

INFORMATIONSV ERHALTEN BEI WAHLEN UND POLITISCHE DESINFORMATION

Zentrale Untersuchungsergebnisse der aktuellen forsa-Studie 2020

GLIEDERUNG

1. Untersuchungsdesign
2. Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen
3. Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen
4. Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung
5. Aussagen zu politischer Werbung im Internet
6. Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet
7. Wahrnehmung von politisch orientierter Desinformation im Internet
8. Wahrnehmung von Desinformation zum Coronavirus
9. Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformation zum Coronavirus im Internet

1. UNTERSUCHUNGSDESIGN

Zielgruppe: Deutschsprachige private Internetnutzerinnen und -nutzer ab 14 Jahren in Deutschland

Befragungsmethode: Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Stichprobengröße: 2020: 1.010 Befragte
2019: 1.002 Befragte

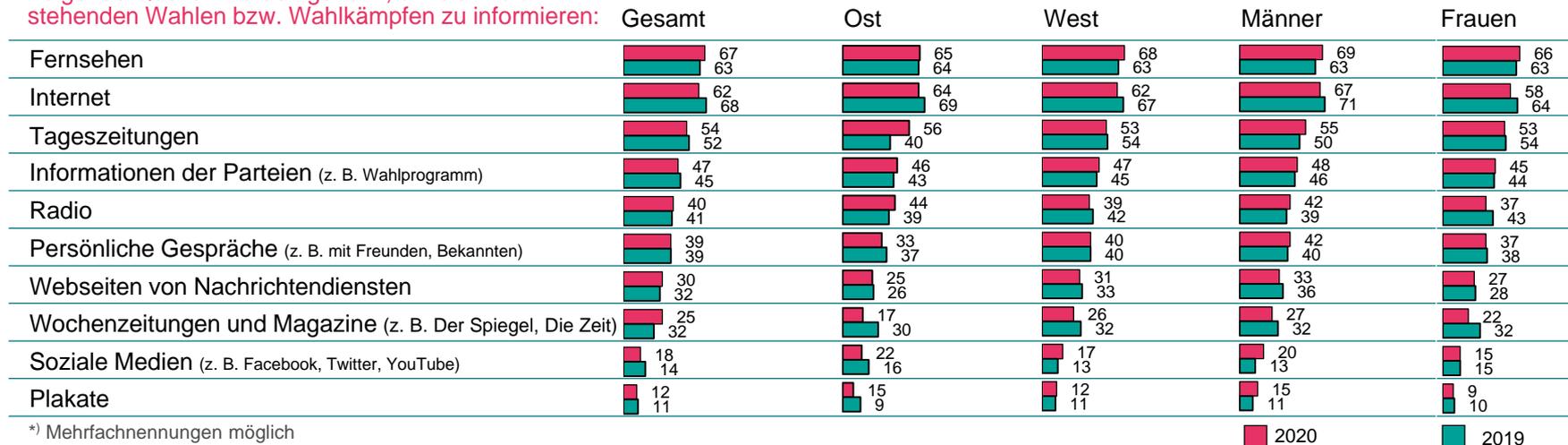
Befragungszeitraum: 2020: 01. April bis 7. April 2020
2019: 08. bis 15. April 2019

Gewichtung: nach Region, Alter und Geschlecht

2. BEVORZUGTE INFORMATIONSQUELLEN ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN (1/2) *)

Die Mehrheit der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer würde sich über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe im Fernsehen (67 %) oder über das Internet (62 %) informieren.

Folgende Quellen werden genutzt, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



*) Mehrfachnennungen möglich

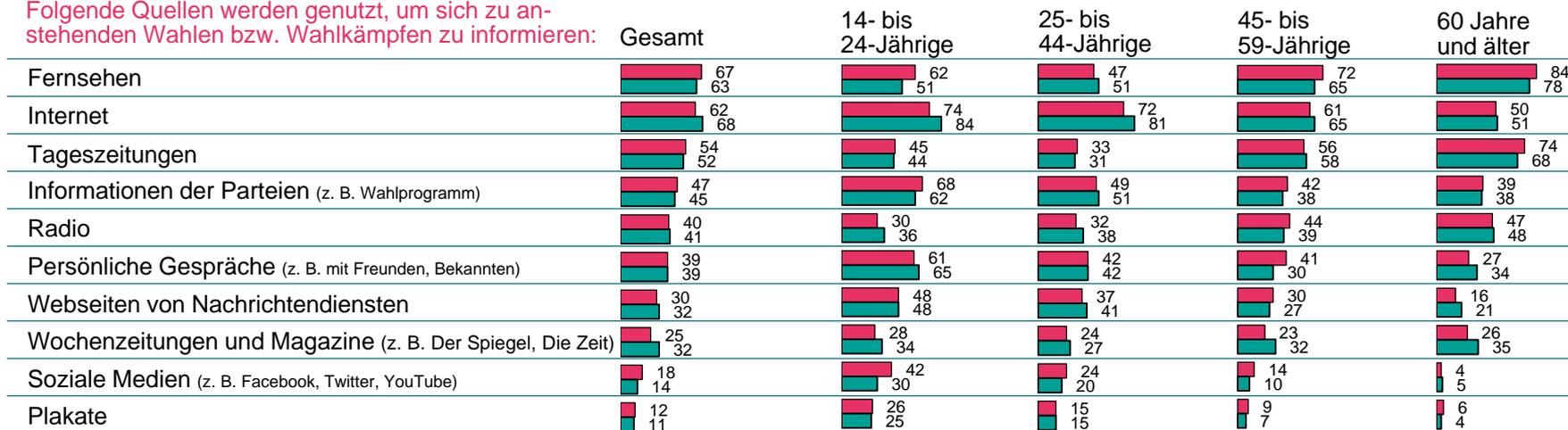
Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder den Wahlkampf, wie bspw. zur kommenden Europawahl 2019 oder Bundestagswahl, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

2. BEVORZUGTE INFORMATIONSQUELLEN ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN (2/2) *)

Unter 25-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer informieren sich überdurchschnittlich häufig durch persönlichen Gesprächen oder in sozialen Medien.

Folgende Quellen werden genutzt, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



*) Mehrfachnennungen möglich

Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder den Wahlkampf, wie bspw. zur kommenden Europawahl 2019 oder Bundestagswahl, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“

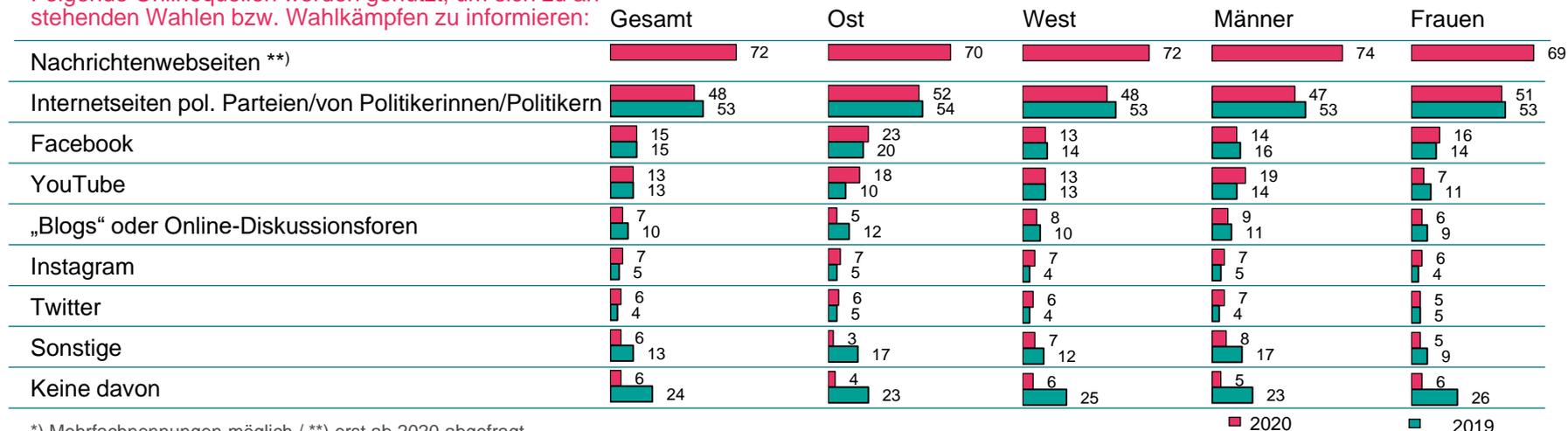
■ 2020

■ 2019

3. BEVORZUGTE ONLINE-INFORMATIONSS- QUELLEN ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN (1/2) *)

Die Mehrheit, die sich online zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informiert, nutzt hierfür Nachrichtenwebseiten und rund jede/r Zweite Internetseiten der politischen Parteien oder einzelner Politikerinnen und Politiker

Folgende Onlinequellen werden genutzt, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



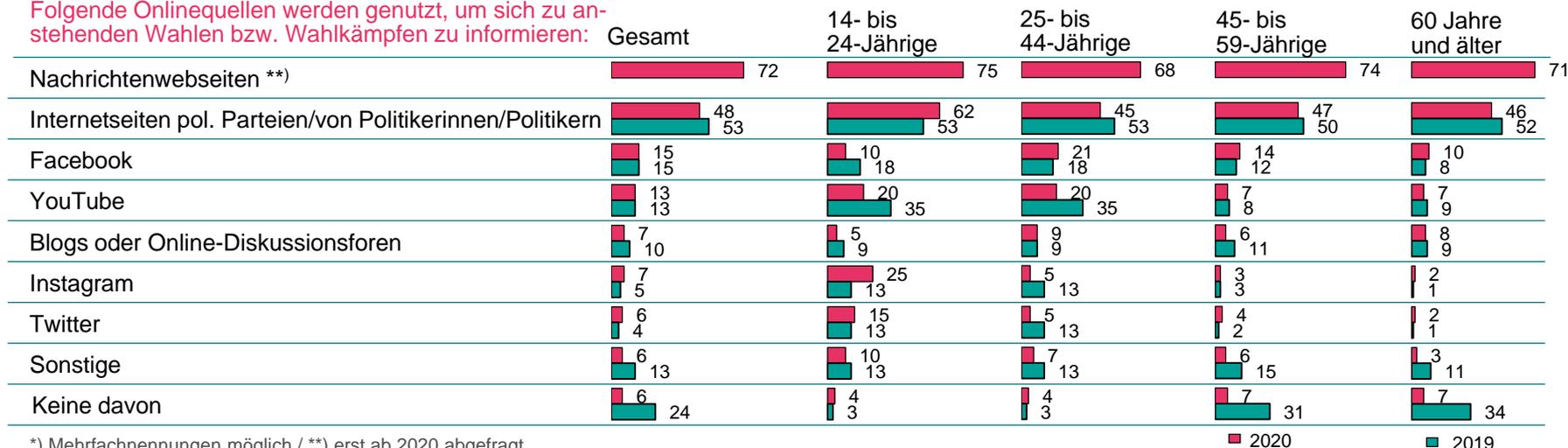
*) Mehrfachnennungen möglich / **) erst ab 2020 abgefragt

Basis: 2020: 720 Befragte / 2019: 741 Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien oder Webseiten von Nachrichten Anbietern zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen 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?“

3. BEVORZUGTE ONLINE-INFORMATIONSSQUELLEN ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN (2/2) *)

YouTube, Instagram oder Twitter werden überdurchschnittlich häufig von unter 25-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzer als Informationsquelle zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen genutzt.

Folgende Onlinequellen werden genutzt, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:



*) Mehrfachnennungen möglich / **) erst ab 2020 abgefragt

Basis: 2020: 720 Befragte / 2019: 741 Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien oder Webseiten von Nachrichten Anbietern zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen 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?“

4. IDENTIFIKATIONSMERKMALE POLITISCHER WAHLWERBUNG (1/2)

Am häufigsten wurde die wahrgenommene politische Wahlwerbung anhand des Partei-Logos als solche identifiziert. Hingegen haben nur 38 Prozent Wahlwerbung erkannt, weil sie als solche gekennzeichnet war.

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

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Partei-Logo war zu sehen	71	59	74	74	68
Inhalt wurde von einer/m Politiker(in) präsentiert	58	54	59	59	57
es handelte sich um ein Politisches Thema	50	61	48	50	49
Inhalt war als Anzeige gekennzeichnet	38	37	38	39	36
sonstiges	1		1		2

*) geringe Basis

Basis: 446 Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben

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

4. IDENTIFIKATIONSMERKMALE POLITISCHER WAHLWERBUNG (2/2)

Unter 25-jährige Internetnutzer haben überdurchschnittlich häufig politische Wahlwerbung daran erkannt, weil der Inhalt als Anzeige gekennzeichnet war.

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

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
Partei-Logo war zu sehen	71	77	77	69	55
Inhalt wurde von einer/m Politiker(in) präsentiert	58	71	51	58	57
es handelte sich um ein Politisches Thema	50	60	51	38	49
Inhalt war als Anzeige gekennzeichnet	38	56	33	31	31
sonstiges	1	2	1	1	0

*) geringe Basis

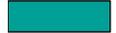
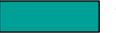
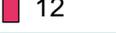
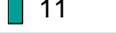
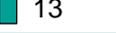
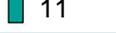
Basis: 446 Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben

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

5. AUSSAGEN ZU POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET (1/2)

Jeweils eine große Mehrheit ist der Meinung, dass politische Werbung im Internet als solche gekennzeichnet werden, von allen Parteien sichtbar sein und kostenlos ausgespielt werden muss und nur auf die Zeit vor den Wahlen beschränkt sein soll.

Den folgenden Aussagen stimmen Befragte voll und ganz bzw. eher zu: Werbung im Internet...

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
... sollte gekennzeichnet werden müssen.	 89	 86	 89	 90	 87
... aller Parteien muss sichtbar sein.	 83	 87	 82	 82	 83
... muss kostenlos ausgespielt werden und Plattformen dürfen nicht an dieser verdienen	 77	 77	 77	 75	 79
... soll nur im Vorfeld von Wahlen erlaubt sein.	 74	 75	 74	 74	 74
... darf nicht personalisiert ausgespielt werden.	 70	 69	 70	 68	 71
... sollte zu kommerzieller Werbung gleichbehandelt werden.	 38	 39	 38	 40	 36
... sollte unreguliert bleiben	 33	 37	 33	 36	 30
... soll verboten werden	 12	 13	 11	 13	 11

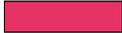
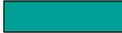
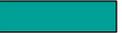
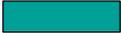
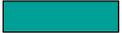
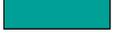
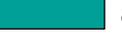
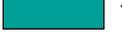
Basis: 1.010 Befragte

Frage 6: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung nach verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

5. AUSSAGEN ZU POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET (2/2)

Vor allem unter 25-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer sind seltener der Meinung, dass politische Werbung im Internet nur im Vorfeld von Wahlen erlaubt sein soll.

Den folgenden Aussagen stimmen Befragte voll und ganz bzw. eher zu: Werbung im Internet...

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
... sollte gekennzeichnet werden müssen.	 89	 92	 89	 88	 87
... aller Parteien muss sichtbar sein.	 83	 81	 84	 82	 83
... muss kostenlos ausgespielt werden und Plattformen dürfen nicht an dieser verdienen	 77	 80	 80	 74	 76
... soll nur im Vorfeld von Wahlen erlaubt sein.	 74	 63	 75	 71	 80
... darf nicht personalisiert ausgespielt werden.	 70	 66	 77	 70	 64
... sollte zu kommerzieller Werbung gleichbehandelt werden.	 38	 31	 36	 40	 40
... soll unreguliert bleiben	 33	 26	 28	 35	 39
... soll verboten werden	 12	 9	 9	 13	 13

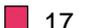
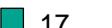
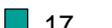
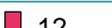
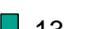
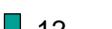
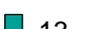
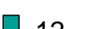
Basis: 1.010 Befragte

Frage 6: „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung nach verfahren werden? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

6. AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET (1/2)

Die überwiegende Mehrheit der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer teilt nach wie vor die Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden könnten und dass politische Desinformation die Demokratie bedroht.

Den folgenden Aussagen stimmen Befragte voll und ganz bzw. eher zu:

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Ich habe Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden.	 86	 81	 87	 87	 86
	 82	 79	 83	 81	 83
Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie	 83	 81	 83	 83	 83
	 81	 77	 81	 79	 82
Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.	 17	 18	 16	 17	 16
	 17	 19	 17	 17	 18
Ich verstehe die Aufregung nicht – Politische Desinformationskampagnen haben keinen nennenswerten Einfluss auf die Wahlentscheidung von Wählern.	 10	 10	 10	 12	 8
	 13	 15	 12	 13	 12

Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

Frage 7: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, ob und wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

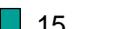
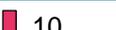
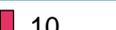
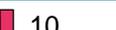
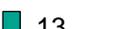
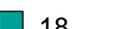
 2020

 2019

6. AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET (2/2)

Die Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden könnten und dass politische Desinformation die Demokratie bedroht, wird von allen Altersgruppen tendenziell unverändert gleich stark geteilt.

Den folgenden Aussagen stimmen Befragte voll und ganz bzw. eher zu:

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
Ich habe Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden.	 86	 86	 84	 86	 89
	 82	 85	 77	 80	 87
Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie	 83	 87	 81	 82	 84
	 81	 85	 78	 81	 81
Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.	 17	 13	 18	 16	 17
	 17	 19	 15	 17	 19
Ich verstehe die Aufregung nicht – Politische Desinformationskampagnen haben keinen nennenswerten Einfluss auf die Wahlentscheidung von Wählern.	 10	 4	 10	 10	 14
	 13	 9	 7	 13	 18

 2020

 2019

Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

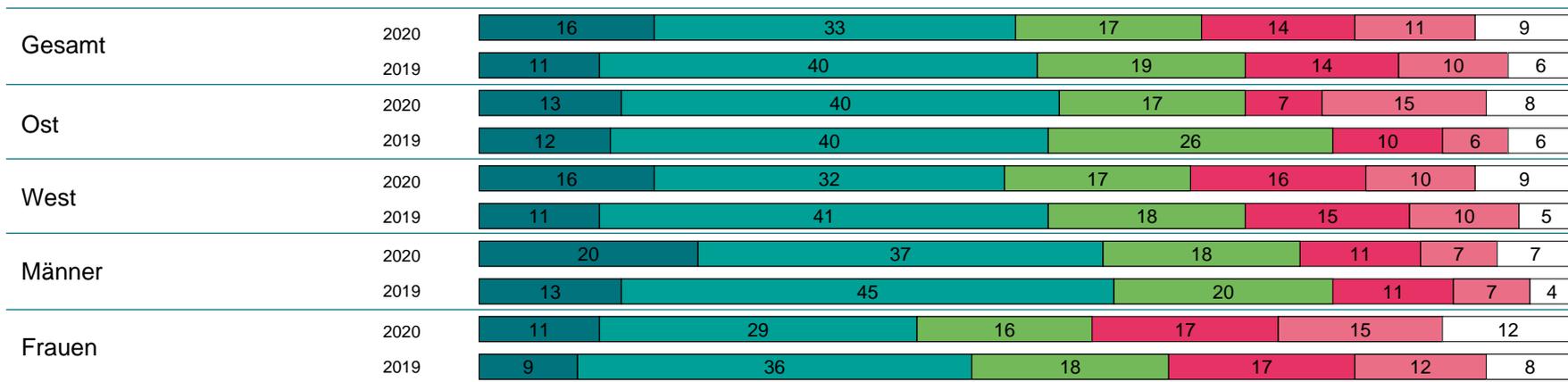
Frage 7: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, ob und wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

7. WAHRNEHMUNG VON POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET(1)

Die Mehrheit der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer gibt an, dass ihnen persönlich schon einmal politische motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen sind – Männer häufiger als Frauen.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen:

■ häufig
 ■ gelegentlich
 ■ selten
 ■ bisher noch nie, hatten es aber schon vermutet
 ■ noch nie und auch nicht vermutet
 weiß nicht/k. A.



Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

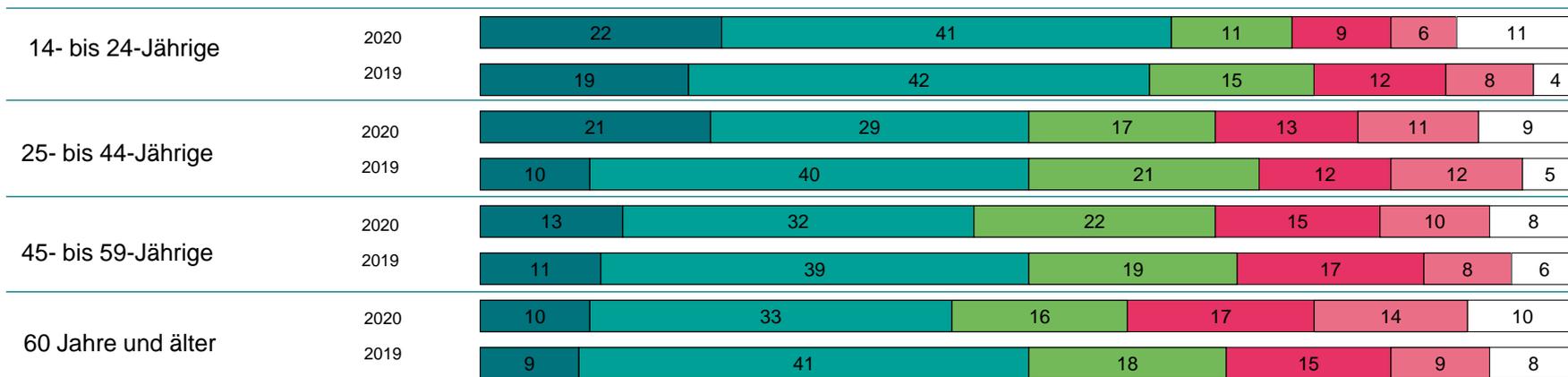
Frage 8: „Wie häufig sind Ihnen persönlich schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen – z. B. auf Webseiten, in Blogs, in sozialen Netzwerken oder in Internetforen?“

7. WAHRNEHMUNG VON POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET(2)

Die Mehrheit der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer gibt an, dass ihnen persönlich schon einmal politische motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen sind.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen:

■ häufig
 ■ gelegentlich
 ■ selten
 ■ bisher noch nie, hatten es aber schon vermutet
 ■ noch nie und auch nicht vermutet
 weiß nicht/k. A.



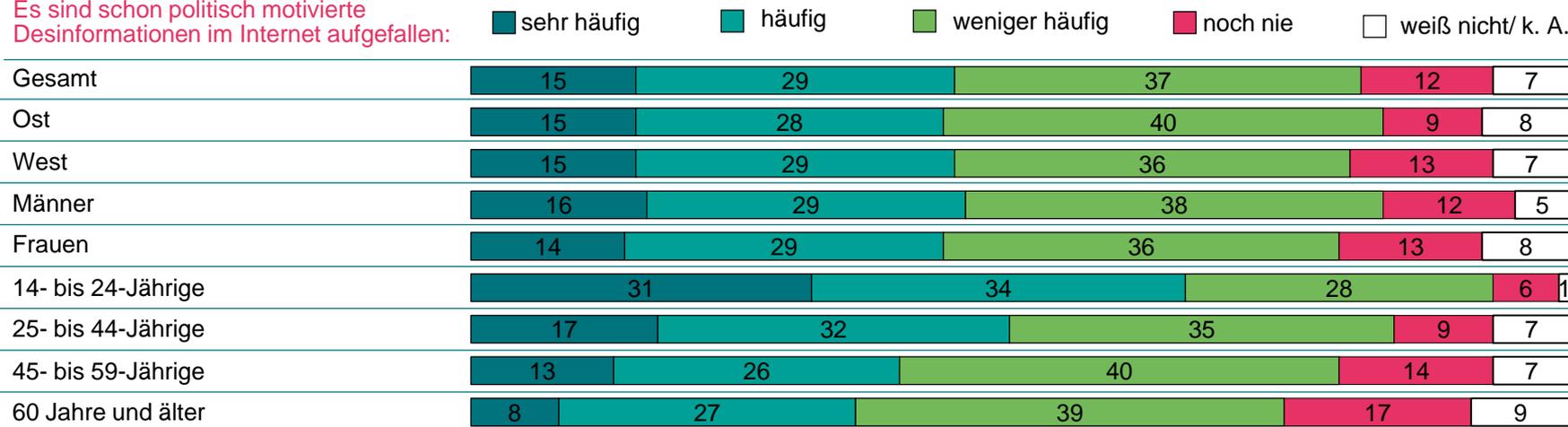
Basis: 2020: 1.010 Befragte / 2019: 1.002 Befragte

Frage 8: „Wie häufig sind Ihnen persönlich schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen – z. B. auf Webseiten, in Blogs, in sozialen Netzwerken oder in Internetforen?“

8. WAHRNEHMUNG VON DESINFORMATION ZUM CORONAVIRUS

81 Prozent der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer geben an, dass ihnen persönlich schon einmal Desinformationen zum Coronavirus im Internet aufgefallen sind.

Es sind schon politisch motivierte
Desinformationen im Internet aufgefallen:



Basis: 1.010 Befragte

Frage 9: „In Krisenzeiten haben Desinformationen Hochkonjunktur. Wie häufig haben Sie persönlich schon Desinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, zum Coronavirus im Internet gesehen oder erhalten – z.B. auf Webseiten, in Blogs, in sozialen Netzwerken, Messengern oder in Internetforen?“

9. BISH. VERHALTEN BEIM WAHRNEHMEN VON DESINFORMATION ZUM CORONAVIRUS (1/2)

Gut jede/r zweite befragte Internetnutzerin oder -nutzer, der schon einmal eine irreführende Nachricht zum Coronavirus im Internet wahrgenommen hat, hat sich auch schon einmal näher mit dieser befasst.

Befragte haben schon einmal:

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Sich näher mit der Nachricht befasst.	 52	 55	 51	 52	 52
auf eine solche Nachricht geantwortet, um diese zu kritisieren	 18	 20	 18	 21	 15
eine solche Nachricht für echt gehalten und geteilt	 13	 11	 13	 12	 14
eine solche Nachricht bzw. deren Verfasser bei dem entsprechenden Portal gemeldet	 9	 14	 9	 13	 6
eine solche Nachricht für falsch gehalten, aber sie dennoch geteilt	 5	 7	 4	 7	 2
auf eine solche Nachricht geantwortet, um diese zu unterstützen	1	2	1	1	2
nichts davon	 32	 34	 32	 30	 35

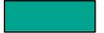
Basis: 813 Befragte, die schon einmal Desinformation zum Coronavirus im Internet wahrgenommen haben.

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

9. BISH. VERHALTEN BEIM WAHRNEHMEN VON DESINFORMATION ZUM CORONAVIRUS (2/2)

Vor allem unter 25-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer haben sich schon einmal bewusst mit einer irreführenden Nachricht zum Coronavirus auseinandergesetzt.

Den folgenden Aussagen stimmen Befragte voll und ganz bzw. eher zu:

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
sich näher mit der Nachricht befasst.	 52	 74	 53	 49	 42
auf eine solche Nachricht geantwortet, um diese zu kritisieren	 18	 22	 27	 16	 11
eine solche Nachricht für echt gehalten und geteilt	 13	 18	 13	 11	 14
eine solche Nachricht bzw. deren Verfasser bei dem entsprechenden Portal gemeldet	 9	 16	 16	 6	 3
eine solche Nachricht für falsch gehalten, aber sie dennoch geteilt	 5	 10	 3	 4	 3
auf eine solche Nachricht geantwortet, um diese zu unterstützen	 1	 1	 3	 1	
nichts davon	 32	 17	 25	 35	 46

Basis: 813 Befragte, die schon einmal Desinformation zum Coronavirus im Internet wahrgenommen haben.

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

VIELEN DANK

Landesanstalt für Medien NRW

Dr. Meike Isenberg

Leiterin Forschung

Zollhof 2

D-40221 Düsseldorf

T +49 211 77007 – 185

M meike.isenberg@medienanstalt-nrw.de

W www.medienanstalt-nrw.de