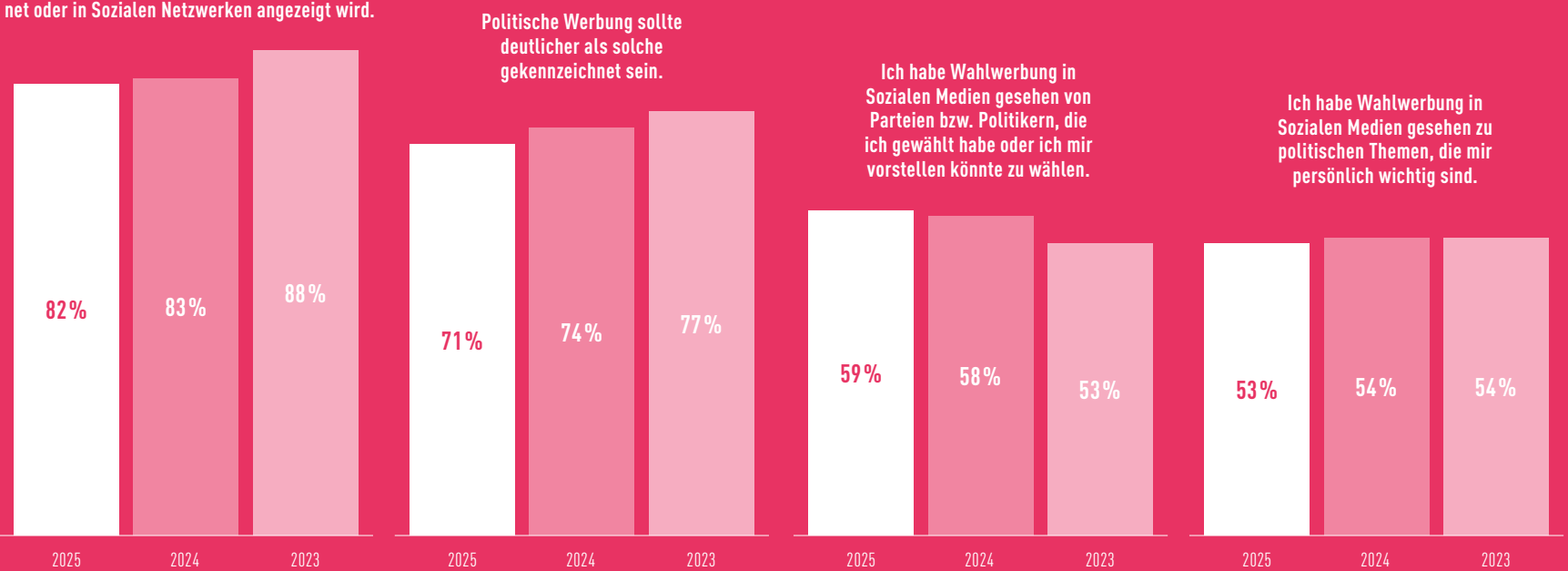
DIESES JAHR SIND ES VOR ALLEM DIE BEFRAGTEN UNTER 25 JAHREN, DIE ANGEBEN, DASS SIE WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN VON PARTEIEN/POLITIKERN GESEHEN HABEN, DIE FÜR SIE WÄHLBAR SIND.

UND AUCH BEI DER WAHRNEHMUNG VON WAHLWERBUNG ZU POLITISCHEN THEMEN, DIE IHNEN PERSÖNLICH WICHTIG SIND, IST DER ZUSTIMMUNGSWERT BEI DEN JÜNGSTEN BEFRAGTEN DIESES JAHR AM HÖCHSTEN IM VERGLEICH ZU DEN BEFRAGTEN AB 25 JAHREN.

Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

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



14- bis 24-Jährige

25- bis 44-Jährige

45- bis 59-Jährige

60 Jahre und älter

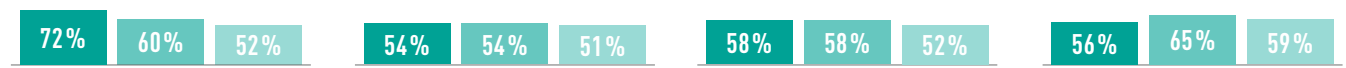
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien politische Wahlwerbung im Internet oder in Sozialen Netzwerken angezeigt wird.



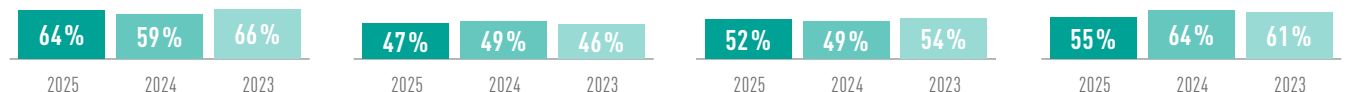
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



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 zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



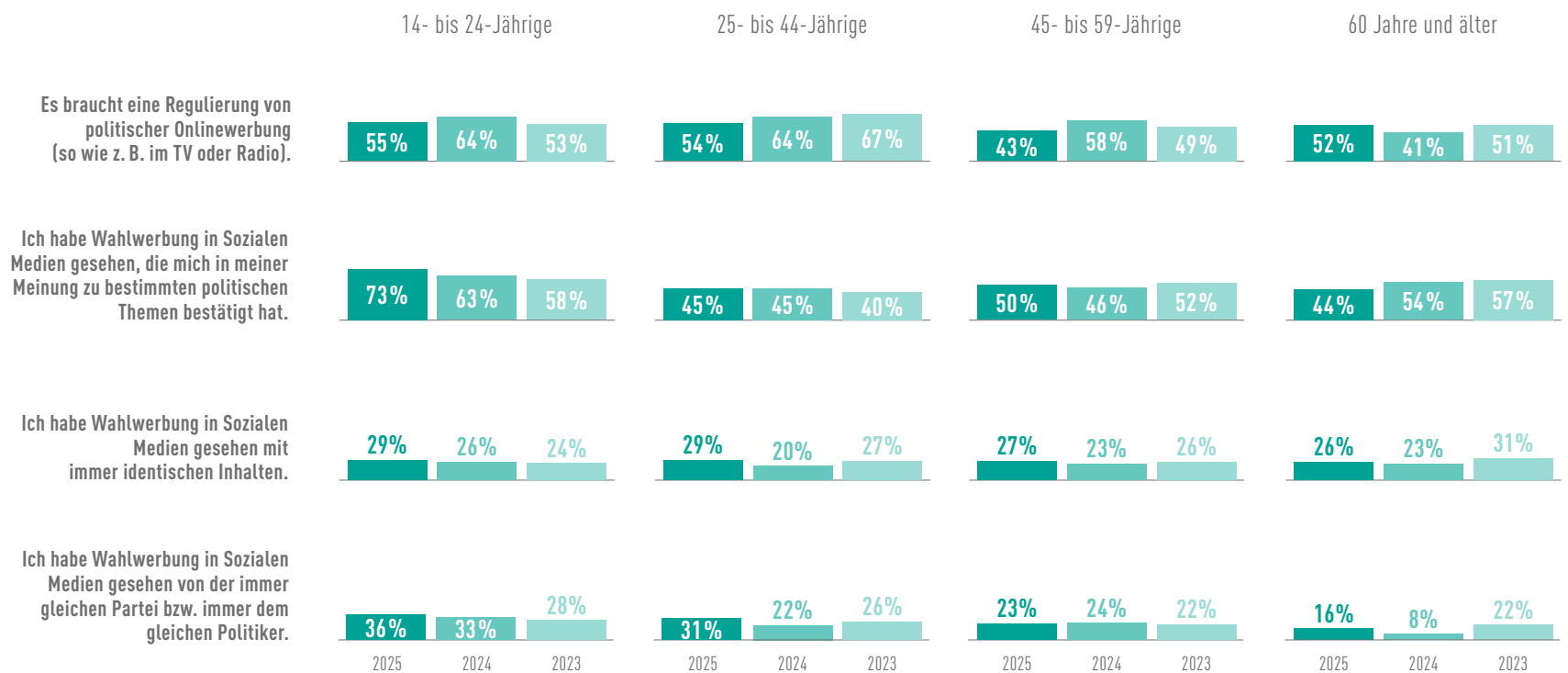
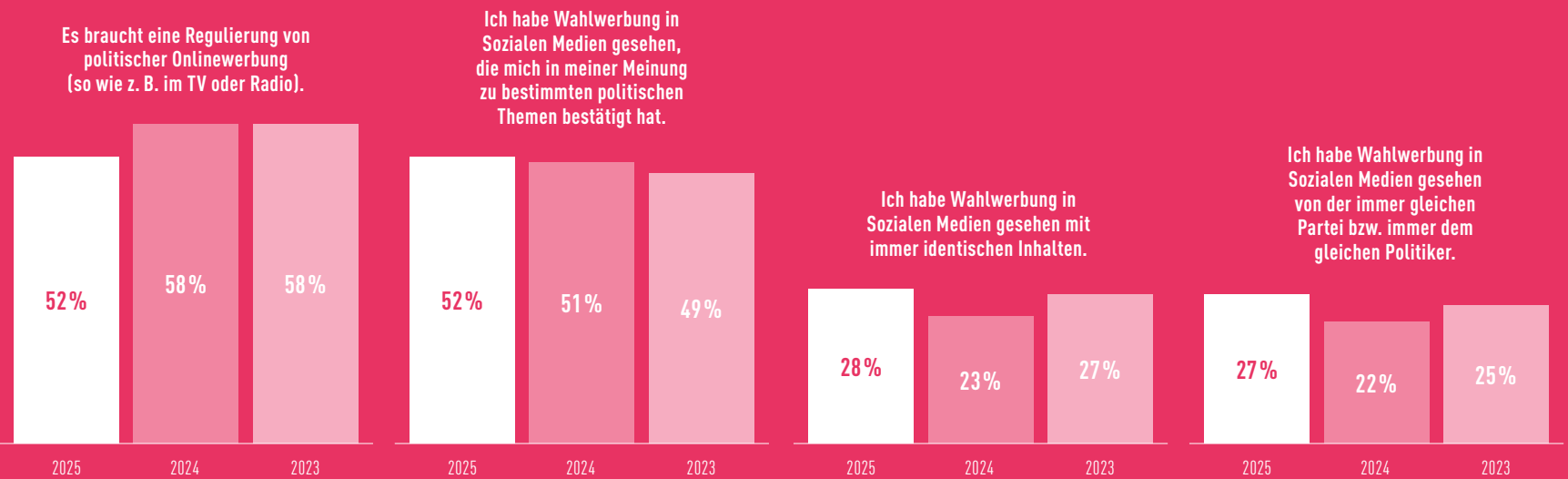
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in Sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

MIT ABSTAND AM HÄUFIGSTEN STIMMEN UNTER 25-JÄHRIGE ZU, DASS SIE WAHLERWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN GESEHEN HABEN, DIE SIE IN IHRER MEINUNG BESTÄTIGT HAT – UND DIESER WERT IST SEIT LETZTEM JAHR AUCH NOCH MAL DEUTLICH GESTIEGEN.

SELTENER ALS IN 2024 HINGEGEN WIRD JETZT VON IHNEN EINE REGULIERUNG VON POLITISCHER ONLINEWERBUNG GEWÜNSCHT/GEFORDERT. EIN RÜCKGANG, DEN MAN GENERELL BEI ALLEN ALTERSGRUPPEN UNTER 60 JAHREN FESTSTELLEN KANN.

Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

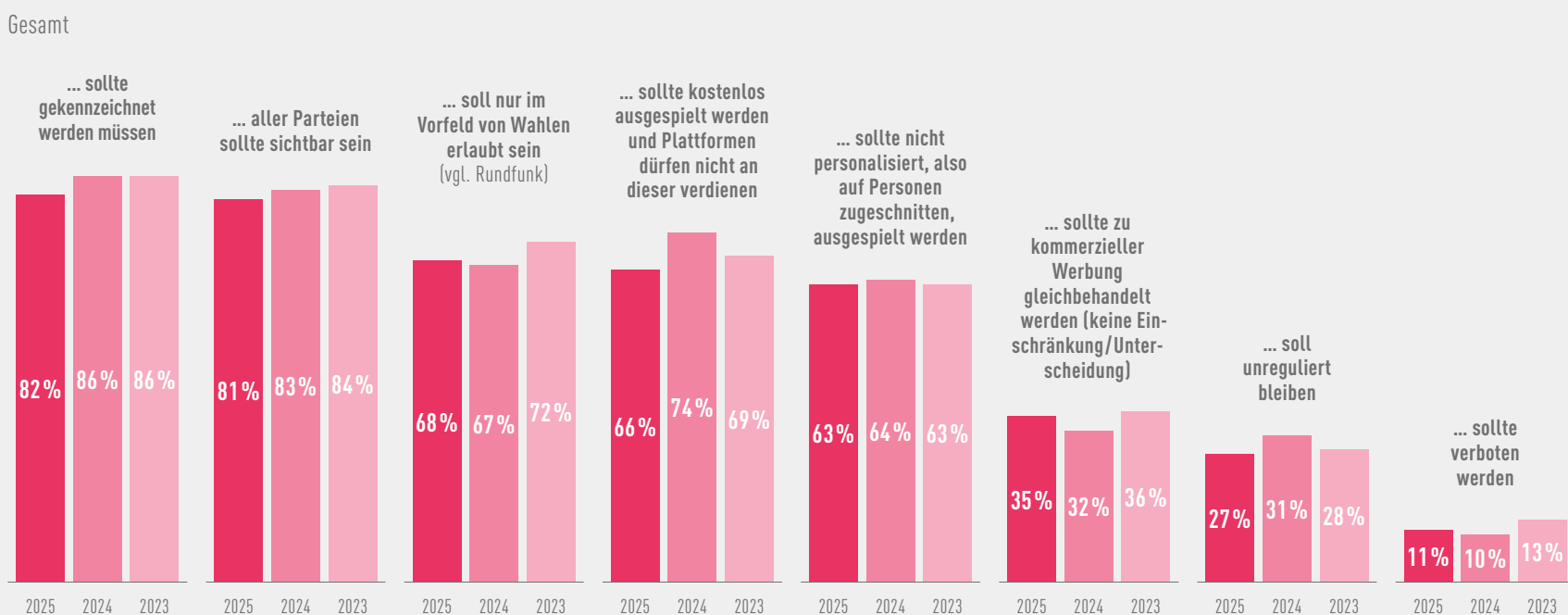


Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in Sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

EINE GROSSE MEHRHEIT STIMMT ZU, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET VON ALLEN PARTEIEN SICHTBAR SEIN UND ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN MUSS.

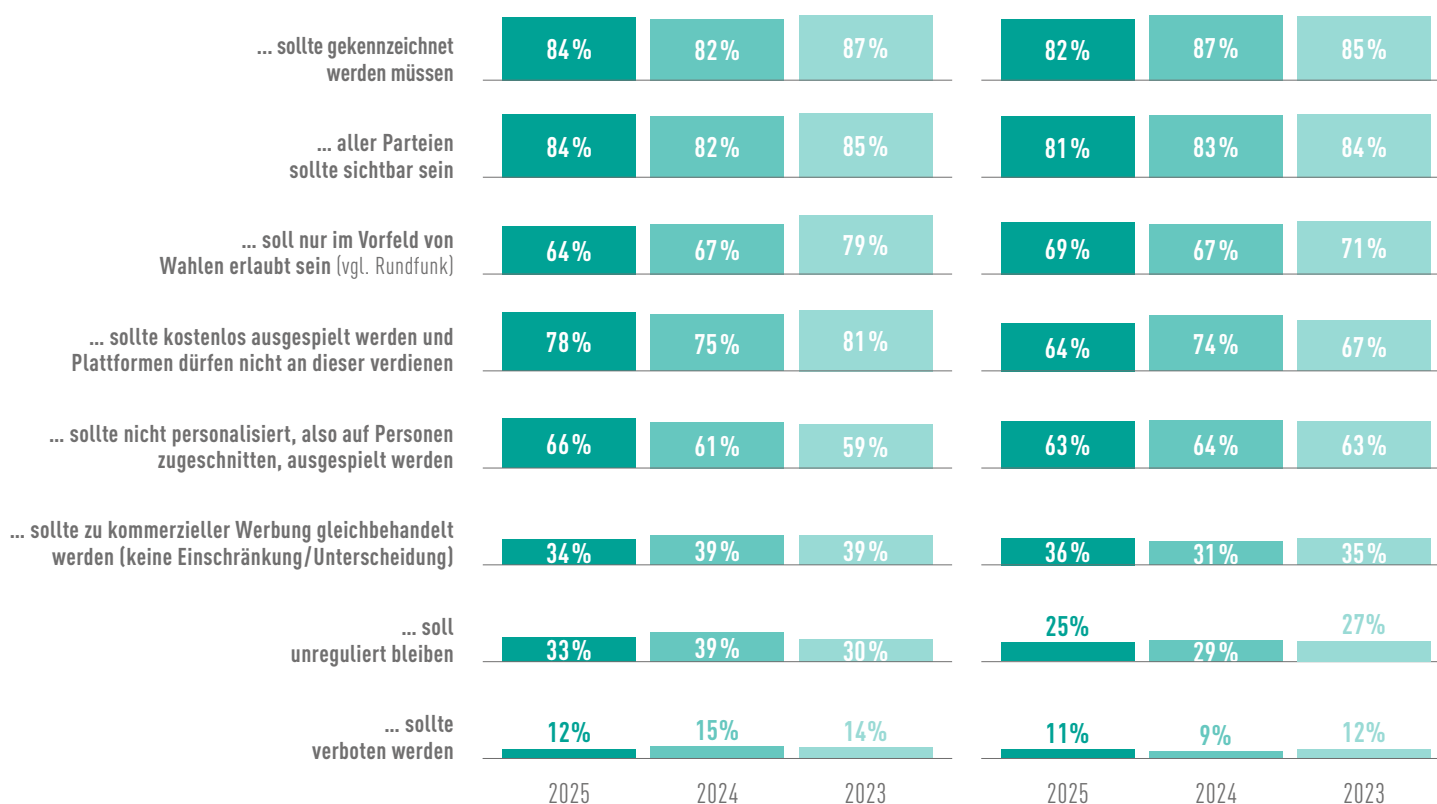
SELTENER ALS IM VORJAHR SIND DIE BEFRAGTEN DER ANSICHT, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET KOSTENLOS AUSGESPIELT WERDEN SOLLTE – DIESER MEINUNG SIND (DIESES JAHR) BEFRAGTE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN DEUTLICH HÄUFIGER ALS BEFRAGTE IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN.

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



Ost

West

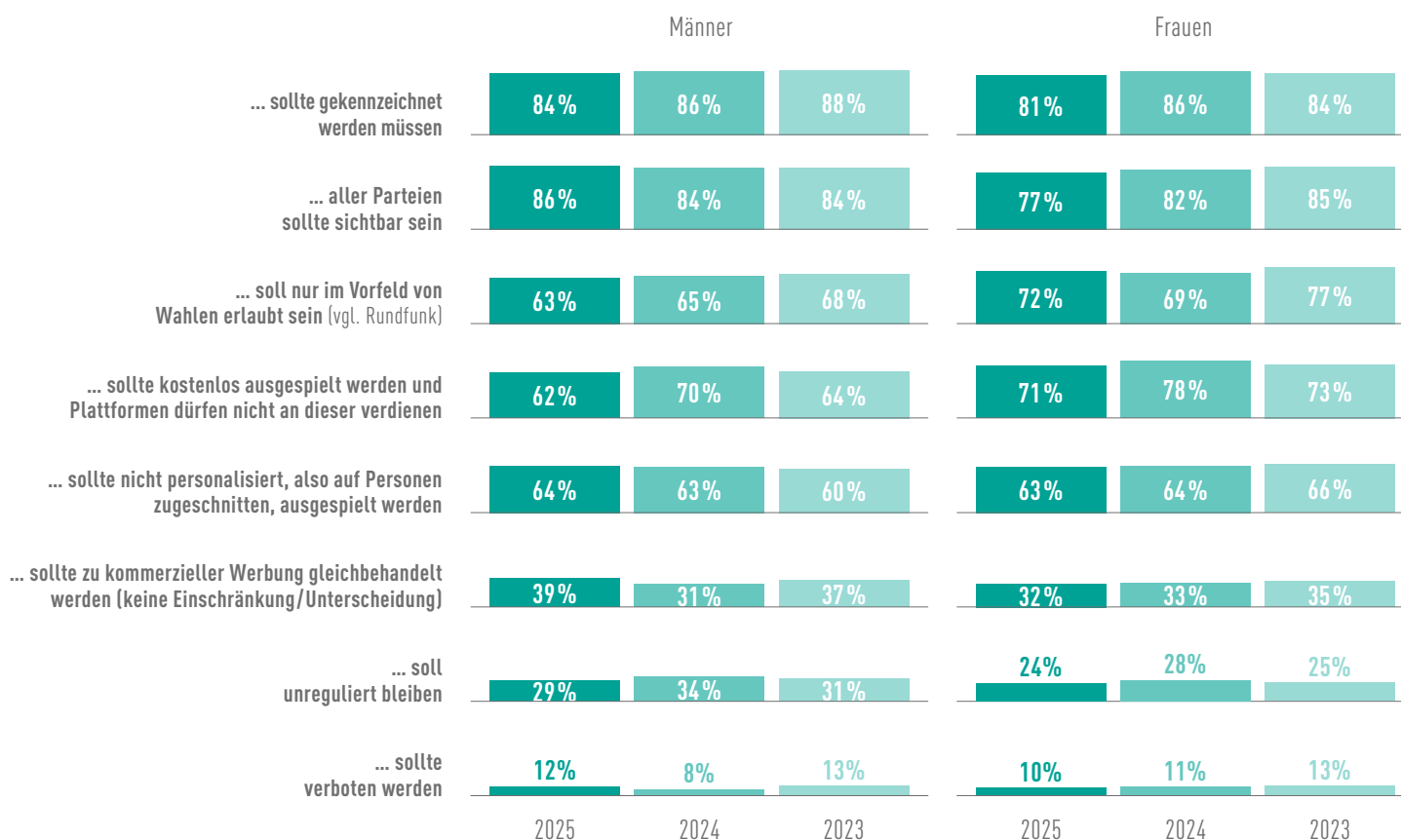
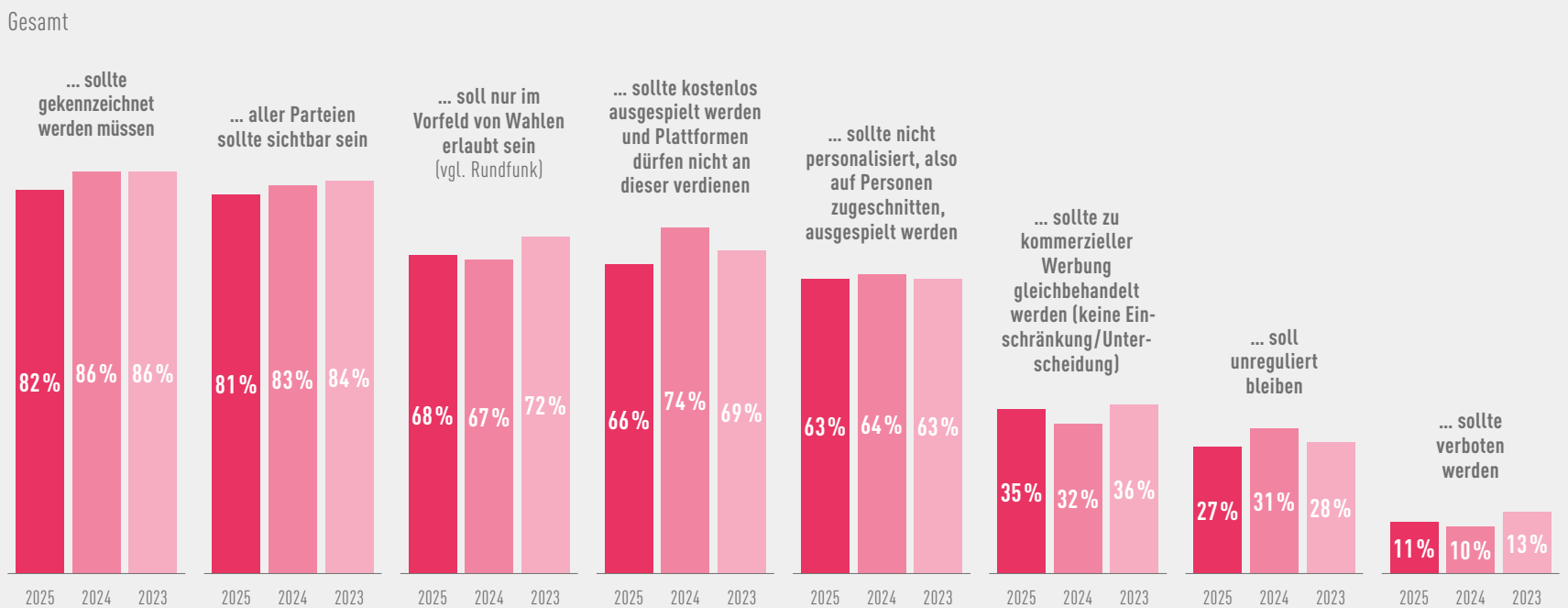


Frage 7: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung nach verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

BEIM GESCHLECHTERVERGLEICH LIEGEN AUCH IN DIESEM JAHR BEI DEN FRAUEN BESONDERS DIE ANTEILE HÖHER, DIE EINE KOSTENLOSE AUSSPIELUNG POLITISCHER WERBUNG SOWIE DIE EINSCHRÄNKUNG WOLLEN, DASS WERBUNG NUR VOR WAHLEN ERLAUBT SEIN SOLLTE.

MÄNNER HINGEGEN FORDERN HÄUFIGER „SICHTBARKEIT“ ALLER PARTEIEN BEI POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET.

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

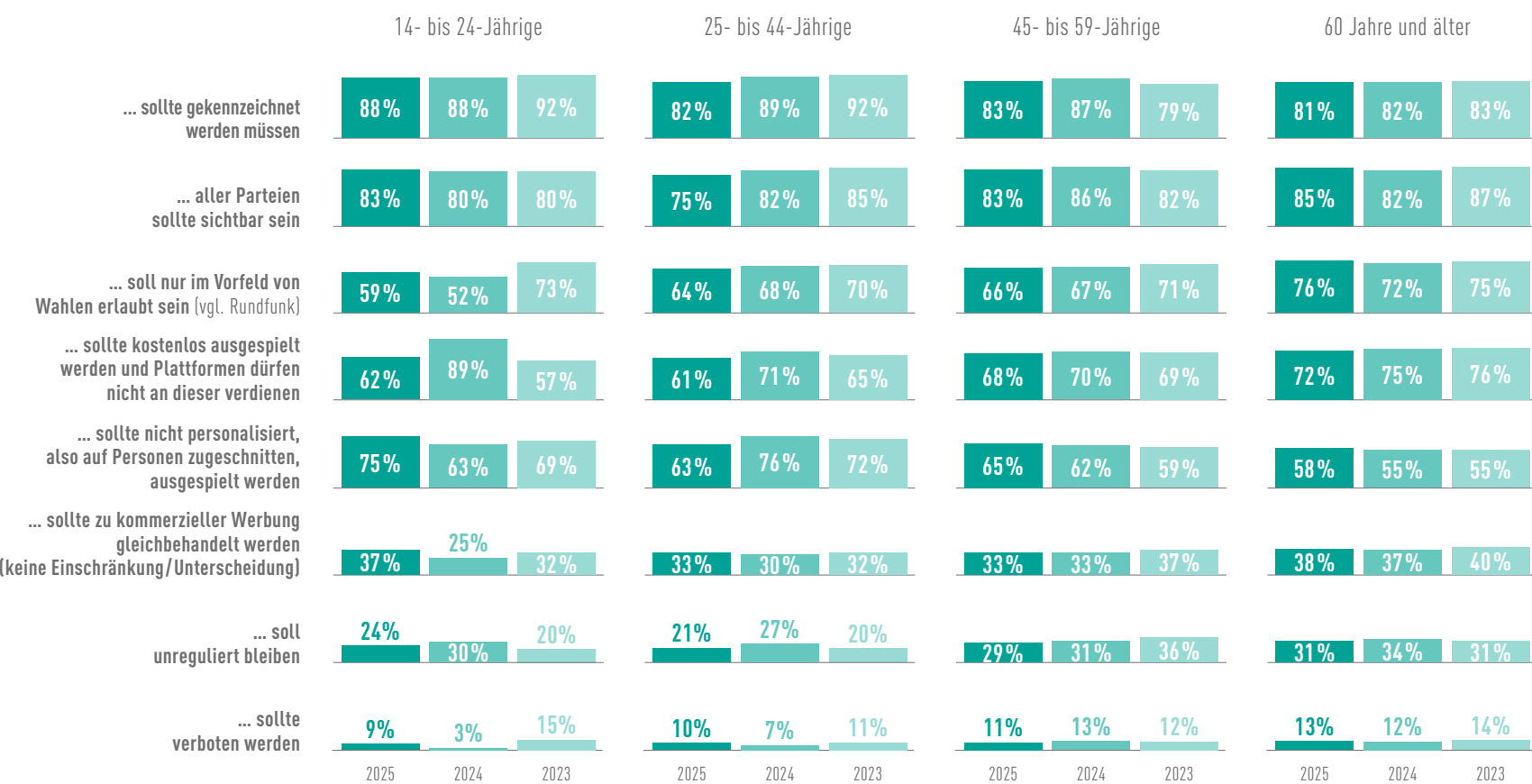
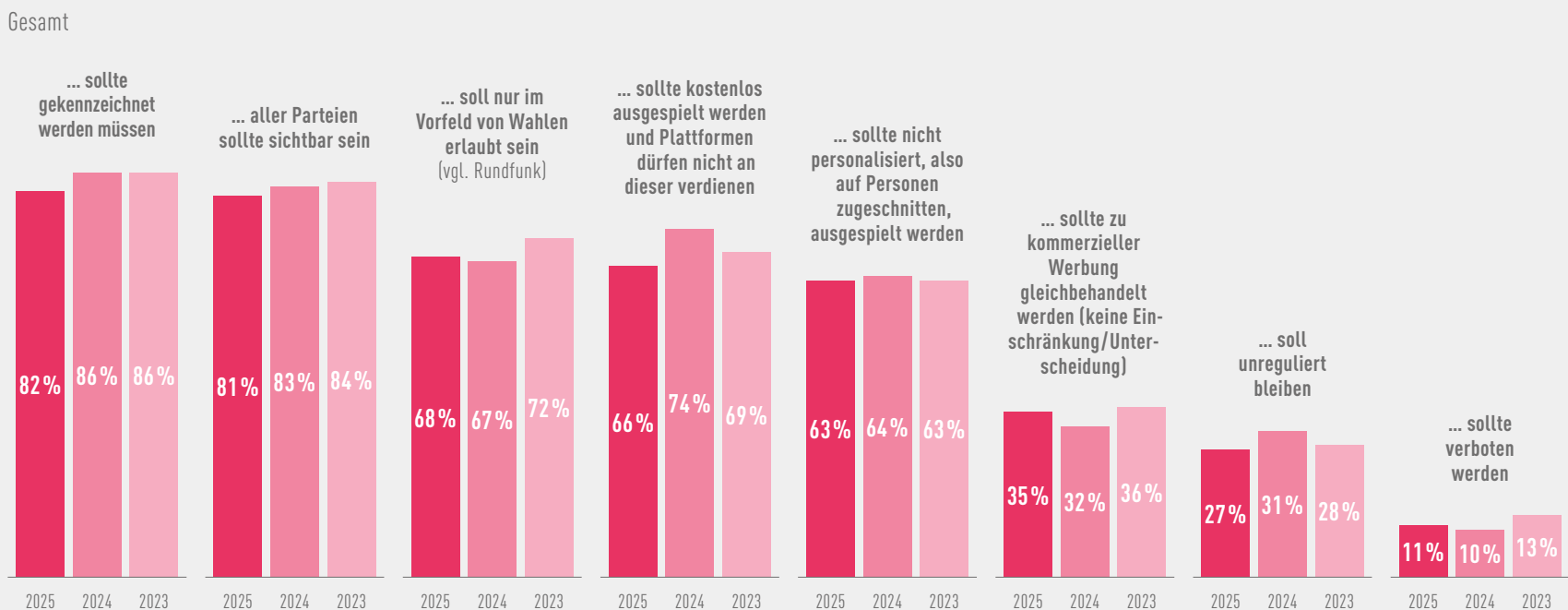


Frage 7: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung nach verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

BESONDERS AUFFÄLLIG BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN: DIESES JAHR STIMMEN SIE DEUTLICH SELTENER ZU, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET KOSTENLOS AUSGESPIELT WERDEN SOLL.

IM LETZTEN JAHR WAR DAS IHRE HÄUFIGSTE FORDERUNG. DIESES JAHR FORDERN SIE HINGEGEN HÄUFIGER (UND MEHR ALS DIE ANDEREN ALTERSGRUPPEN), DASS DIE WERBUNG NICHT PERSONALISIERT WERDEN SOLLTE.

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



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

03

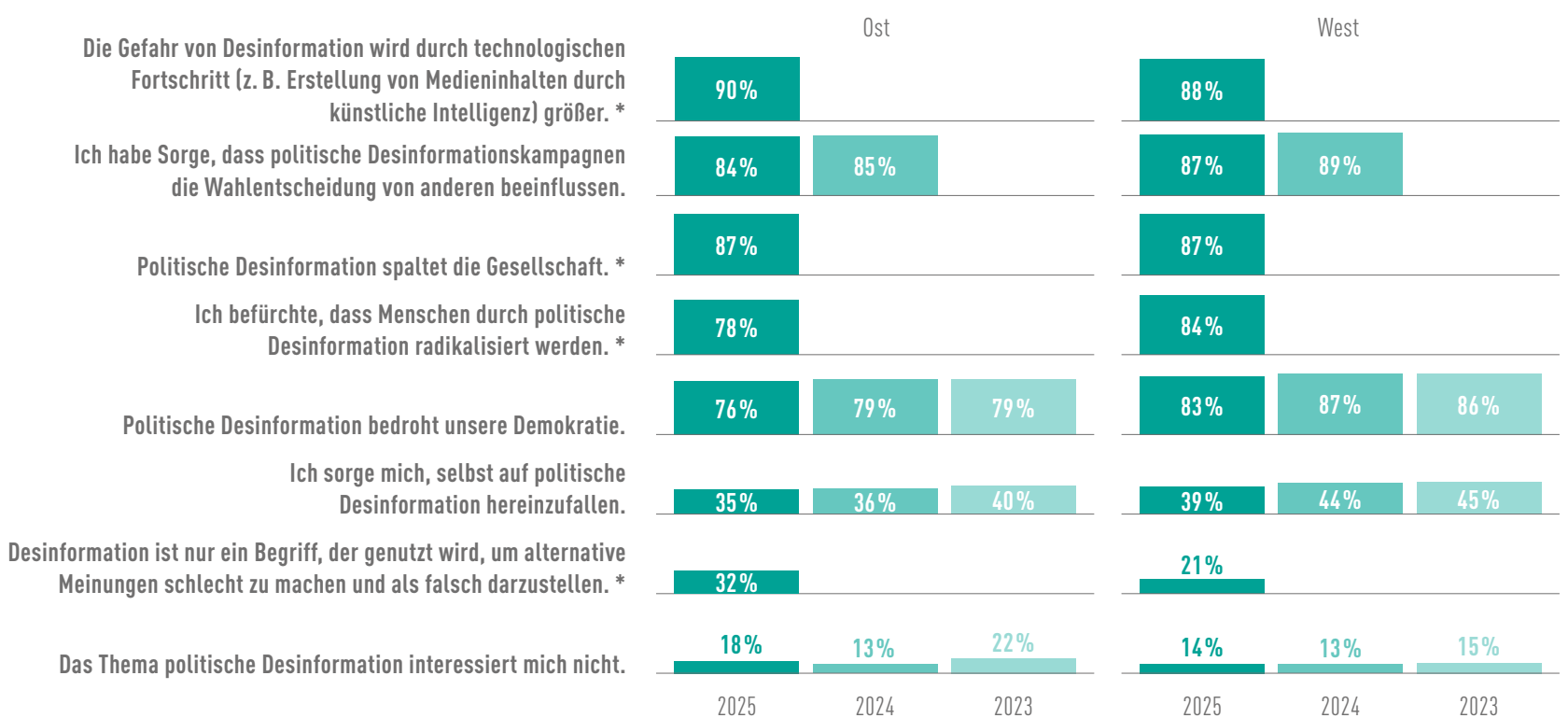
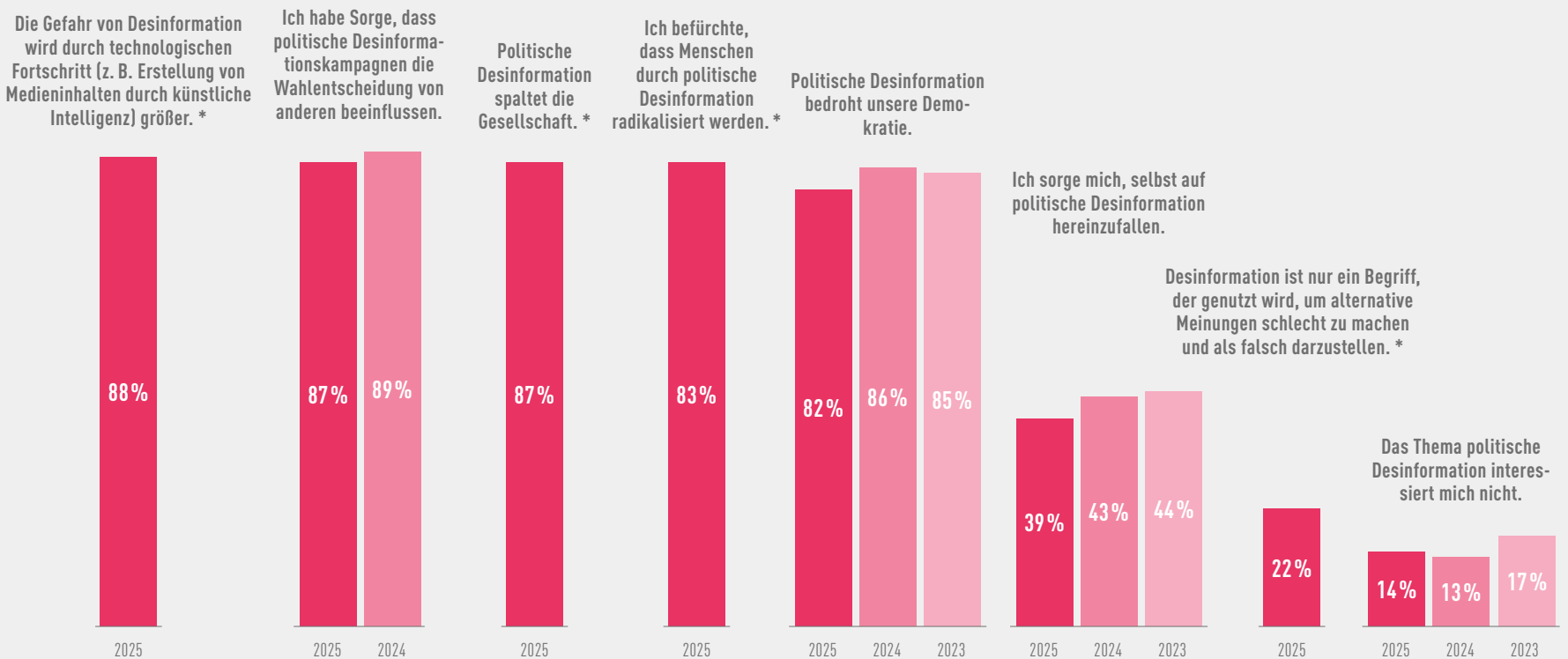
EINSTELLUNGEN ZU DESINFORMATION

DIE ERSTMALIG ABGEFRAGTE EINSCHÄTZUNG, OB DIE GEFAHR VON DESINFORMATION DURCH TECHNOLOGISCHEN FORTSCHRITT GRÖßER WIRD, TRIFFT AUF GROSSE ZUSTIMMUNG.

AUCH DEN ERSTMALIG ABGEFRAGTEN AUSSAGEN, DASS POLITISCHE DESINFORMATION DIE GESELLSCHAFT SPALTET UND MENSCHEN RADIKALISIERT, WIRD VON EINER MEHRHEIT BEFÜRCHTET.

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

Gesamt



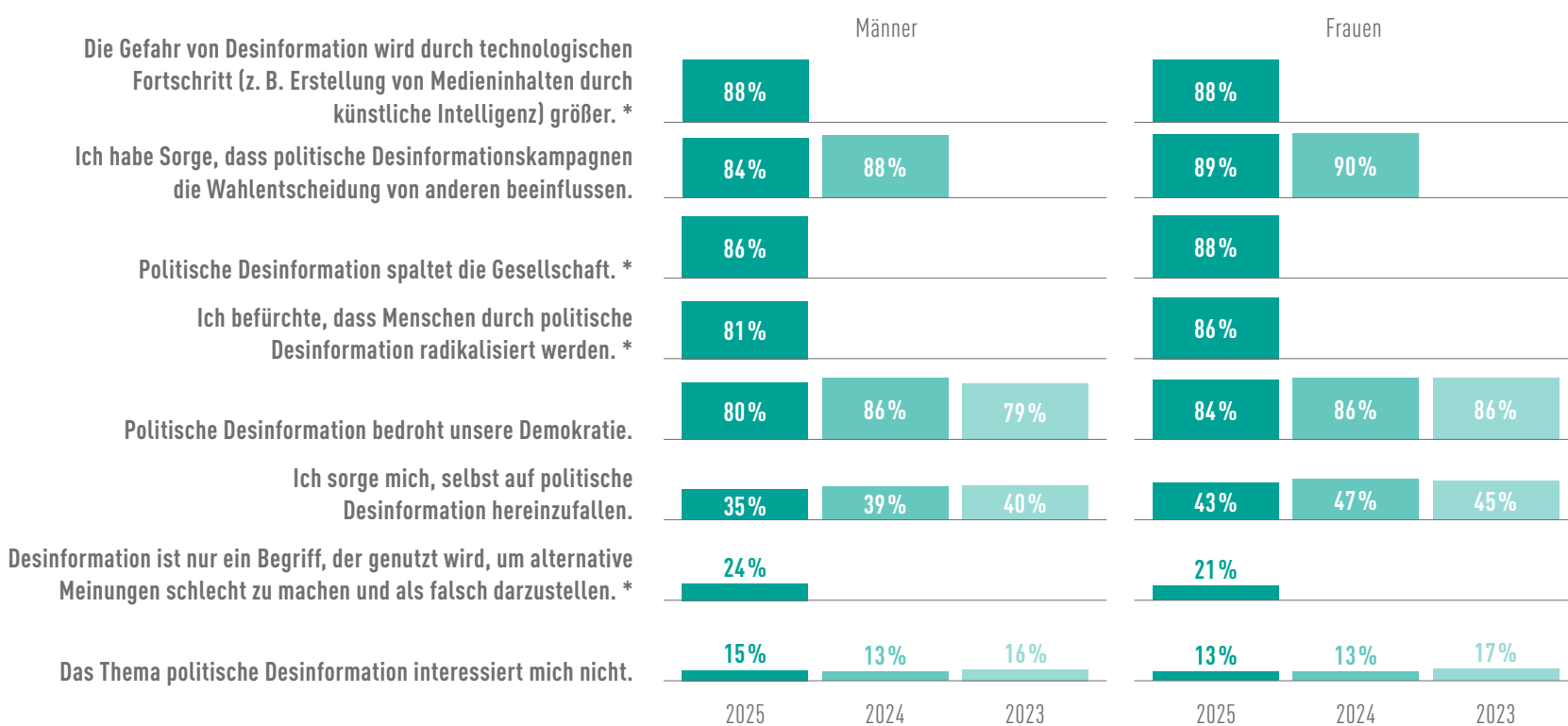
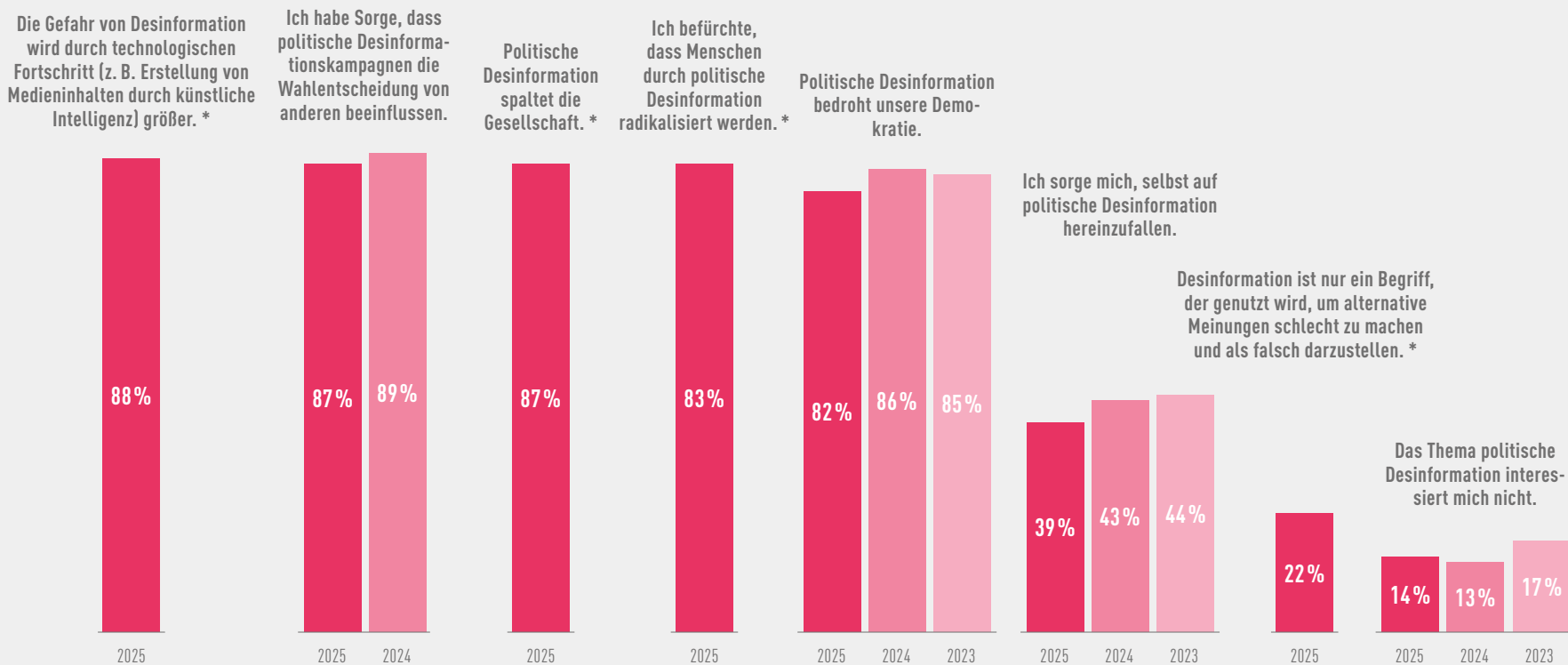
Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

BEI DEN AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET GIBT ES NUR GERINGFÜGIGE UNTERSCHIEDE BEI DER ZUSTIMMUNG ZWISCHEN DEN GESCHLECHTERN.

ZU BEOBACHTEN IST ALLERDINGS, DASS MÄNNER SICH SELTENER, SORGEN SELBER AUF POLITISCHE DESINFORMATION HEREINZUFALLEN IM VERGLEICH ZU FRAUEN.

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

Gesamt



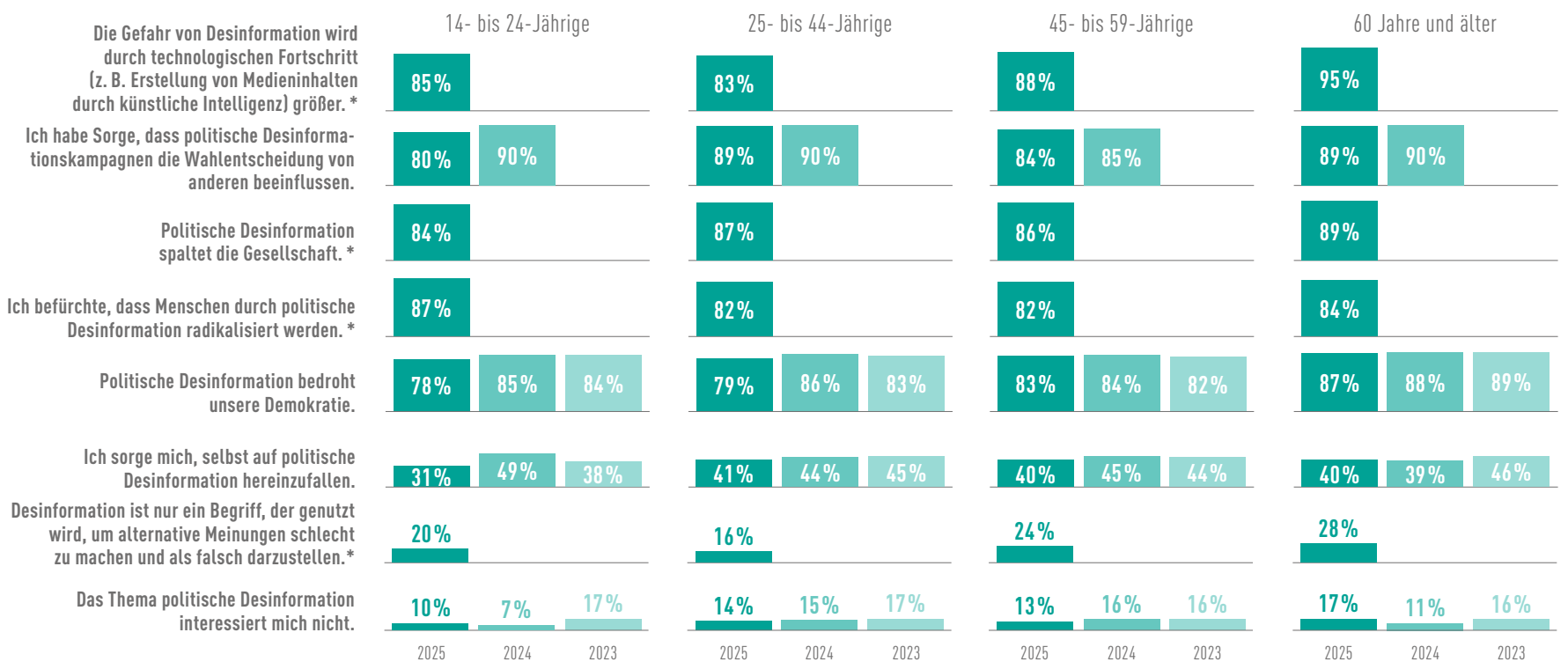
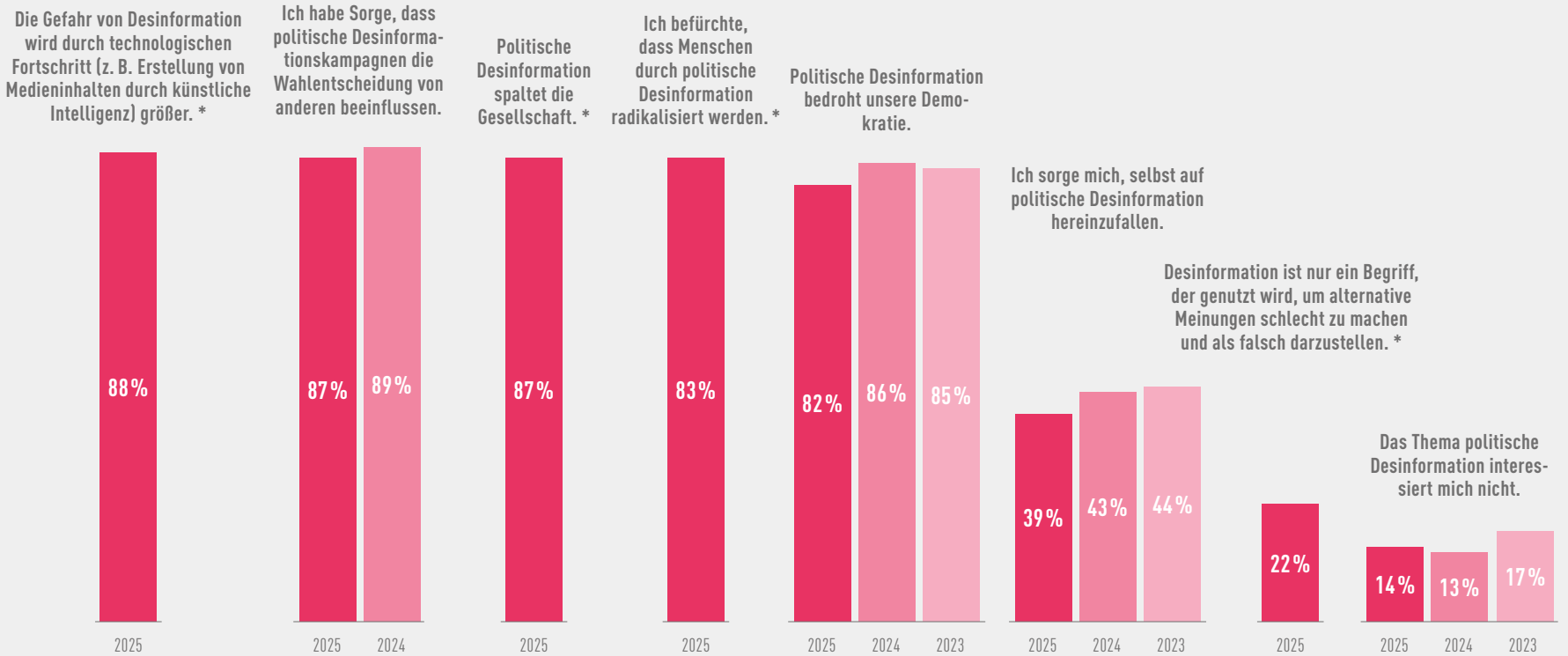
Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

VOR ALLEM BEFRAGTE AB 60 JAHREN SEHEN DIE GEFAHR VON DESINFORMATION DURCH TECHNOLOGISCHEN FORTSCHRITT.

BEI DER SORGE, SELBST AUF POLITISCHE DESINFORMATION HEREINZUFALLEN ZEIGTEN SICH DIE UNTER 25-JÄHRIGEN LETZTES JAHR HÄUFIGER ALS DIE ÄLTEREN BESORGT – DIESE BEFÜRCHTUNG ÄUSSERN SIE DIESES JAHR DEUTLICH SELTENER.

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

Gesamt

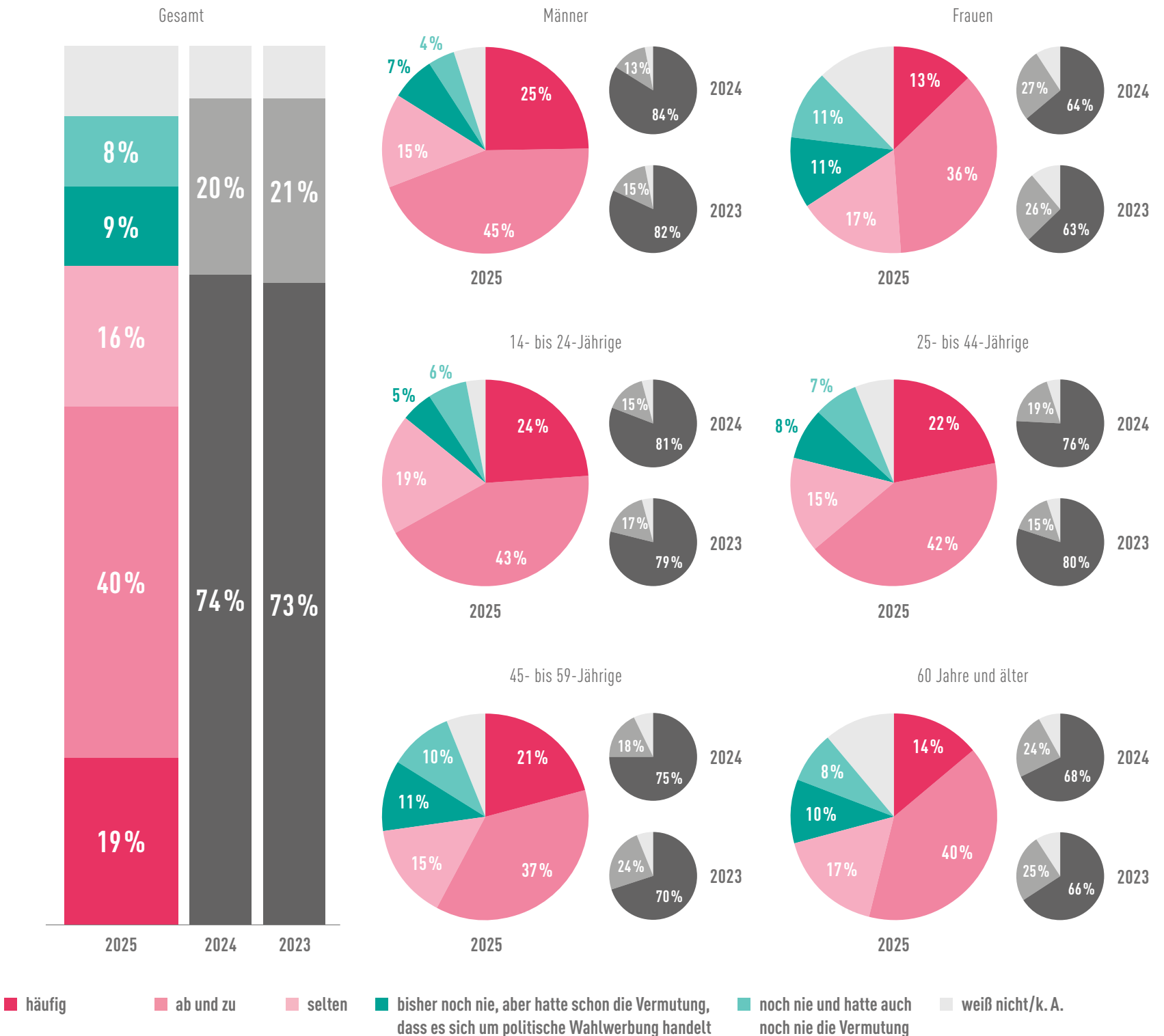


Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

ALLGEMEIN GEBEN MEHR BEFRAGTE ALS IM VORJAHR AN, POLITISCH MOTIVIERTE DESINFORMATION WAHNGENOMMEN ZU HABEN.

BEI DER BEFRAGTENGROPPE UNTER 25 JAHRE IST DER ANTEIL, DENEN POLITISCHE DESINFORMATION „HÄUFIG“ AUFGEFALLEN IST, DEUTLICH HÖHER ALS IM LETZTEN JAHR.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen



Für 2024 und 2023

- schonmal gesehen
- noch nie gesehen
- weiß nicht/k. A.

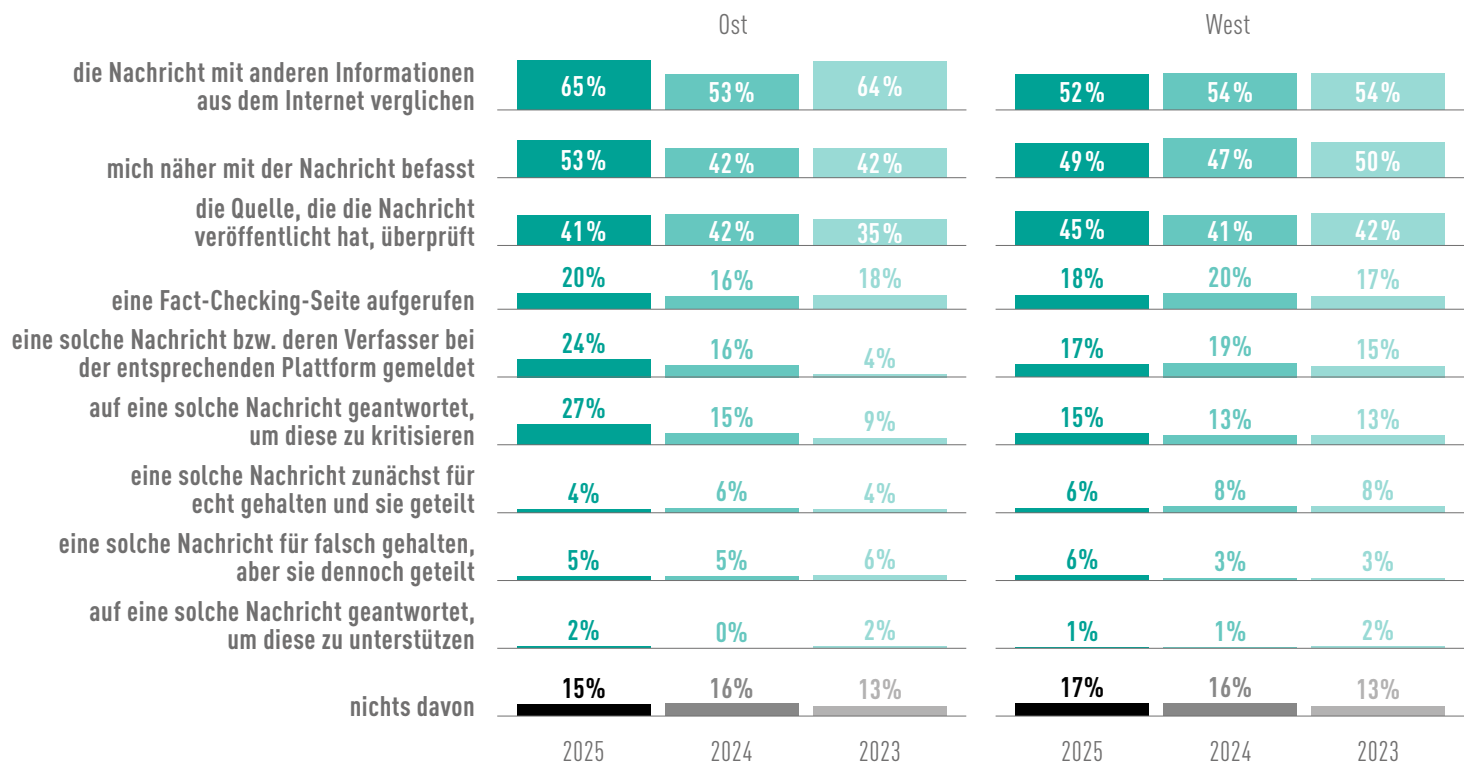
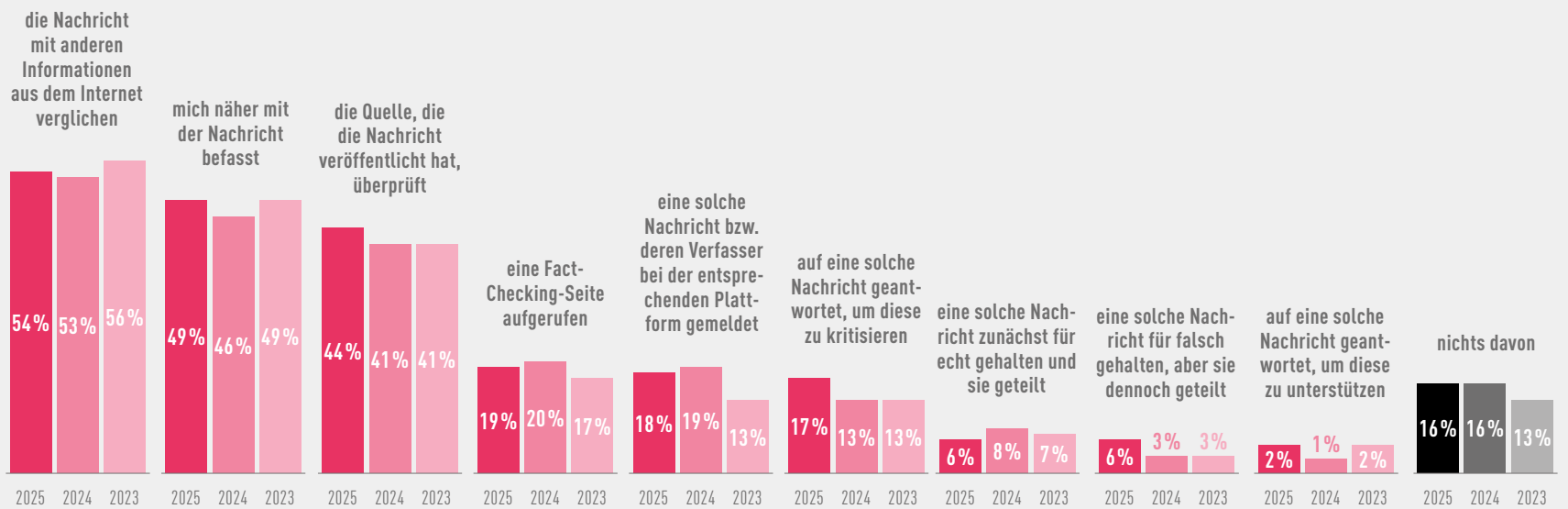
Frage 9: „Wie häufig sind Ihnen persönlich schon politisch motivierte Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet aufgefallen – z. B. auf Webseiten, in Blogs, in Sozialen Netzwerken, Messengern oder in Internetforen?“

BEI DER FRAGE NACH REAKTIONEN AUF POLITISCHE DESINFORMATIONEN GIBT ES KAUM VERÄNDERUNGEN ZUM VORJAHR.

GESTIEGEN SIND DIE WERTE VOR ALLEM BEI BEFRAGTEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN, DIE NACHRICHTEN MIT ANDEREN INFORMATIONEN AUS DEM INTERNET VERGLEICHEN, NACHRICHTEN MELDEN UND DESINFORMATIONEN AKTIV KRITISIEREN.

Es haben schon einmal:

Gesamt



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

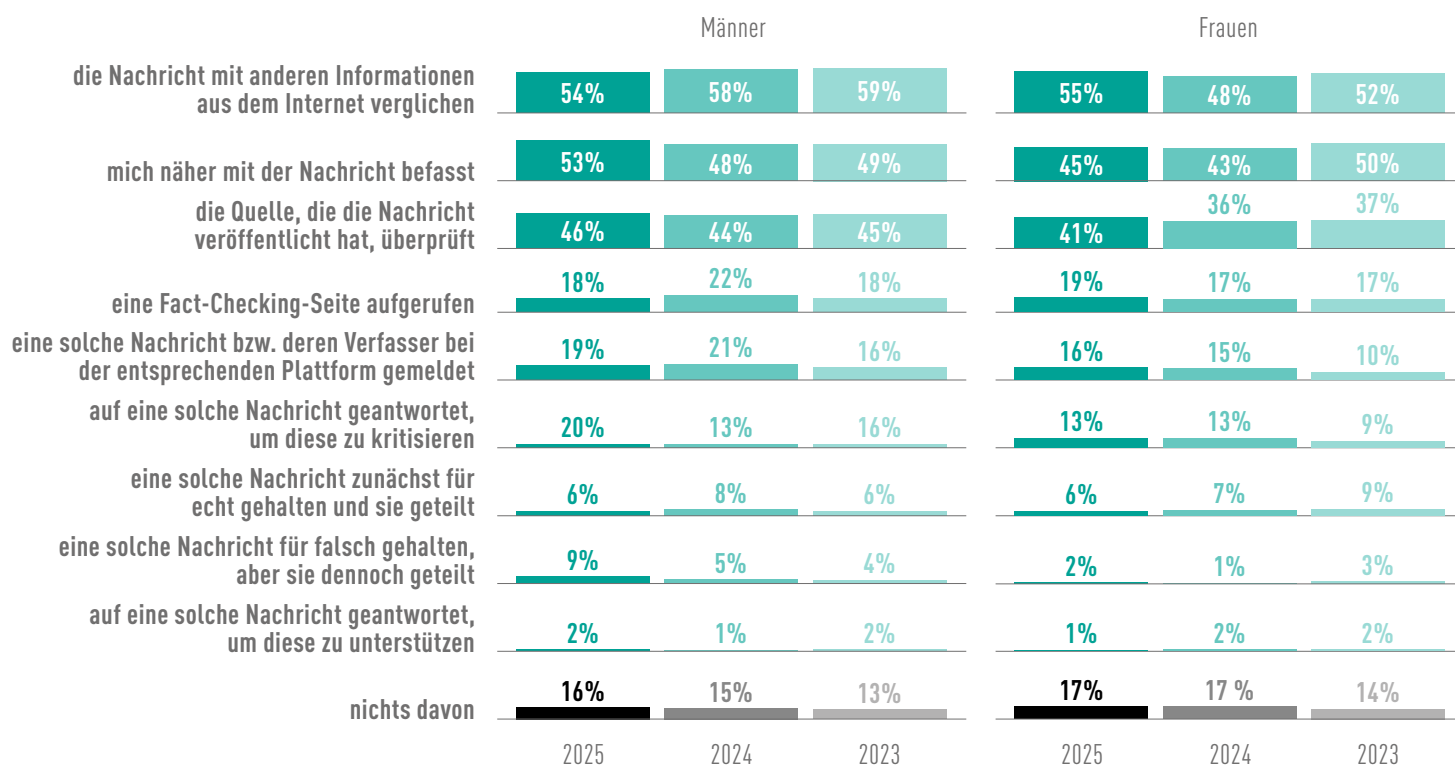
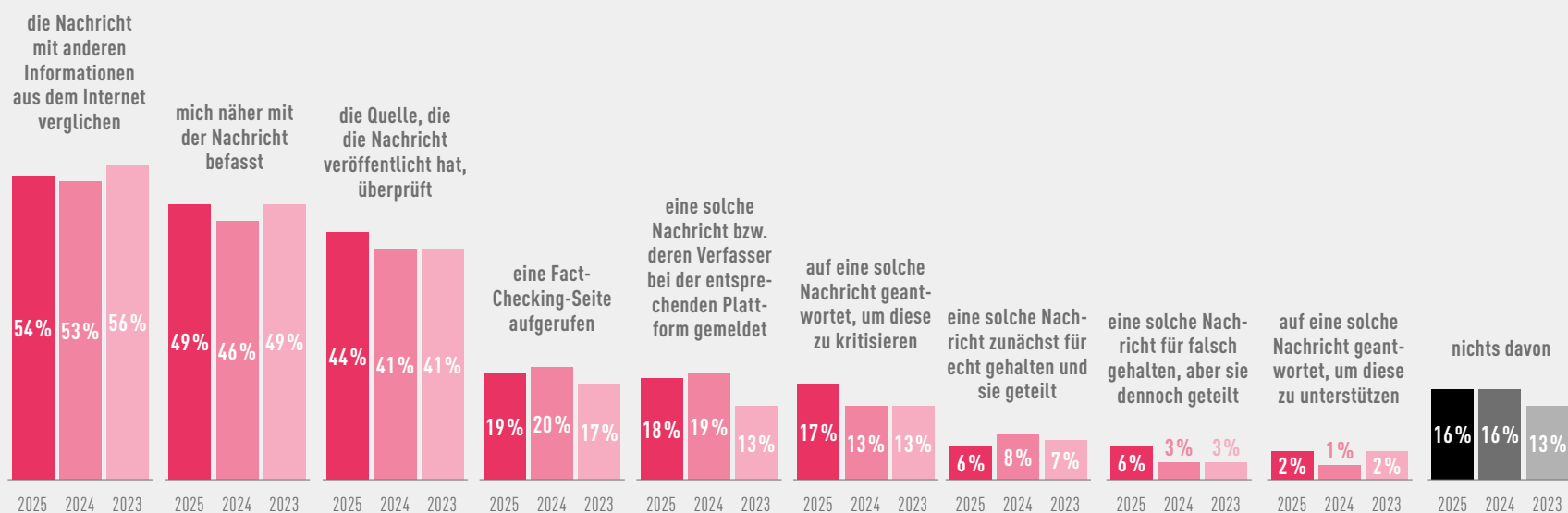
* Mehrfachnennungen möglich
Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2025: 759 Befragte / 2024: 742 Befragte 38

IM VERGLEICH ZU DEN ERGEBNISSEN AUS DEM LETZTEN JAHR, GEBEN MÄNNER HÄUFIGER AN, KRITISCH AUF INHALTE ZU REAGIEREN.

AUCH WERDEN MEHR NACHRICHTEN MIT ANDEREN QUELLEN VERGlichen UND DIESE AUF IHRE RICHTIGKEIT HIN ÜBERPRÜFT. HIER HABEN SICH IN DIESEM JAHR BEIDE GESCHLECHTER IM HINBLICK AUF DIE WERTE EINANDER ANGENÄHERT.

Es haben schon einmal:

Gesamt



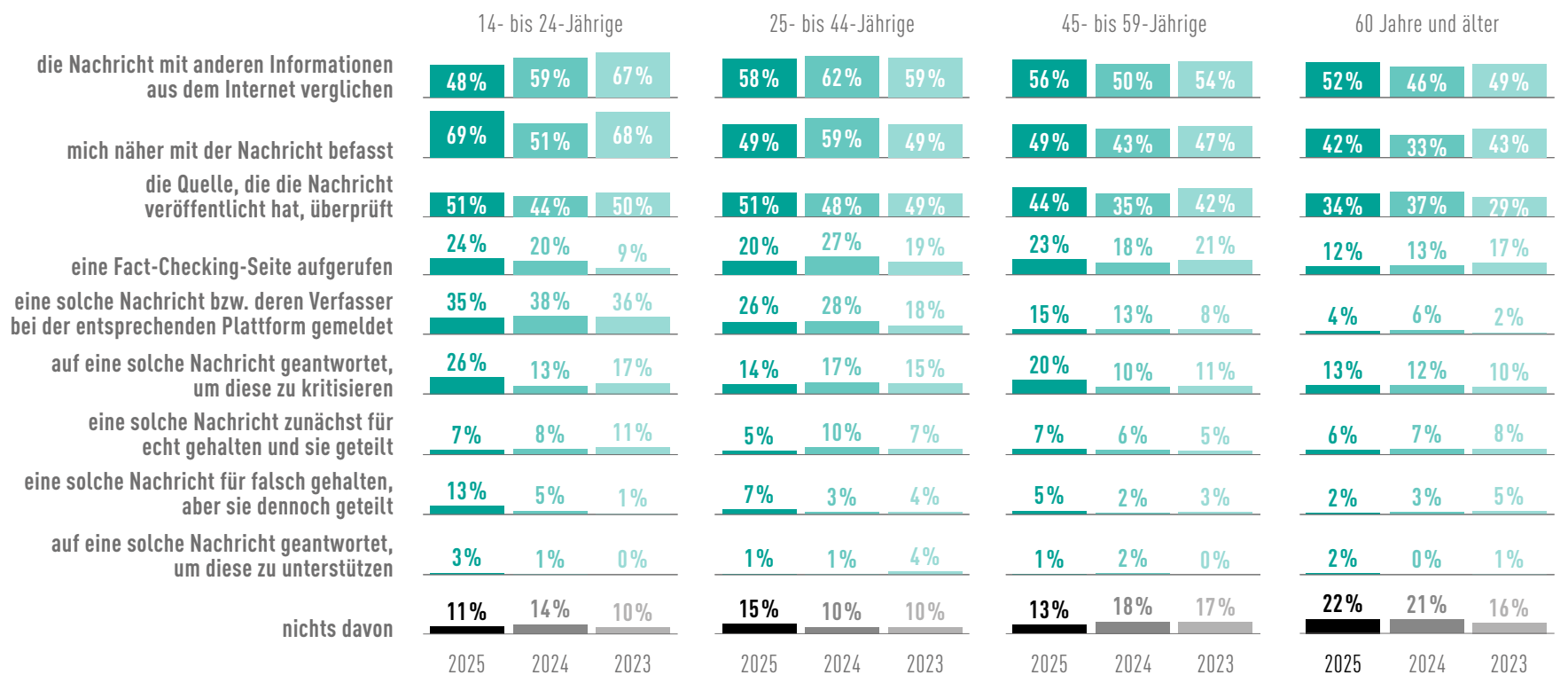
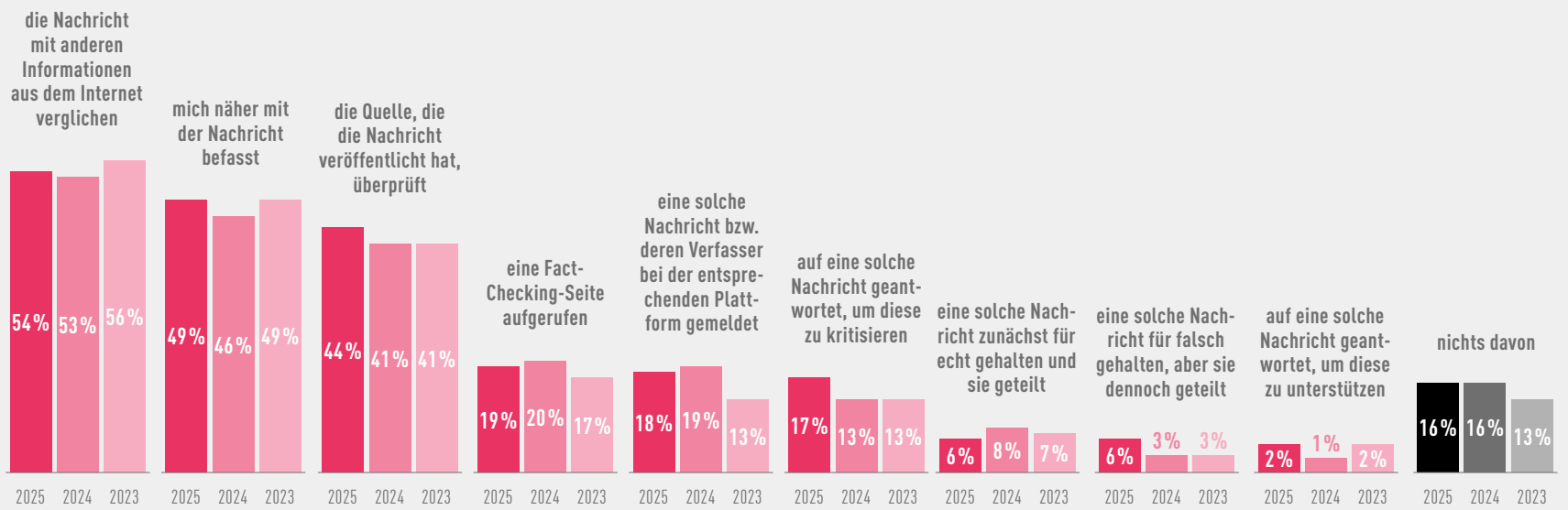
Frage 10: „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, schon einmal getan haben.“

* Mehrfachnennungen möglich
 Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2025: 759 / 2024: 742 Befragte 39

ERHEBLICH HÄUFIGER ALS ANDERE ALTERSGRUPPEN GEBEN UNTER 25-JÄHRIGE AN, SICH SCHON NÄHER MIT DESINFORMATION, DIE SIE GESEHEN HABEN, BEFASST – UND AUCH MAL KRITISIERT – ZU HABEN.

Es haben schon einmal:

Gesamt

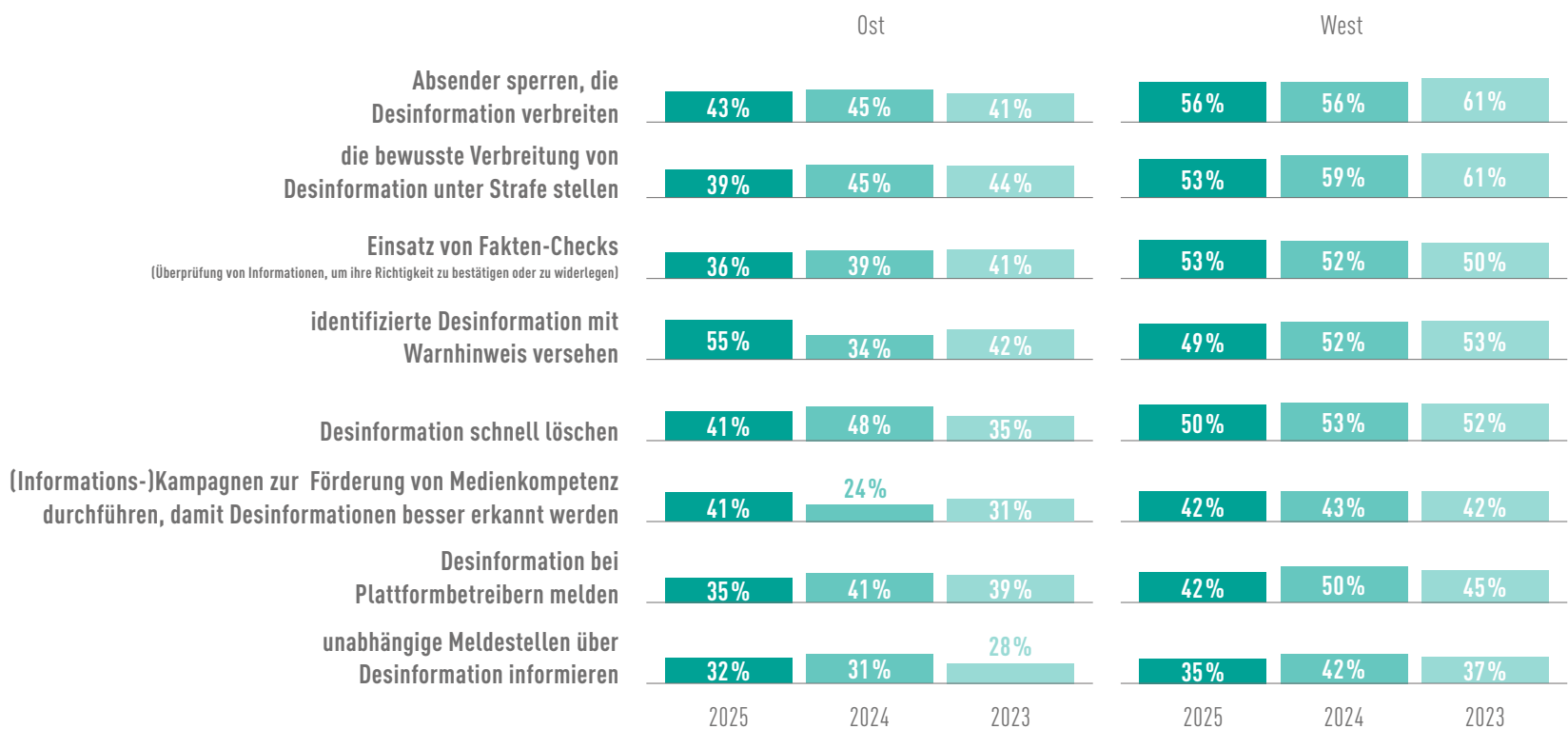
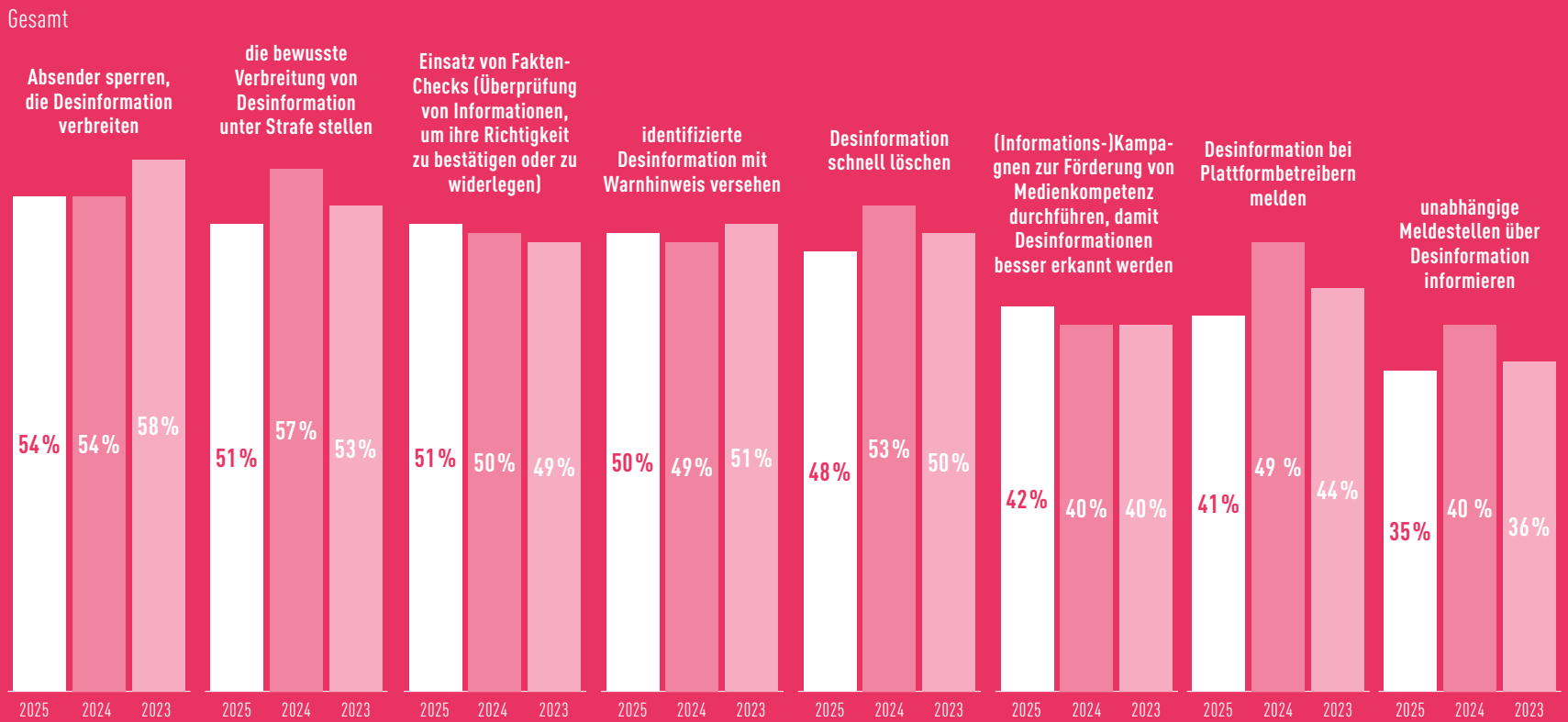


Frage 10: „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, schon einmal getan haben.“

IM VERGLEICH ZUM VORJAHR IST DAS VERTRAUEN IN PLATTFORMBETREIBER ALS BEKÄMPFER VON DESINFORMATION DEUTLICH GESUNKEN.

IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN ZEICHNET SICH EINE KRITISCHERE HALTUNG GEGENÜBER MÖGLICHEN STRATEGIEN GEGEN DESINFORMATION AB.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:



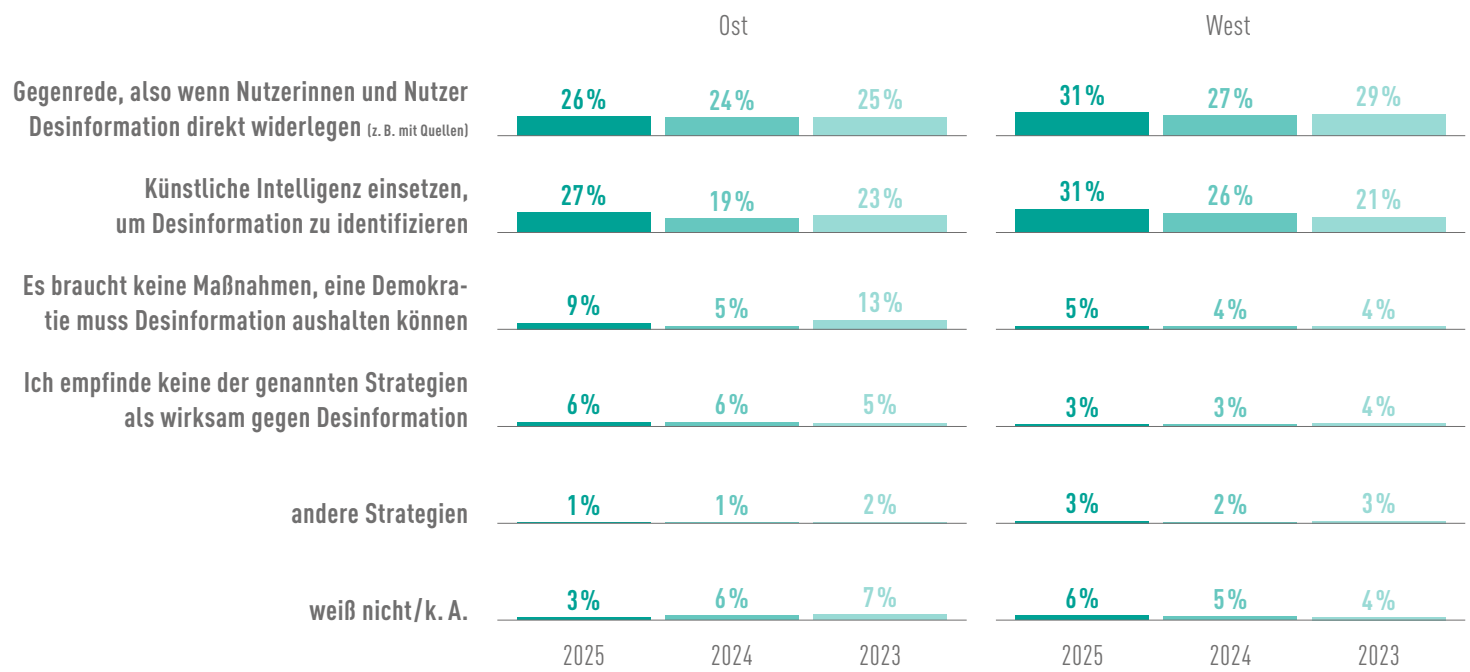
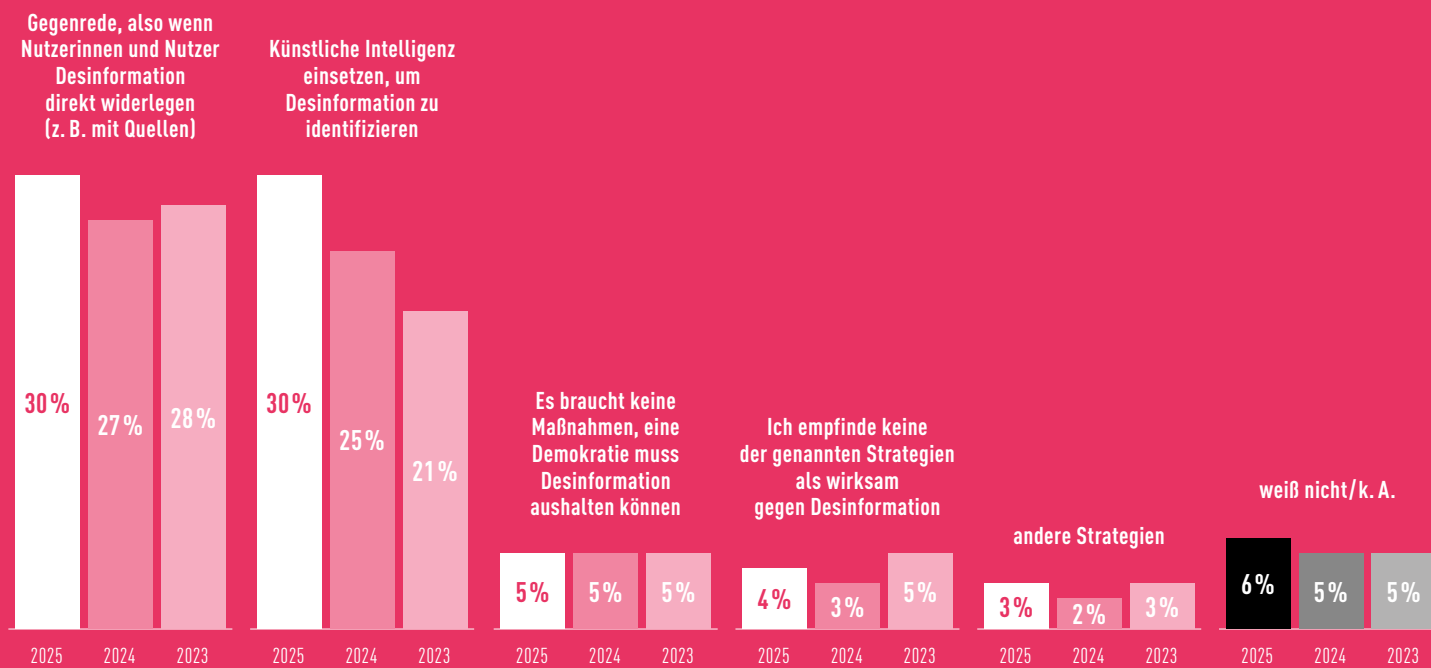
Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

AUCH WEITERE VORGESCHLAGENE MASSNAHMEN WERDEN IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN EHER KRITISCH BETRACHTET.

GRUNDSÄTZLICH IST JEDOCH EIN ANSTIEG DER ZUSTIMMUNG ZU ERKENNEN. BESONDERS BEIM THEMENKOMPLEX EINSATZ VON KI, UM DESINFORMATION ZU SCANNEN UND HERAUSZUFILTERN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt

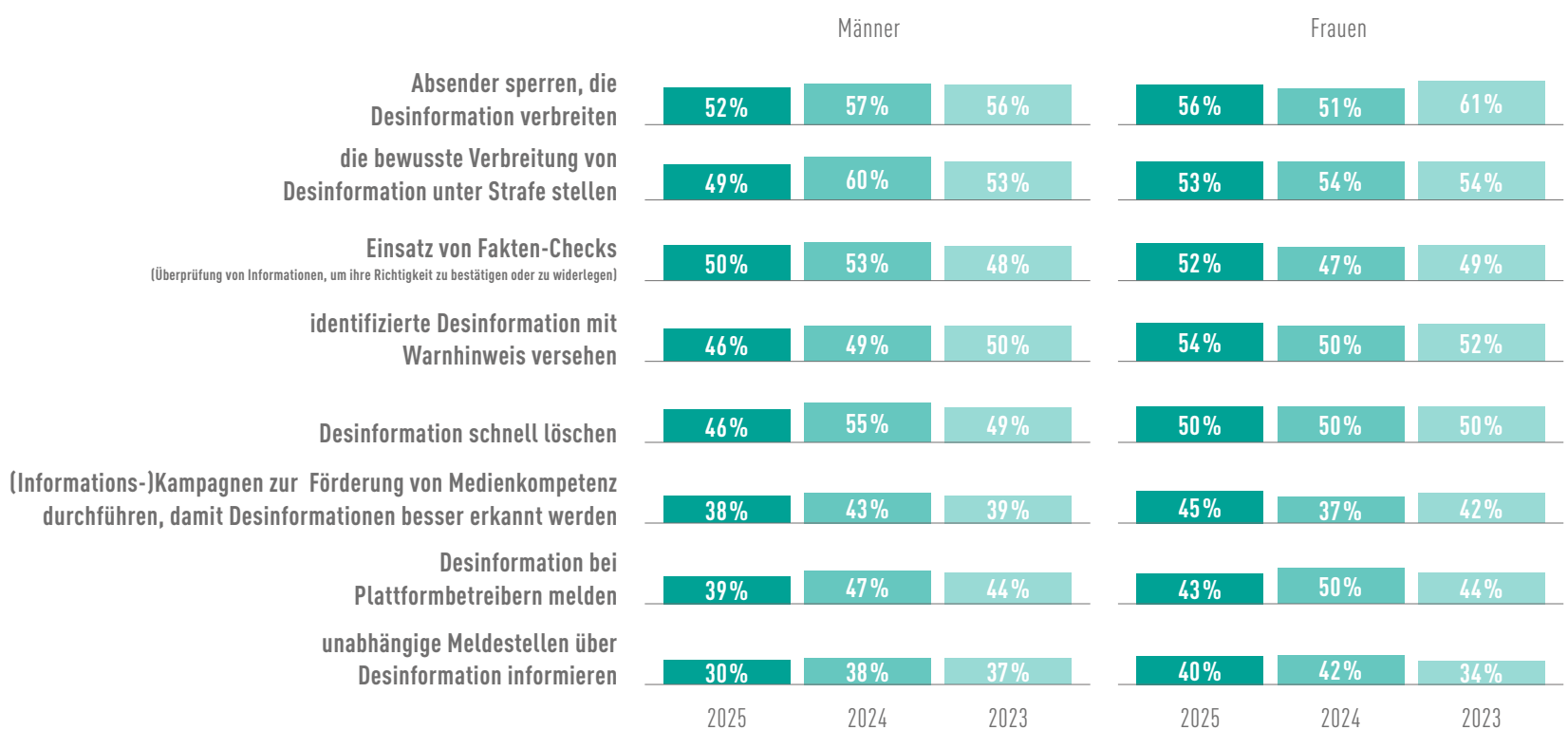
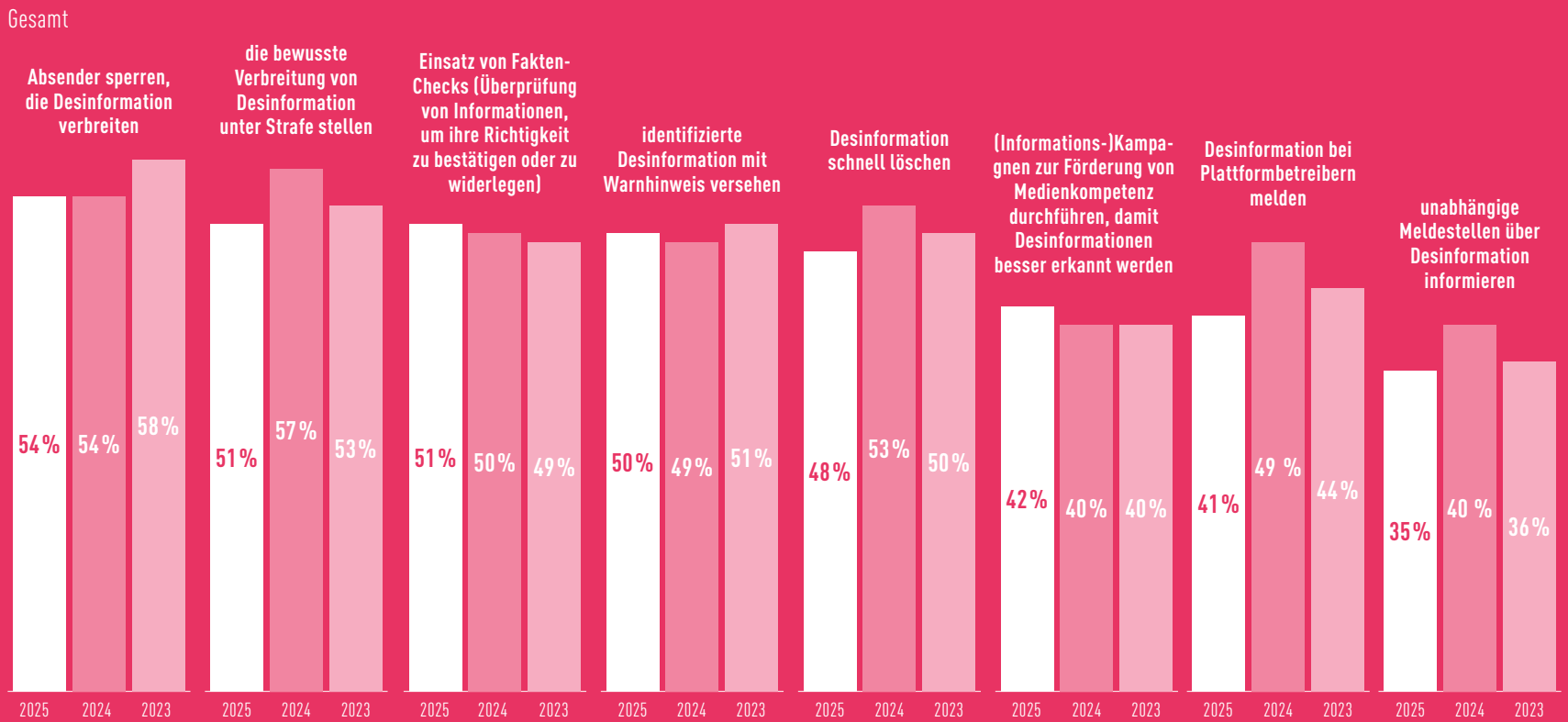


Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

BEI DEN HIER AUFGEFÜHRTEN MASSNAHMEN IST EINE RÜCKLÄUFIGE ZUSTIMMUNG SEITENS DER MÄNNER ZU VERZEICHNEN.

DIES BETRIFFT VOR ALLEM DIE BESTRAFUNG VON BEWUSSTER VERBREITUNG VON DESINFORMATIONEN, DIE SCHNELLE LÖSCHUNG VON DESINFORMATION, MELDEN BEI PLATTFORMBETREIBERN BZW. UNABHÄNGIGEN MELDESTELLEN. FRAUEN SIND TEILWEISE OPTIMISTISCHER ALS IM VORJAHR, DIES ZEIGT SICH VOR ALLEM BEI DEN KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG DER MEDIENKOMPETENZ.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:



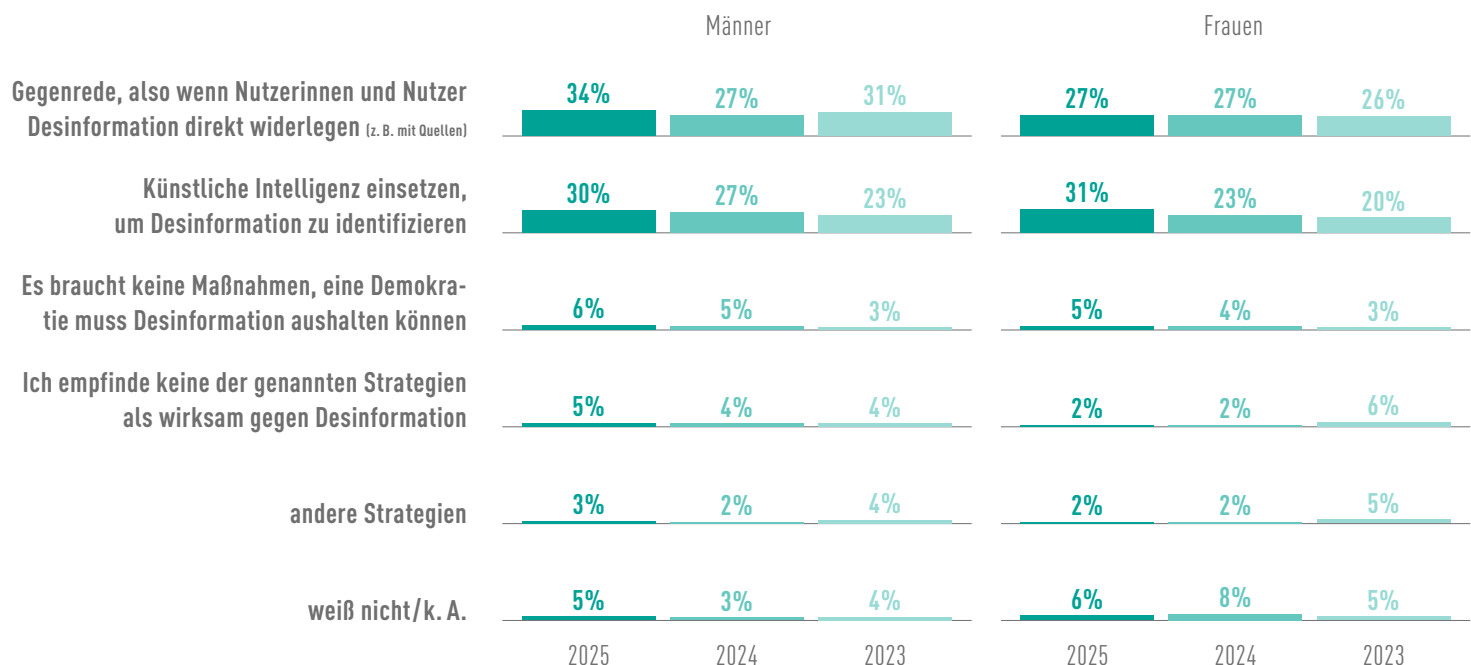
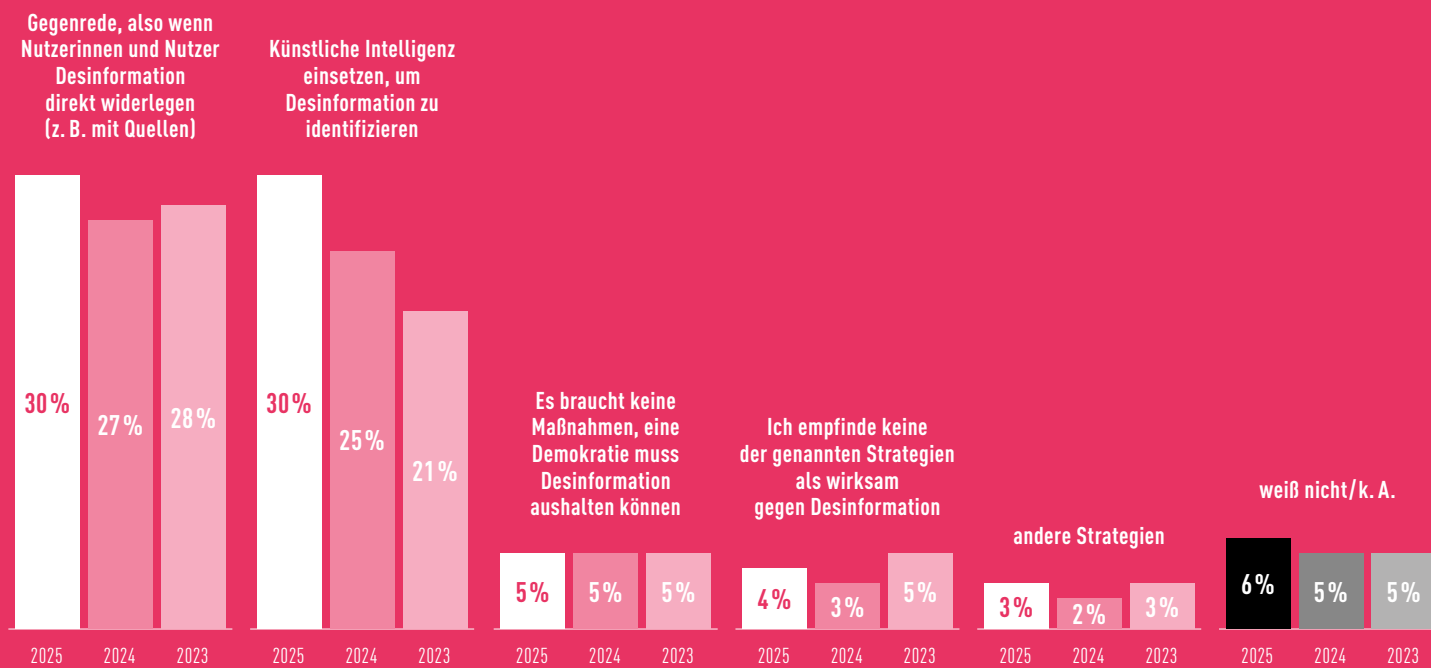
Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

GEGENREDE WIRD IN DIESEM JAHR VON MÄNNERN HÄUFIGER ALS GEEIGNETE MASSNAHME ANGESEHEN IM VERGLEICH ZUM VORJAHR (UND ZU FRAUEN).

MÄNNER UND FRAUEN SETZEN DIESES JAHR HÄUFIGER AUF DIE EINSATZMÖGLICHKEITEN VON KI ALS ES LETZTES JAHR DER FALL WAR.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt

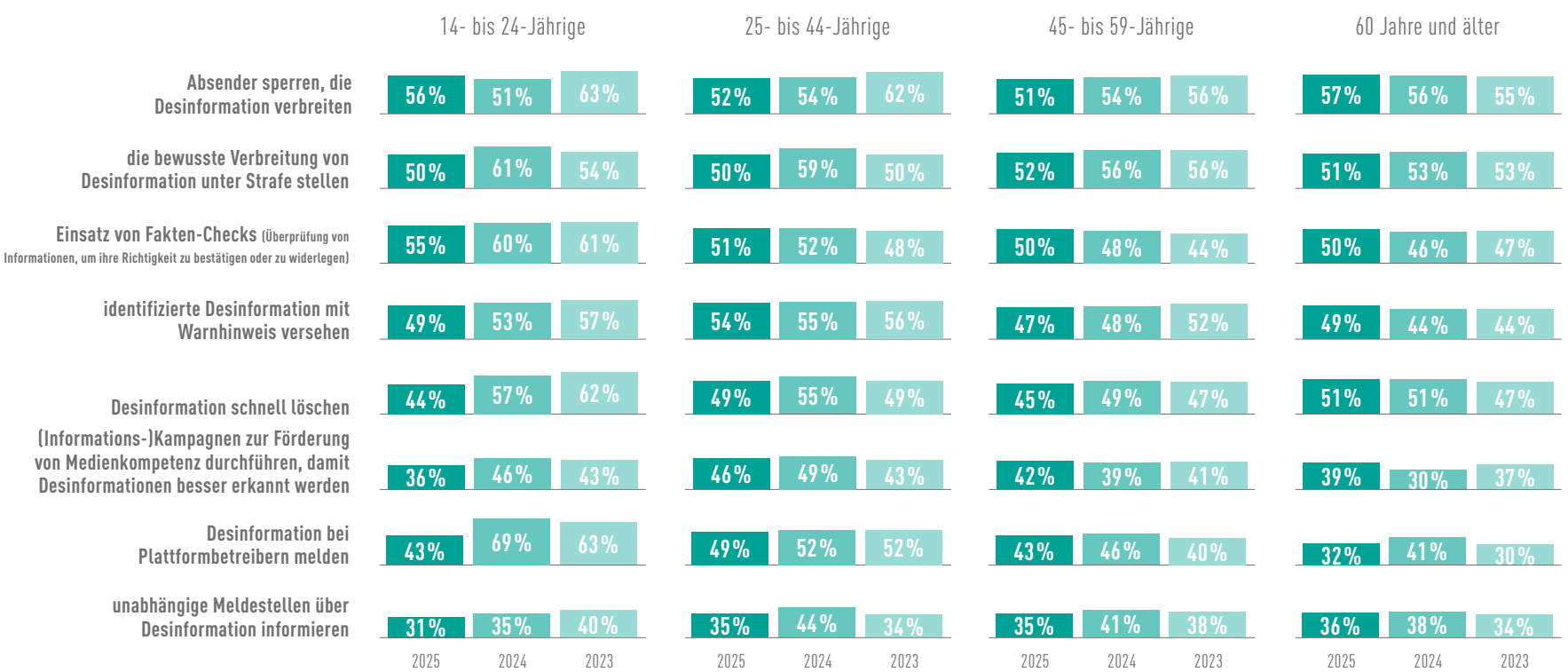
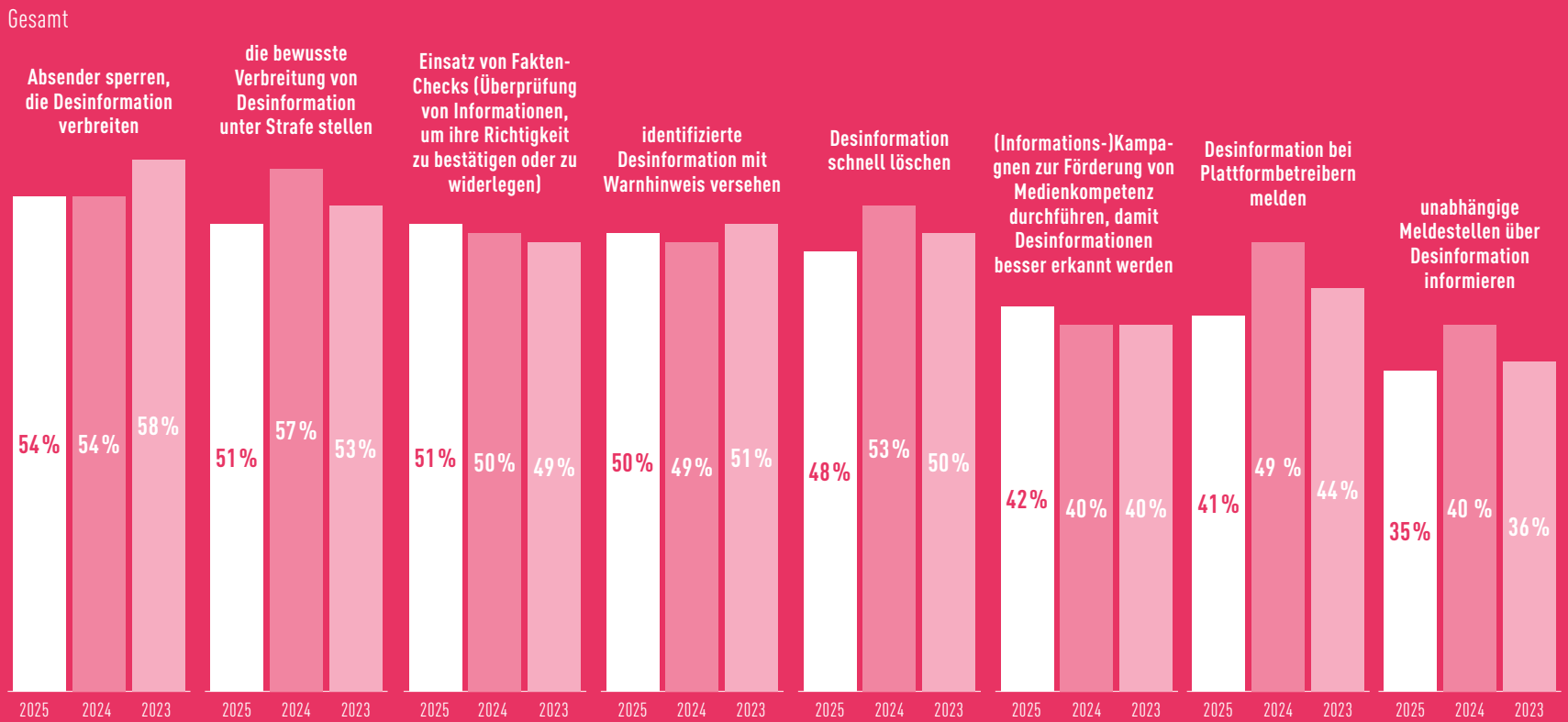


Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

WÄHREND LETZTES JAHR DIE MEISTEN STRATEGIEN VON JÜNGEREN HÄUFIGER ALS WIRKSAM ANGESEHEN WURDEN ALS VON ÄLTEREN, NÄHERN SICH DIE WERTE ZWISCHEN DEN ALTERSGRUPPEN DIESES JAHR BEI VIELEN MASSNAHMEN AN.

ES ZEICHNET SICH JEDOCH EIN STEIGENDES MISSTRAUEN DER JÜNGEREN (14-24) GEGENÜBER DER WIRKSAMKEIT VON MELDUNGEN AN PLATTFORMBETREIBER AB. DIESER WERT IST ERHEBLICH GESUNKEN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

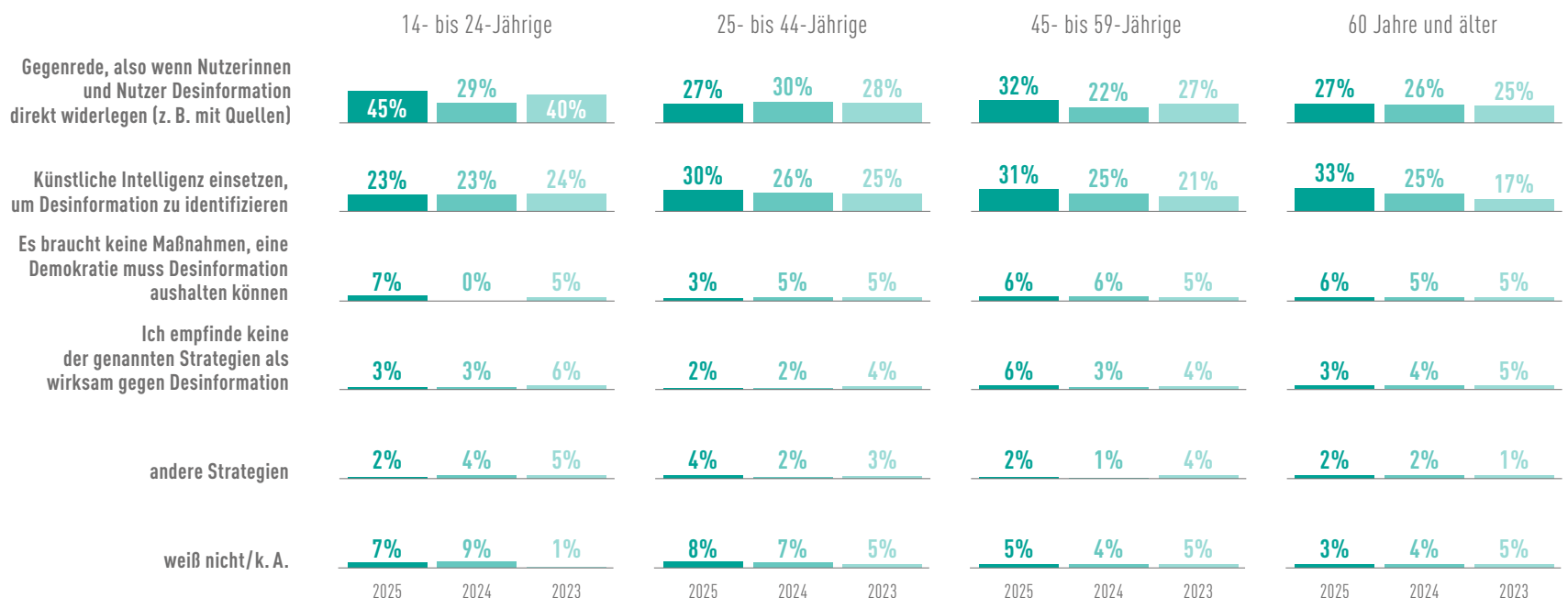
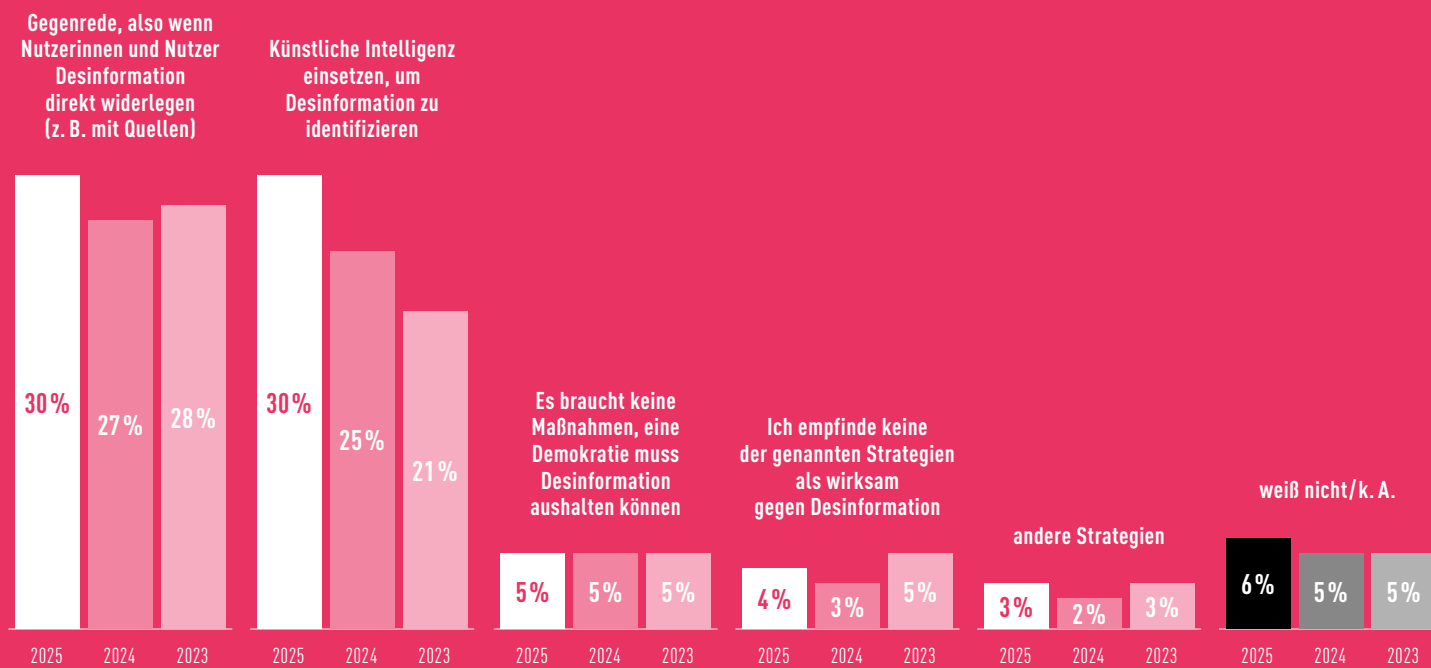


Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

WÄHREND SICH BEI DEN ÄLTEREN BEFRAGTEN DIESES JAHR EIN GRÖßERES VERTRAUEN IN DEN EINSATZ KÜNSTLICHER INTELLIGENZ ZUM ERKENNEN VON DESINFORMATION ABZEICHNET, BEGRÜßEN IMMER MEHR JÜNGERE DIE GEGENREDE ALS WIRKSAME STRATEGIE.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt

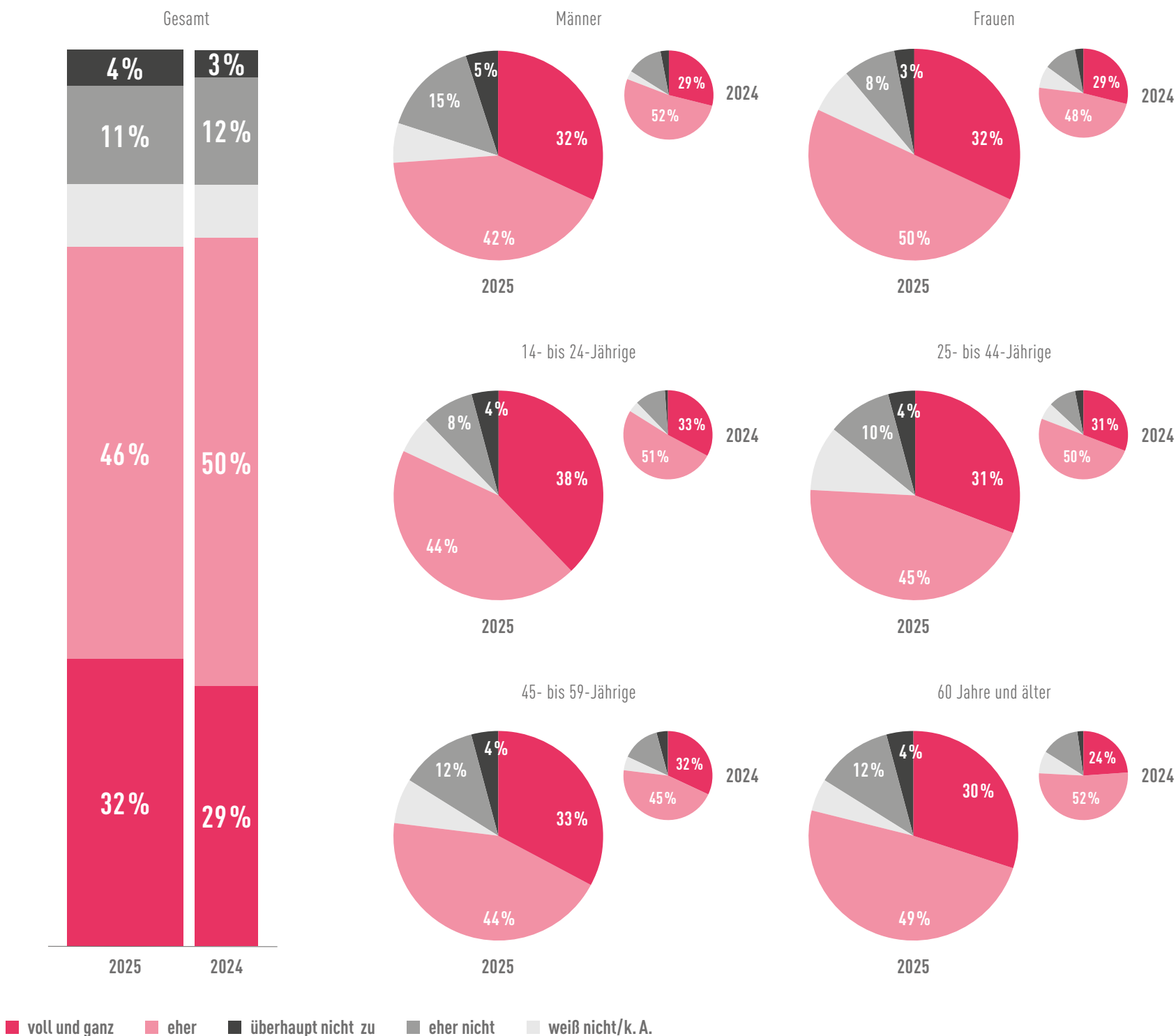


Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um politisch motivierter Desinformation, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

IM RAHMEN DER BEFRAGUNG WURDEN IM VORFELD ZUR BUNDESTAGSWAHL 2025 DIE BEFRAGTEN GEBETEN EINZUSCHÄTZEN, WIE SEHR DESINFORMATION DIE ERGEBNISSE DIESER WAHL BEEINFLUSST.

GUT DREI VIERTEL DER BEFRAGTEN GLAUBEN, DASS DESINFORMATION DARAUF EINFLUSS NIMMT. DIE UNTER 25-JÄHRIGEN ZEIGEN SICH HIER AM BESORGTETEN.

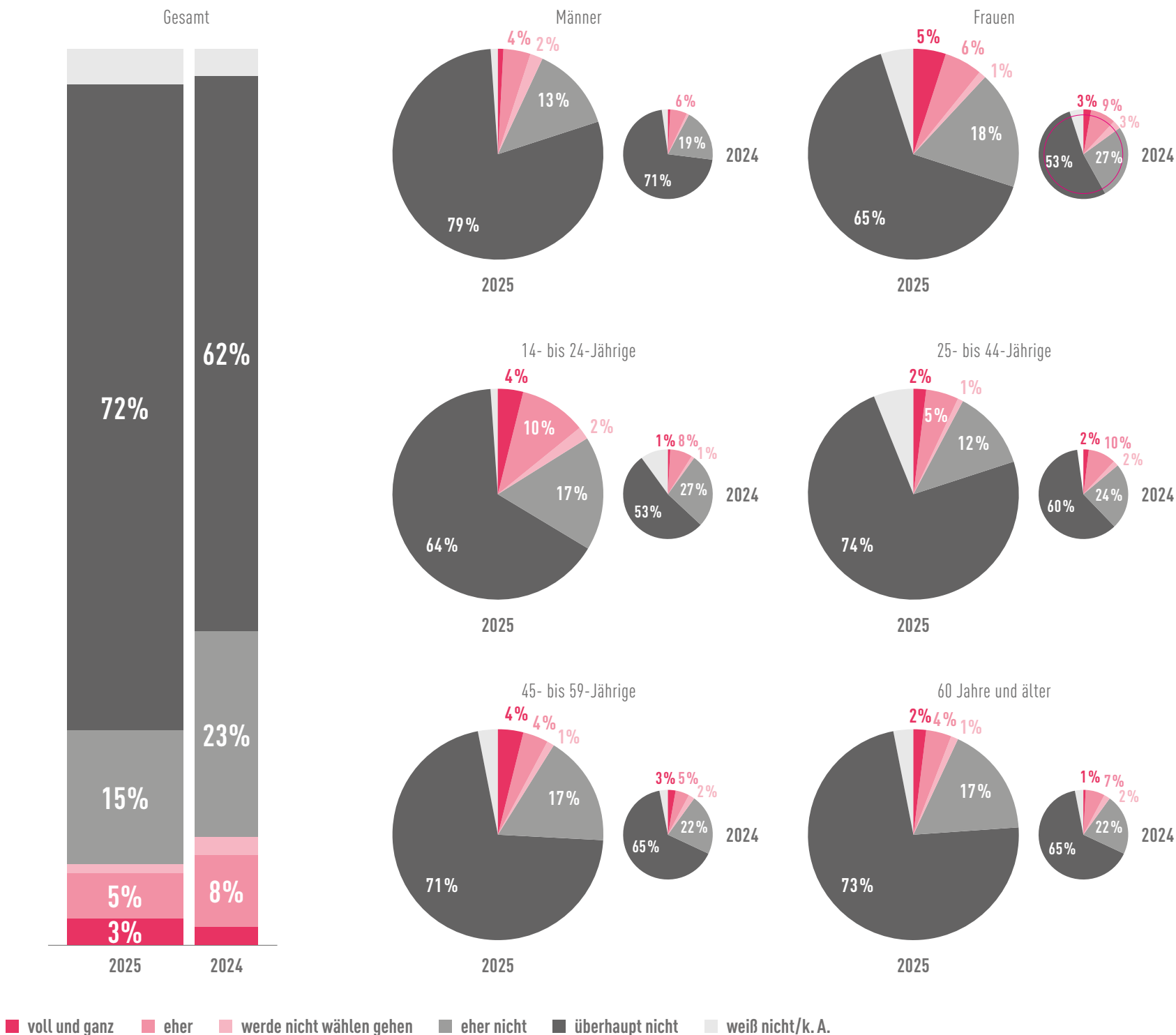
Es stimmen folgender Aussage zu: „Desinformation im Internet beeinflusst die Ergebnisse der anstehenden Bundestagswahl 2025“



DEN EINFLUSS VON DESINFORMATION AUF DIE EIGENE WAHL- ENTSCHEIDUNG BEI DER BUNDESTAGSWAHL 2025 SCHÄTZEN DIE MEISTEN BEFRAGTEN HINGEGEN EHER GERING EIN:

DIE VERUNSICHERUNG IST BEI DEN FRAUEN GRÖßER ALS BEI DEN MÄNNERN (DIES WAR AUCH LETZTES JAHR IM VORFELD DER EUROPAWAHL DER FALL).

Es stimmen folgender Aussage zu: ‚Aufgrund von Desinformation im Internet bin ich unsicher, welche Partei ich bei der Bundestagswahl 2025 wählen soll‘

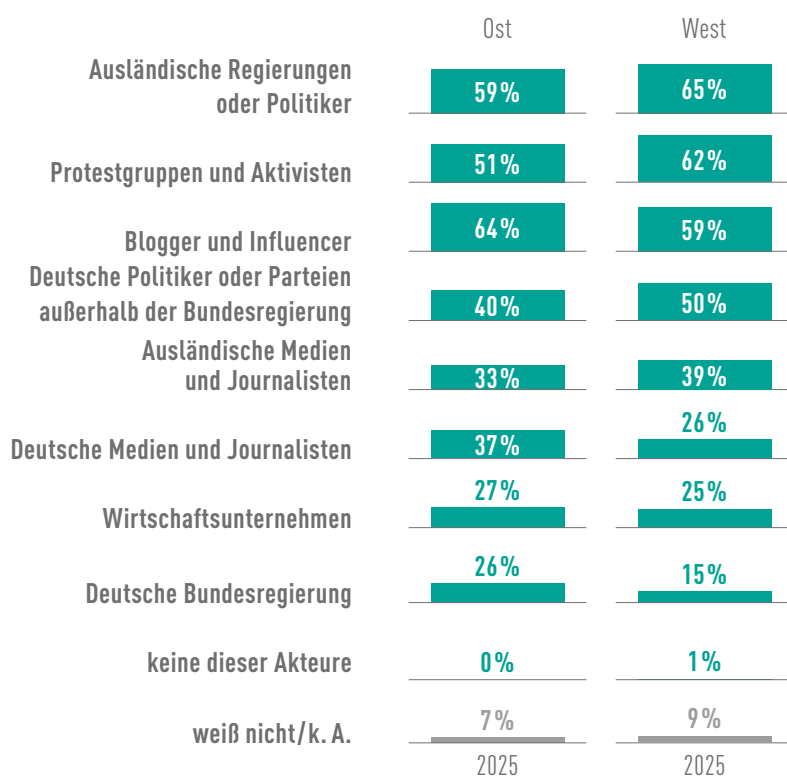
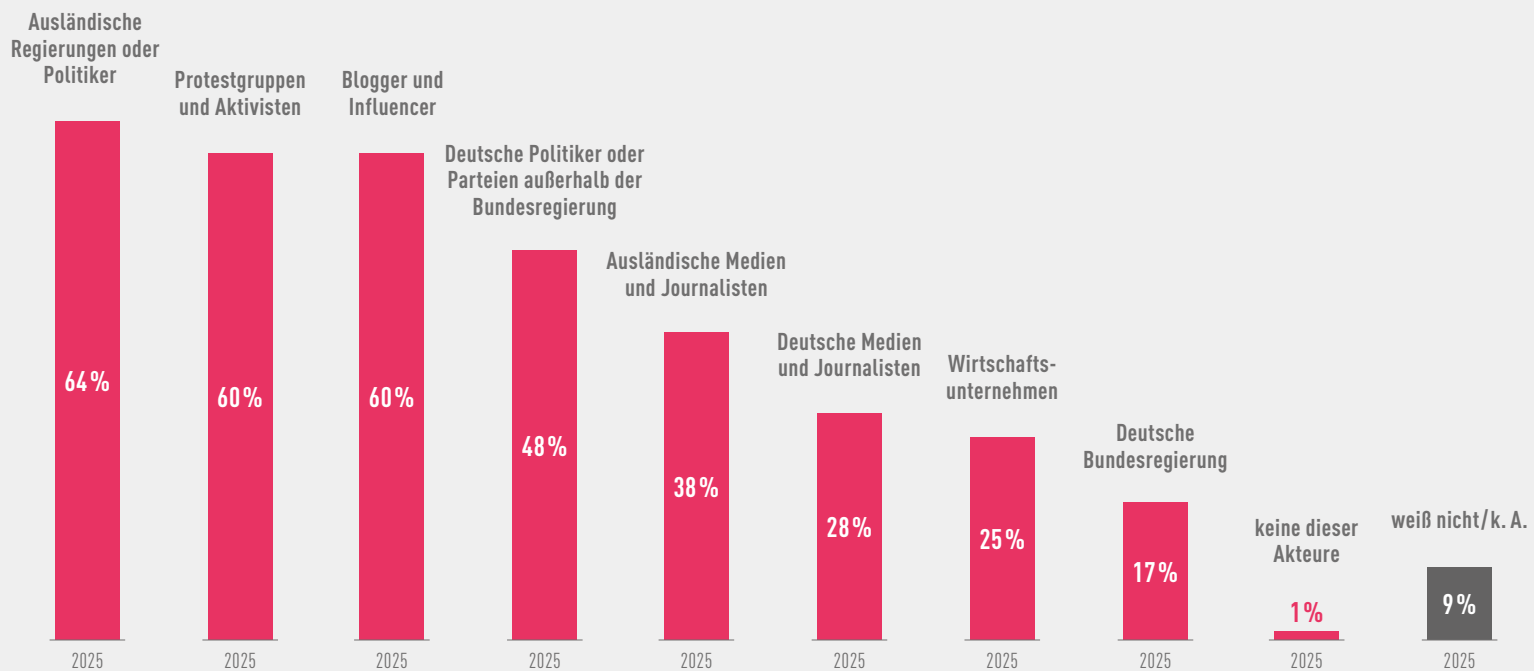


NACH EINSCHÄTZUNG DER BEFRAGTEN VERBREITEN VOR ALLEM AUSLÄNDISCHE REGIERUNGEN/POLITIKER, PROTESTGRUPPEN/AKTIVISTEN SOWIE BLOGGER/INFLUENCER DESINFORMATIONEN IM INTERNET.

FAST EIN DRITTEL „VERDÄCHTIGT“ DEUTSCHE MEDIEN UND JOURNALISTEN. DIE LÄNDER UNTERSCHIEDEN SICH DAHINGEHEND, DASS DIE BEFRAGTEN DER NEUEN BUNDESLÄNDER EHER DEUTSCHE PARTEIEN UND POLITIKER VERDÄCHTIGEN, WÄHREND MAN IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN DIE VERANTWORTUNG EHER BEI AUSLÄNDISCHEN KRÄFTEN SUCHT.

Es denken, dass folgende Akteure politische Desinformationen im Internet verbreiten:

Gesamt



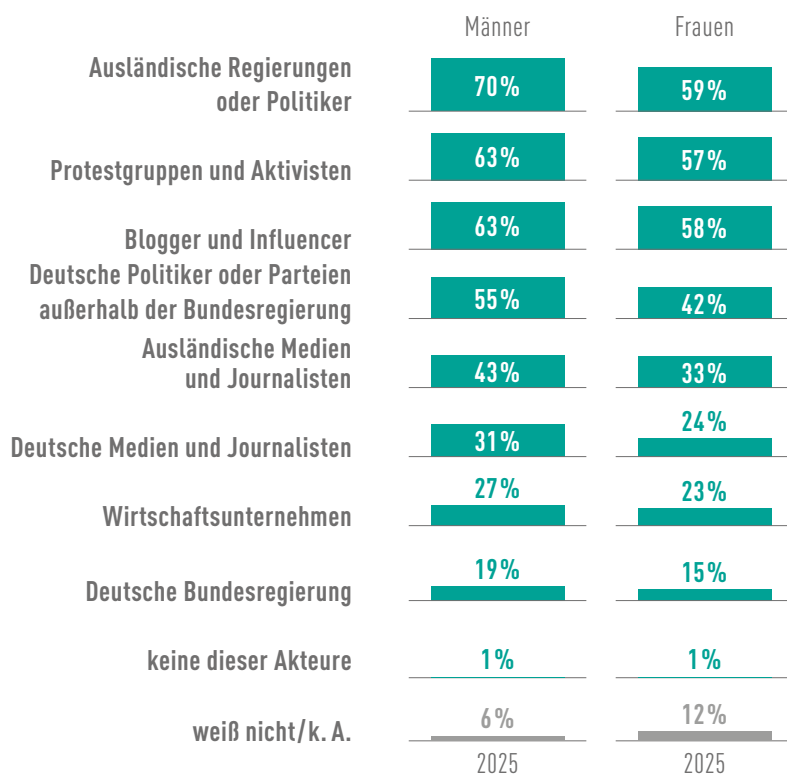
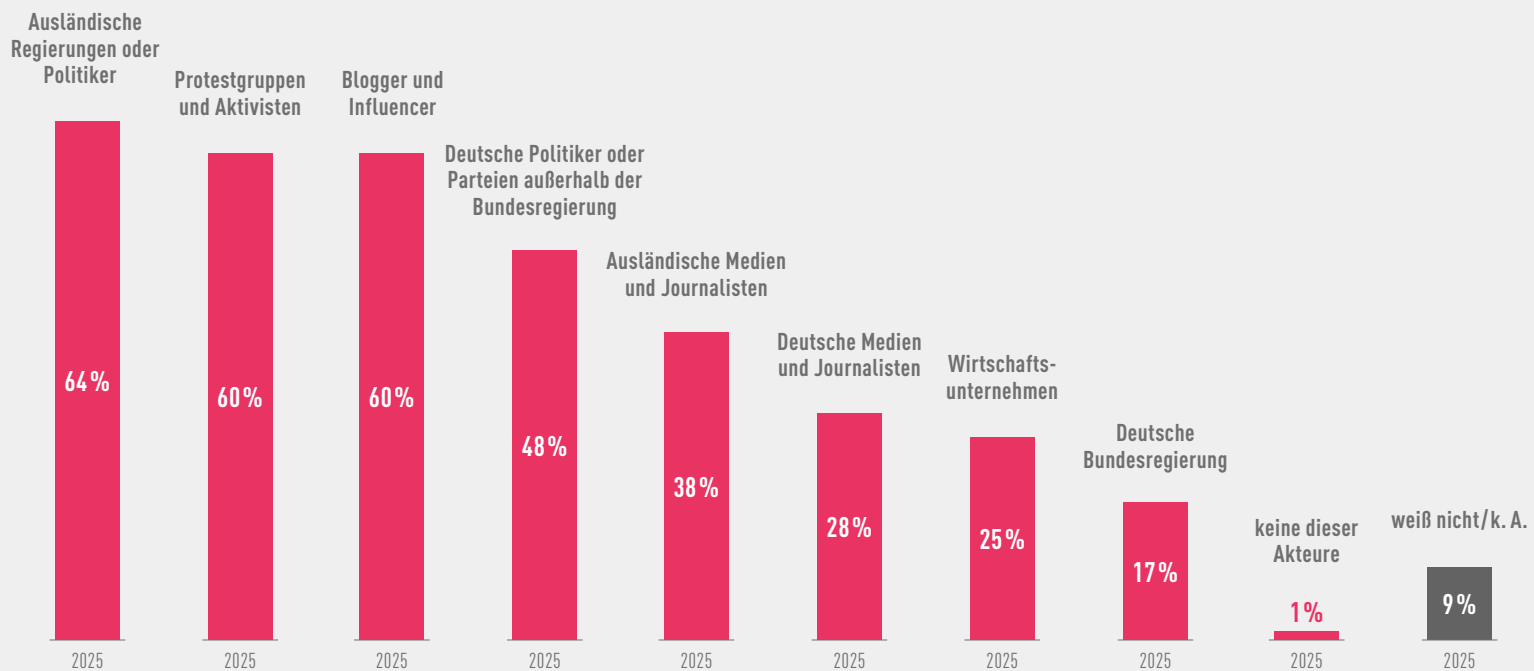
Frage 14: „Unabhängig davon, ob und wie häufig Sie selbst schon politische Desinformation im Internet wahrgenommen haben: Welche der folgenden Akteure verbreiten Ihrer Ansicht oder Vermutung nach politische Desinformation bzw. sind dafür verantwortlich?“

INSGESAM SEHEN MÄNNLICHE BEFRAGTE ALLE ABGEFRAGTEN AKTEURS-GRUPPEN HÄUFIGER ALS VERBREITER VON DESINFORMATION IM NETZ –

ALLEN VORAN AUSLÄNDISCHE REGIERUNGEN / POLITIKER, DEUTSCHE POLITIKER (AUSSER DER REGIERUNG) SOWIE AUSLÄNDISCHE MEDIEN UND JOURNALISTEN.

Es denken, dass folgende Akteure politische Desinformationen im Internet verbreiten:

Gesamt



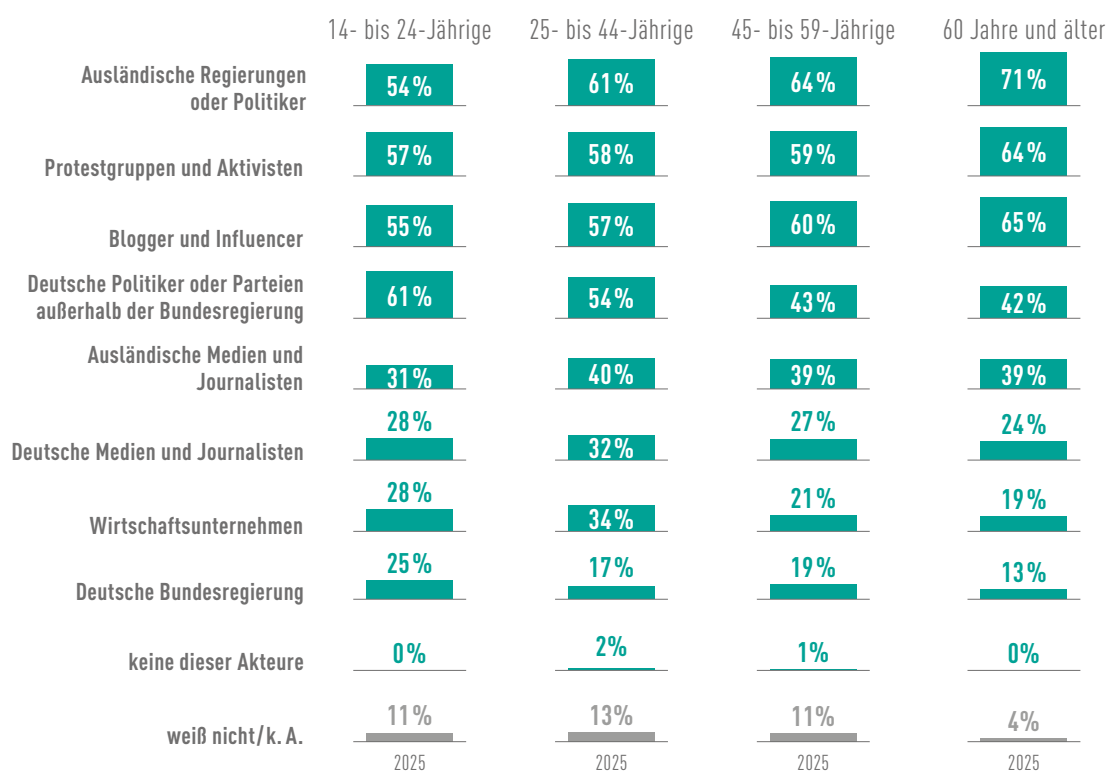
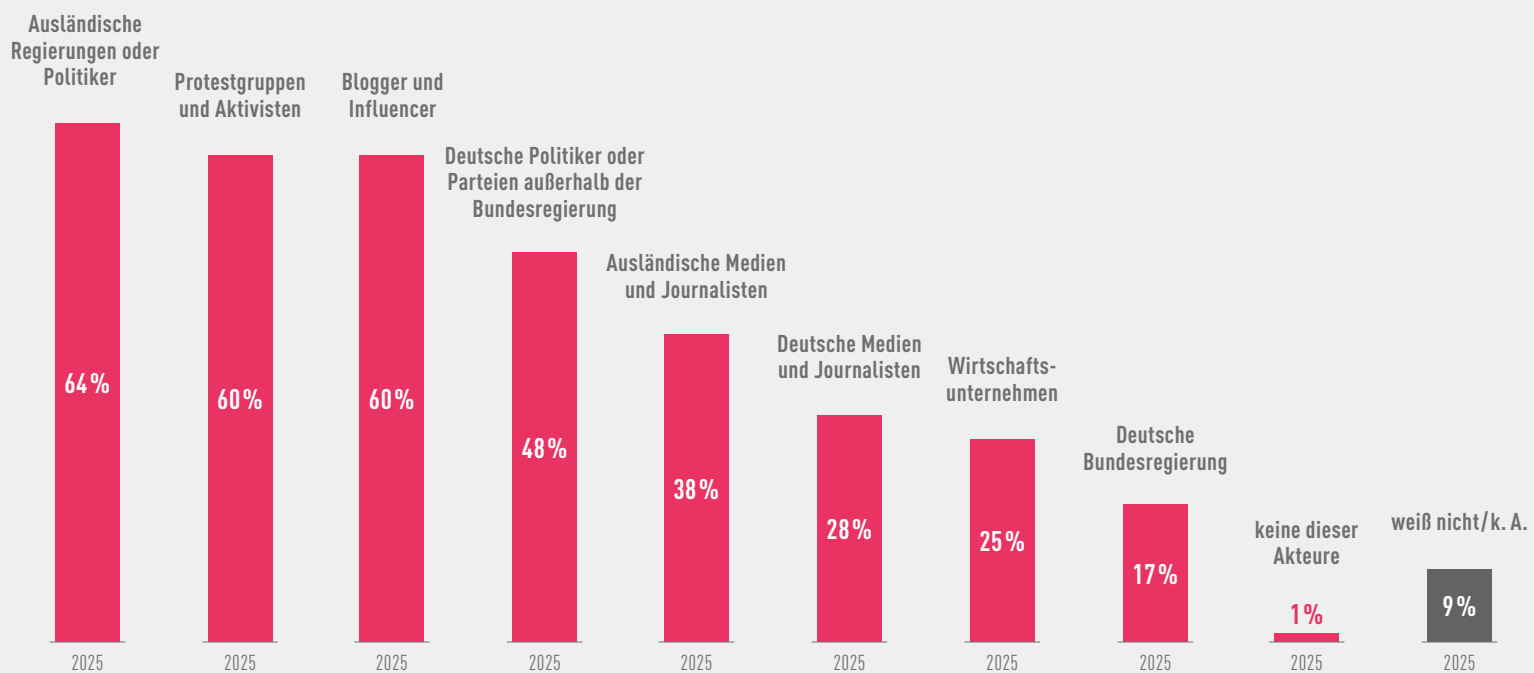
Frage 14: „Unabhängig davon, ob und wie häufig Sie selbst schon politische Desinformation im Internet wahrgenommen haben: Welche der folgenden Akteure verbreiten Ihrer Ansicht oder Vermutung nach politische Desinformation bzw. sind dafür verantwortlich?“

JE JÜNGER DIE BEFRAGTEN, DESTO HÄUFIGER WERDEN DEUTSCHE POLITIKER ALS AUCH DIE DEUTSCHE BUNDESREGIERUNG ALS ABSENDER POLITISCHER DESINFORMATION VERMUTET –

UND JE ÄLTER SIE SIND, DESTO HÄUFIGER STEHEN AUSLÄNDISCHE REGIERUNGEN ODER POLITIKER DIESBEZÜGLICH „UNTER VERDACHT“. BLOGGER/INFLUENCER WERDEN UMSO HÄUFIGER GENANNT, JE ÄLTER DIE BEFRAGTEN SIND.

Es denken, dass folgende Akteure politische Desinformationen im Internet verbreiten:

Gesamt



Frage 14: „Unabhängig davon, ob und wie häufig Sie selbst schon politische Desinformation im Internet wahrgenommen haben: Welche der folgenden Akteure verbreiten Ihrer Ansicht oder Vermutung nach politische Desinformation bzw. sind dafür verantwortlich?“

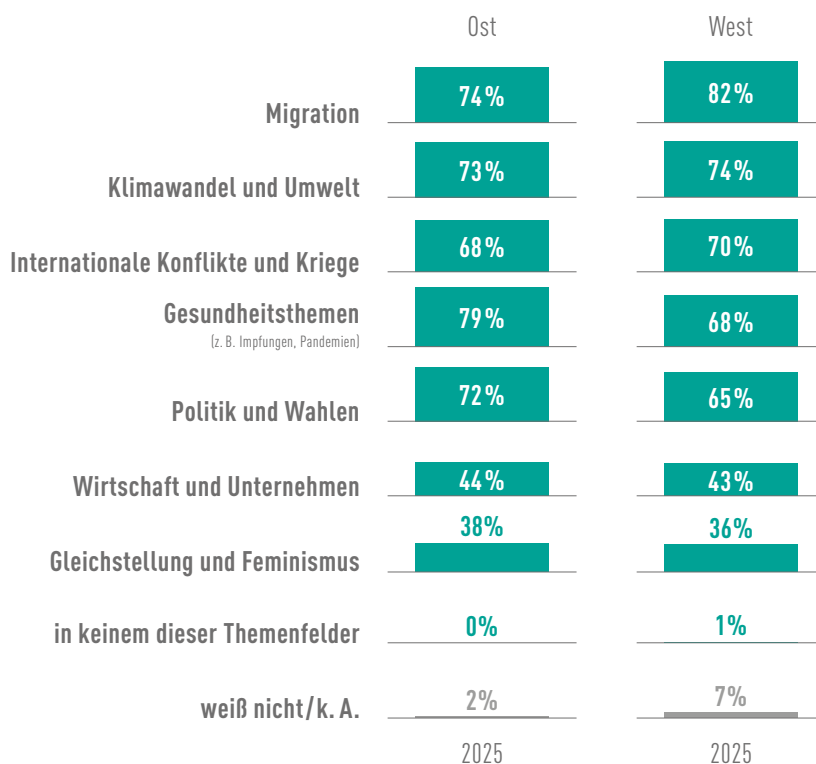
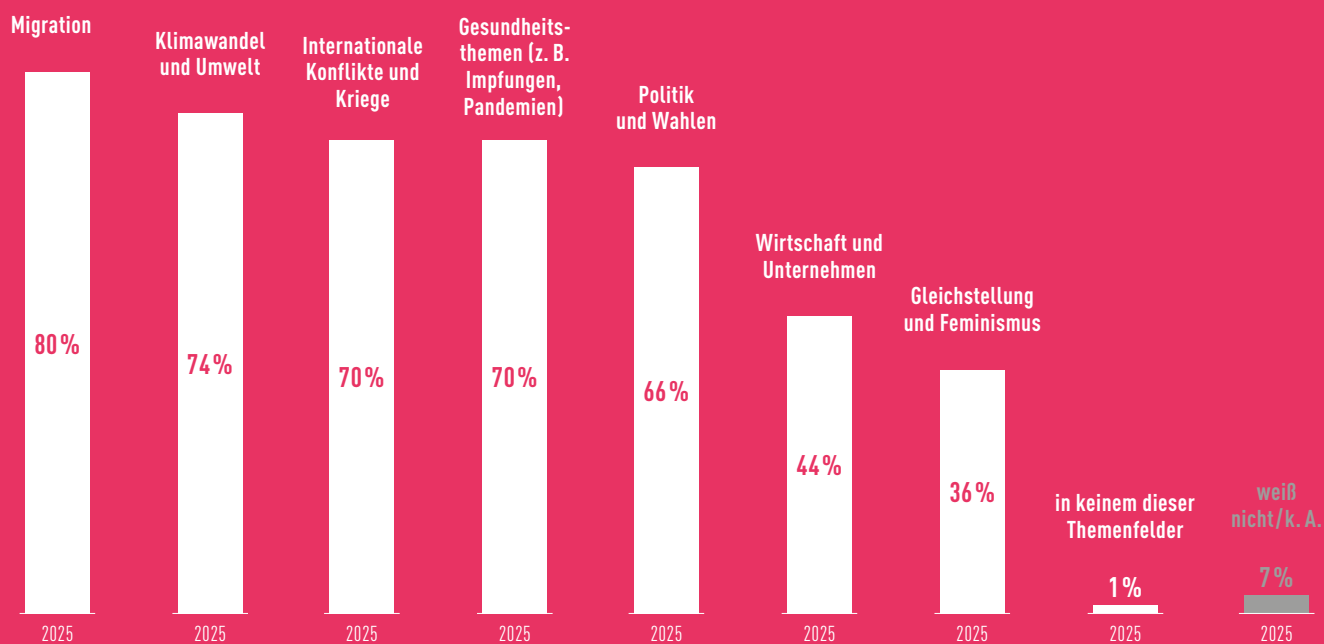
Themenfelder, zu denen politische Desinformation verbreitet wird - Gesamt vs. Region *)

BEI DEN ABGEFRAGTEN THEMENFELDERN, ZU DENEN (VERMUTLICH) DESINFORMATION VERBREITET WIRD, WIRD MIGRATION MIT 80 PROZENT AM HÄUFIGSTEN GENANNT.

DREI VON VIER BEFRAGTEN DENKEN, DASS FALSCHINFORMATIONEN BEIM THEMA KLIMAWANDEL VERBREITET WERDEN, BEI KRIEGEN UND GESUNDHEITSTHEMEN SIND ES FAST GENAUSO VIELE. VOR ALLEM BEFRAGTE AUS DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN DENKEN, DASS BEIM THEMA GESUNDHEIT FALSCHER INFOS IN UMLAUF GEBRACHT WERDEN.

Es denken, dass sich in folgenden Themenfeldern politische Desinformationen verbreitet:

Gesamt



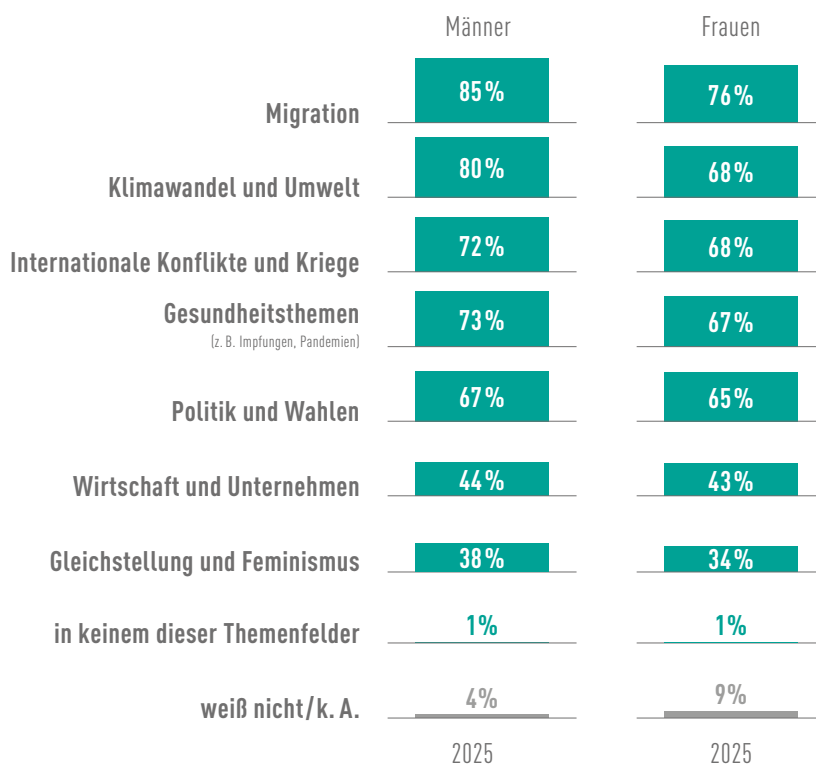
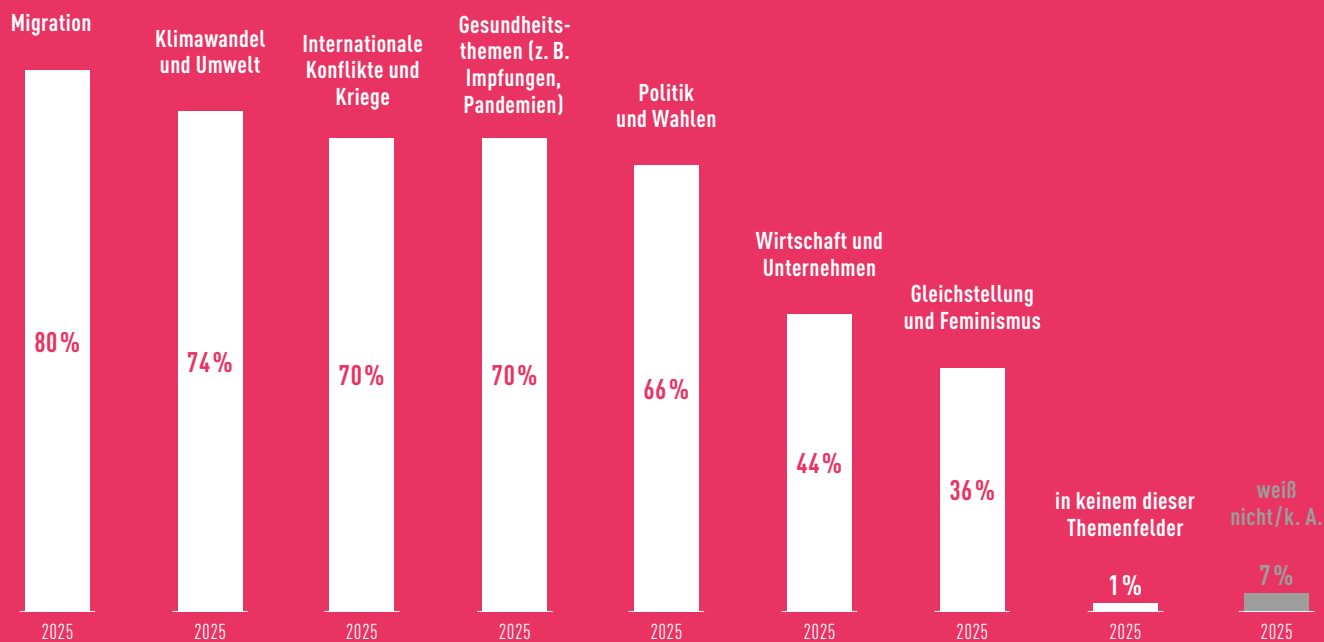
Themenfelder, zu denen politische Desinformation verbreitet wird - Gesamt vs. Geschlecht *)

MÄNNER DENKEN BEI ALLEN ABGEFRAGTEN THEMEN (ETWAS) HÄUFIGER ALS FRAUEN, DASS HIER DESINFORMATIONEN IN UMLAUF GEBRACHT WERDEN –

VOR ALLEM BEI DEN THEMEN MIGRATION UND KLIMAWANDEL/UMWELT SIND DIE GESCHLECHTSSPEZIFISCHEN UNTERSCHIEDE DEUTLICH.

Es denken, dass sich in folgenden Themenfeldern politische Desinformationen verbreitet:

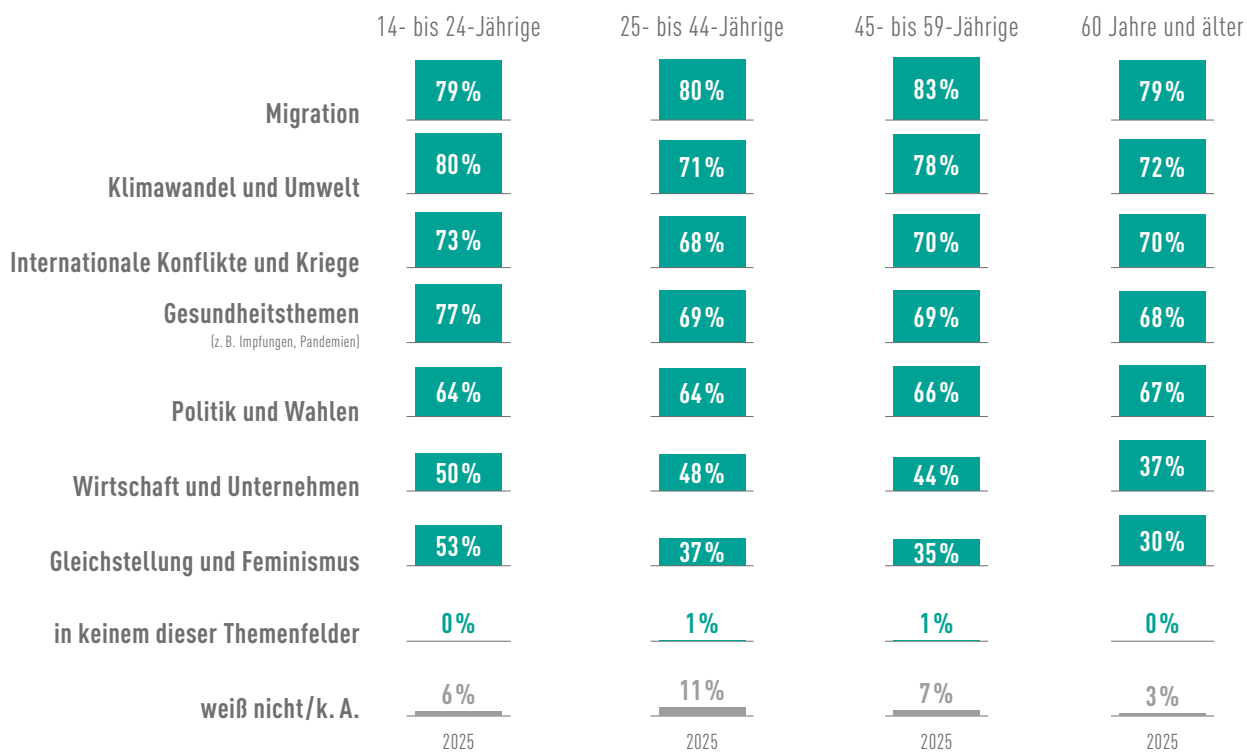
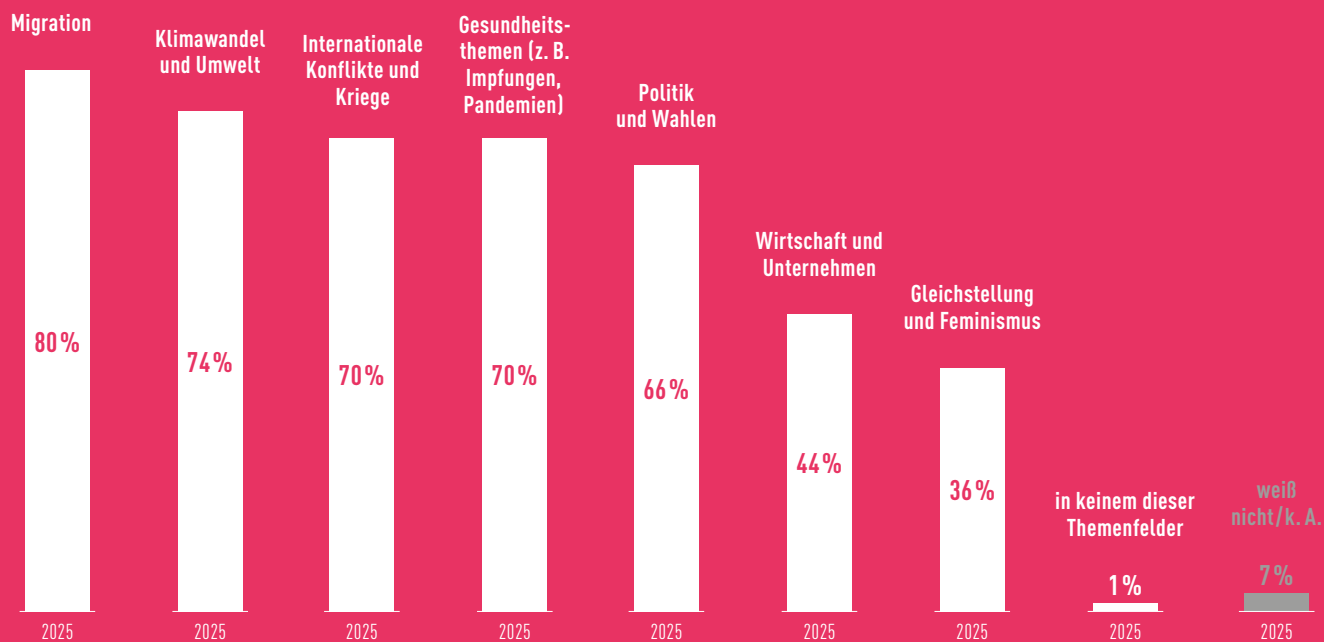
Gesamt



AUFFÄLLIGE UNTERSCHIEDE BEI DEN VERSCHIEDENEN BEFRAGTEN ALTERSGRUPPEN ZEICHNEN SICH DEUTLICH BEI THEMEN WIE FEMINISMUS UND GLEICHSTELLUNG, GESUNDHEIT, UNTERNEHMEN UND WIRTSCHAFT AB. HIER ÄUSSERN DIE JÜNGEREN DEUTLICH MEHR MISSTRAUEN.

Es denken, dass sich in folgenden Themenfeldern politische Desinformationen verbreitet:

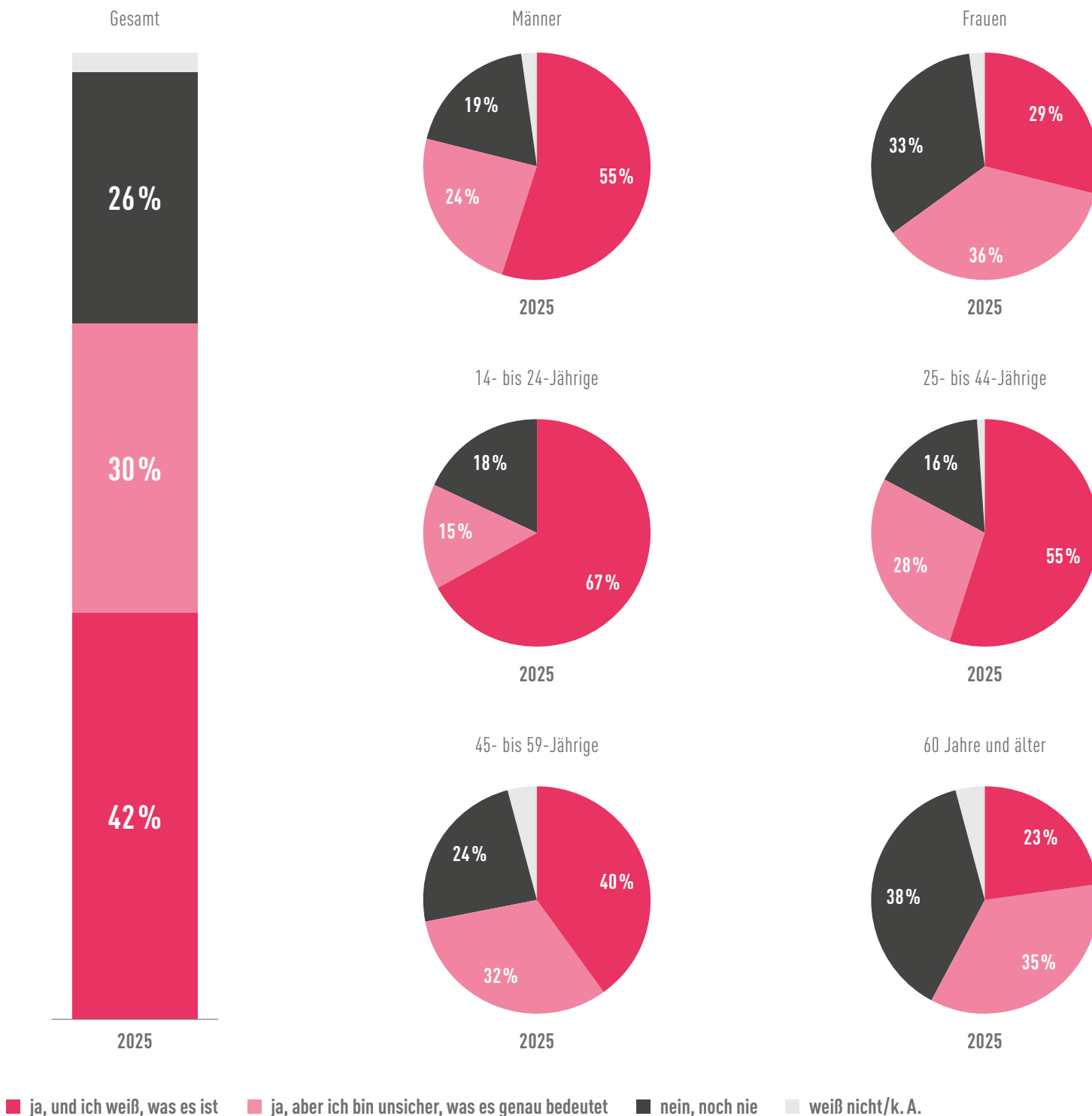
Gesamt



KNAPP DREI VIERTEL KENNEN DEN BEGRIFF „DEEPPFAKES“, ZWEI FÜNFTTEL GEBEN AN, AUCH ZU WISSEN, WAS DAMIT GEMEINT IST.

MÄNNER BEHAUPTEN DEUTLICH HÄUFIGER ALS FRAUEN VON SICH, ZU WISSEN, WAS „DEEPPFAKES“ SIND. UND JE JÜNGER DIE BEFRAGTEN SIND, DESTO MEHR NIMMT DIE (BEHAUPTETE) KENNTNIS ZU.

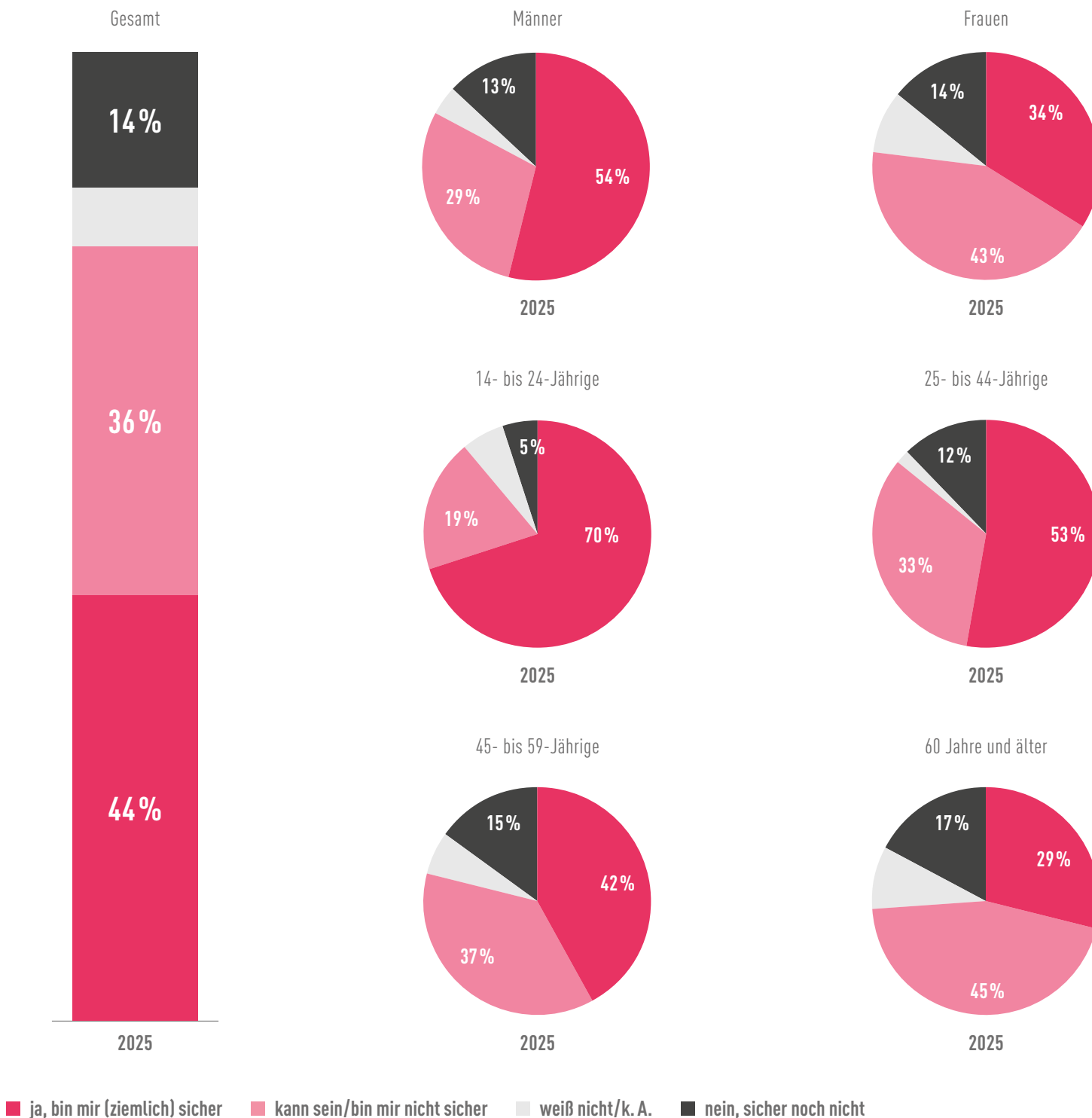
Es haben schon mal von „Deepfakes“ gehört:



NACH EINER KURZEN ERKLÄRUNG DES BEGRIFFS SOLLTEN DIE BEFRAGTEN ANGEBEN, OB IHNEN „DEEPPAKES“ IM INTERNET SCHON MAL BEGEGNET SIND:

IMMERHIN ÜBER ZWEI FÜNFTEL SIND SICH DA (ZIEMLICH) SICHER – ALLEN VORAN (WIEDER) MÄNNER UND DIE JÜNGEREN BEFRAGTEN. ÜBER EIN DRITTEL IST SICH DIESBEZÜGLICH NICHT SICHER. ABER NUR 14 PROZENT KÖNNEN SAGEN, DASS SIE SICHER NOCH NIE „DEEPPAKES“ GESEHEN ODER GEHÖRT HABEN.

Es haben schon mal „Deepfakes“ im Internet gesehen oder gehört:



Frage 17: „Nachdem Sie diese kurze Erklärung gesehen haben: Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie im Internet schon mal ‚Deepfakes‘ gesehen oder gehört?“

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 (2025). Ergebnisse der forsa-Befragung zu Informationsverhalten bei Wahlen und politischer Desinformation [URL: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Forschung/forsa_Desinformation/LFM_NRW_Desinformation_forsa_2025.pdf]

Diese Publikation wird unter der Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht (CC BY-SA 4.0). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>