



INFORMATIONSV ERHALTEN BEI WAHLEN UND POLITISCHE DESINFORMATION 2022: NRW

Zentrale Untersuchungsergebnisse

Auftraggeberin: Landesanstalt für Medien NRW

10.05.2022

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Zielgruppe:

Deutschsprachige private Internetnutzer
ab 14 Jahren in Nordrhein-Westfalen

Stichprobengröße:

LTW NRW 22: 1.000 Befragte (Nordrhein-Westfalen)
BTW 21: 1.008 Befragte (deutschlandweit)

Befragungsmethode:

Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Befragungszeitraum:

LTW NRW 22: 11. bis 20. April 2022 (vor der LTW)
BTW 21: 20. bis 24. September 2021 (vor der BTW)

Gewichtung:

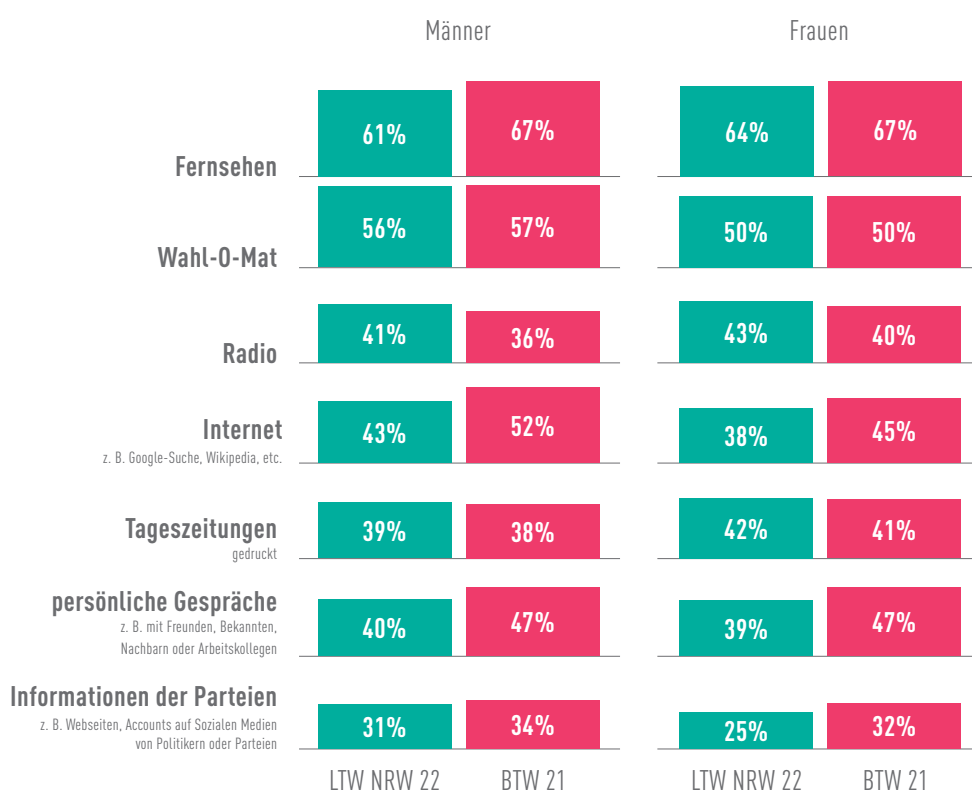
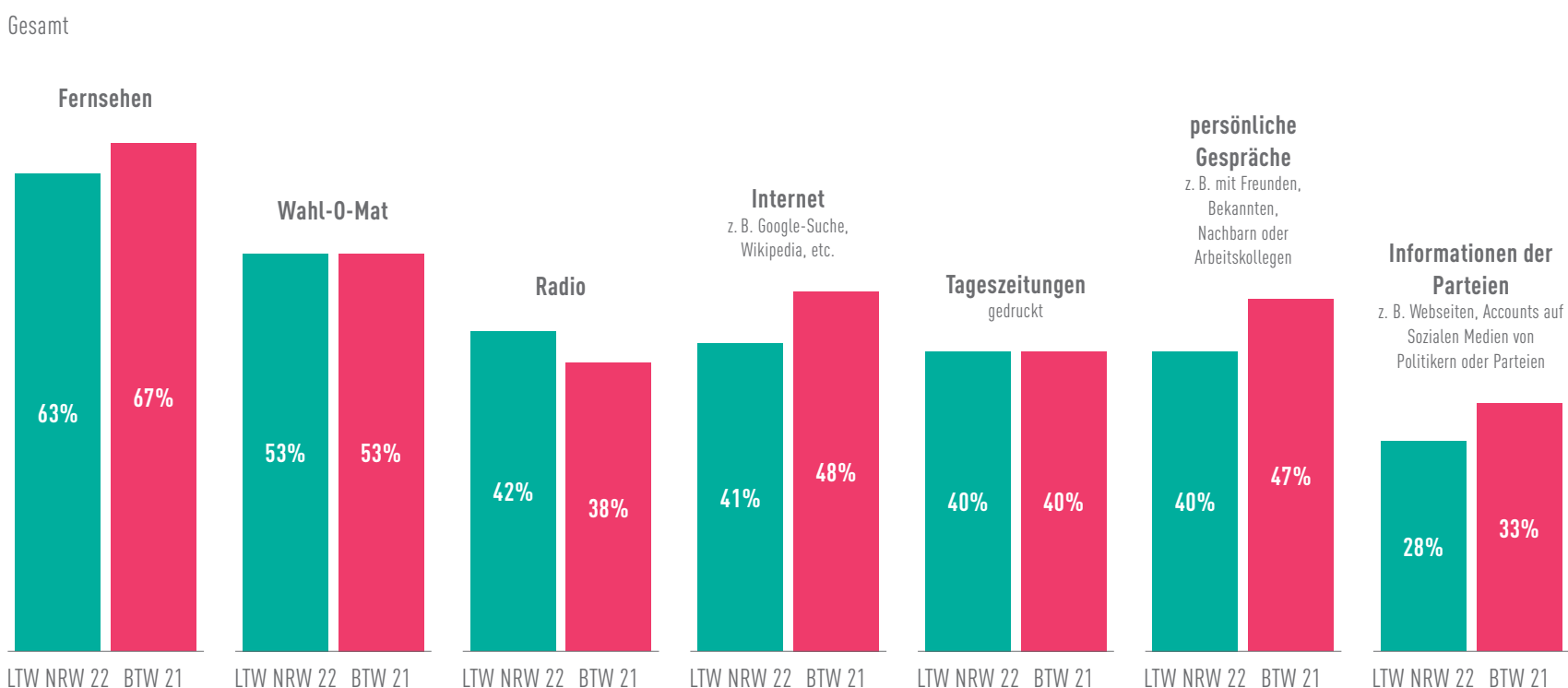
nach Region, Alter und Geschlecht

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

VERGLICHEN MIT DER UMFRAGE VOR DER BTW 2021 WERDEN VOR DER LTW IN NRW 2022 SELTENER INTERNET UND PERSÖNLICHE GESPRÄCHE ALS INFOQUELLEN GENANNT.

INFORMATIONEN DER PARTEIEN WERDEN VON MÄNNERN AKTUELL JETZT (NOCH) ÖFTER GENANNT ALS VON FRAUEN. KEINE UNTERSCHIEDE ZU 2021 GIBT ES BEIM WAHL-O-MAT SOWIE GEDRUCKTEN TAGESZEITUNGEN.

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



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

*1) Mehrfachnennungen möglich / Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

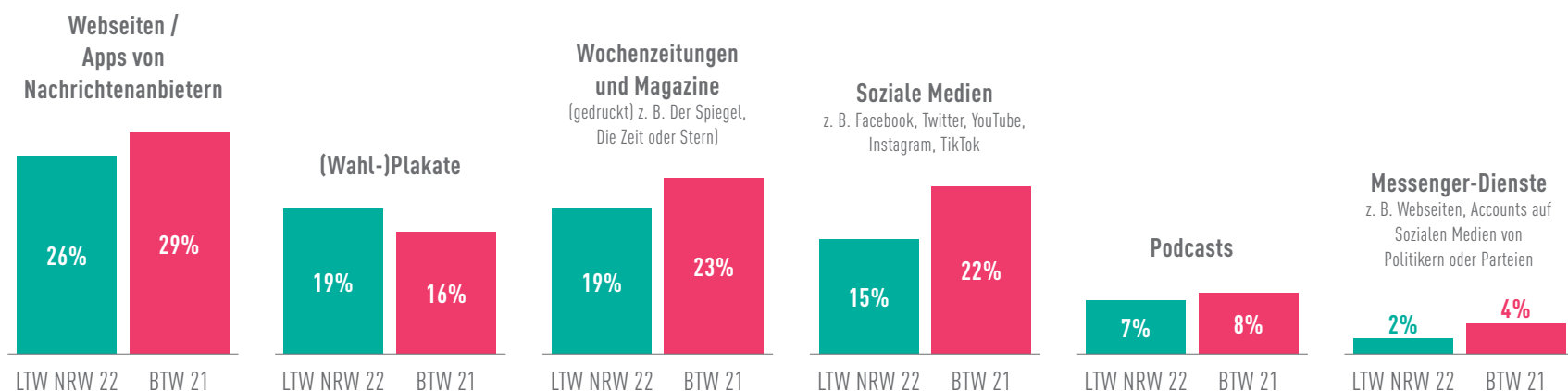
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (2/2)*

SOZIALE MEDIEN DIENEN AKTUELL IN NRW SELTENER ALS INFOQUELLEN ALS VOR DER BTW 2021.

(WAHL-)PLAKATE WERDEN VON MÄNNERN AKTUELL HÄUFIGER GENANNT ALS BEI DER DEUTSCHLANDWEITEN UMFRAGE IN 2021.

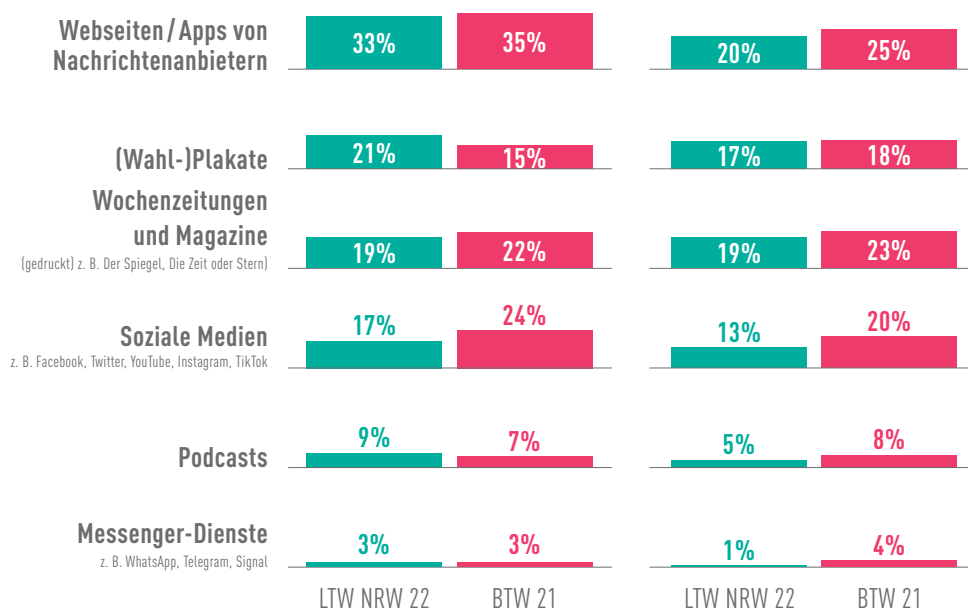
Es nutzen folgende Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

Gesamt



Männer

Frauen



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

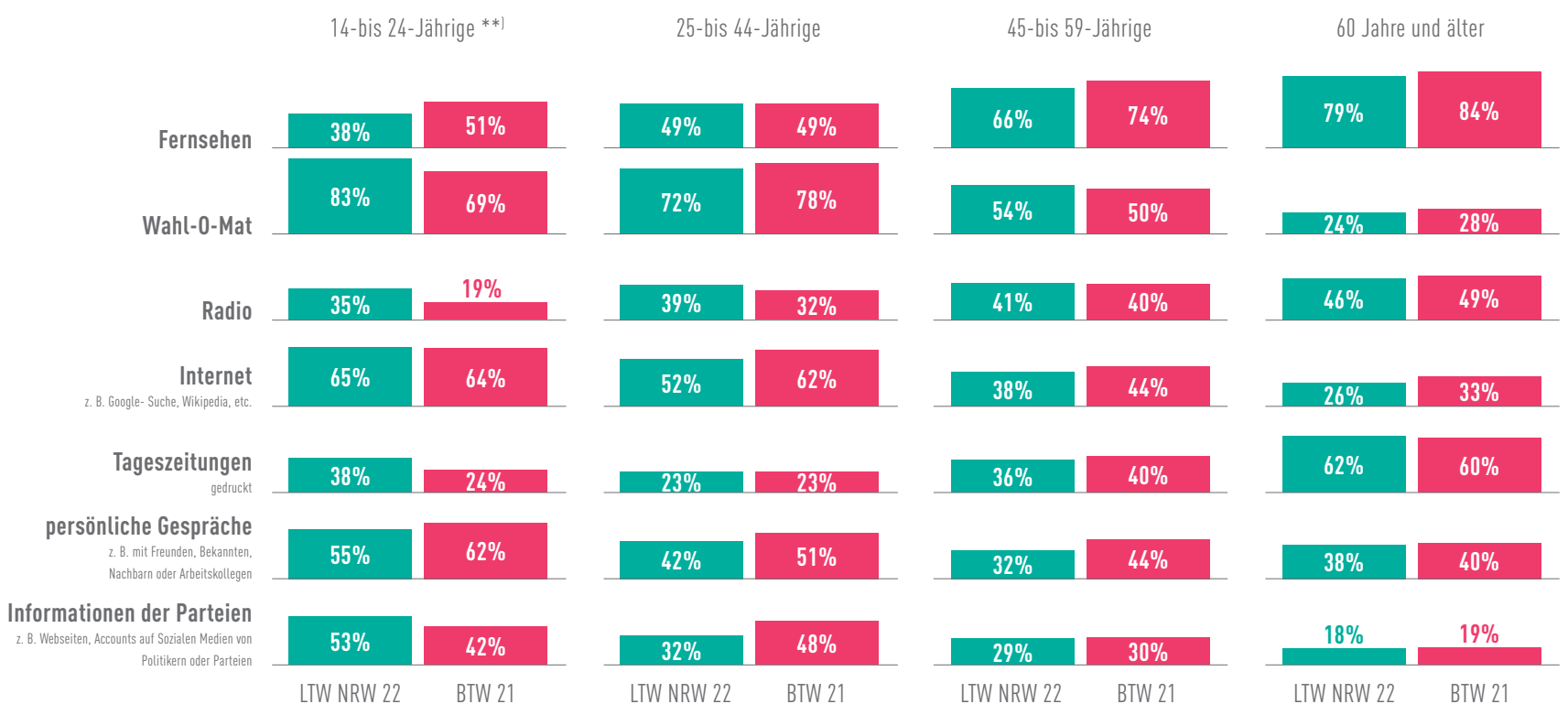
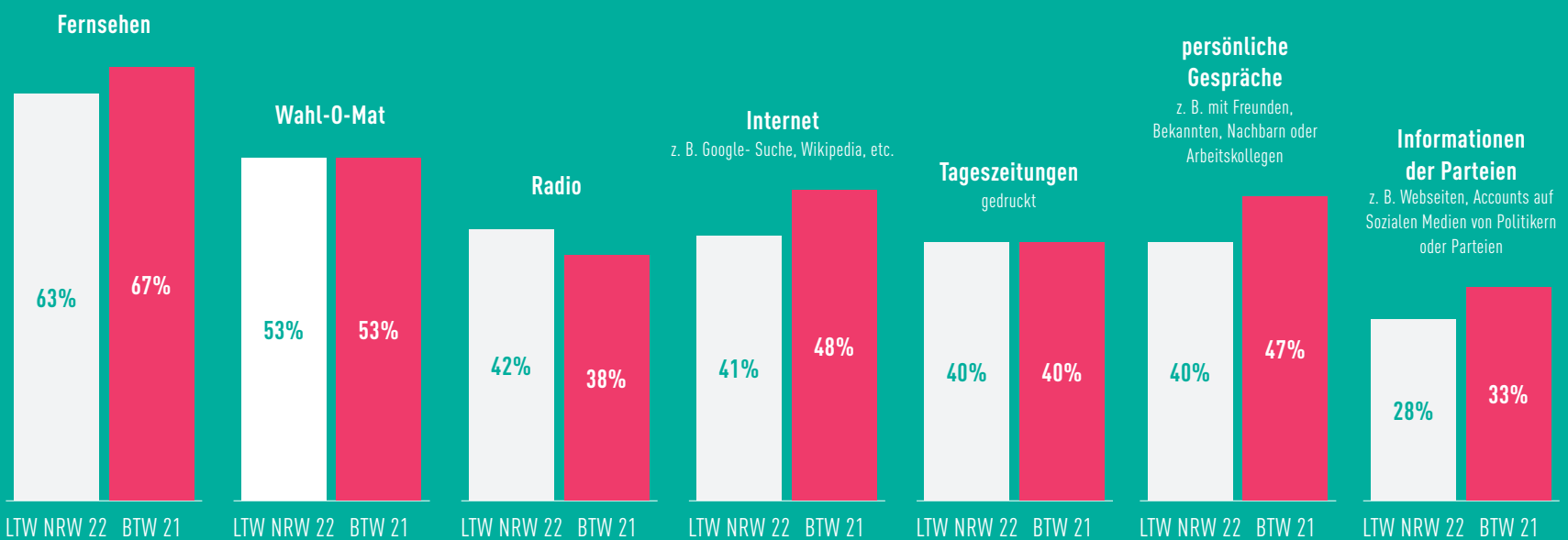
*1) Mehrfachnennungen möglich / Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

FERNSEHEN WIRD VOR ALLEM BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN IN NRW (TENDENZIELL) SELTENER ALS INFOQUELLE GENANNT ALS IN 2021 –

UND HÄUFIGER WAHL-O-MAT, RADIO, TAGESZEITUNGEN UND INFORMATIONEN DER PARTEIEN. INFORMATIONEN DER PARTEIEN WERDEN HINGEGEN VON DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN AKTUELL IN NRW SELTENER ALS IN 2021 VOR DER BTW GENUTZT.

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

Gesamt



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

*1) Mehrfachnennungen möglich / **1) geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

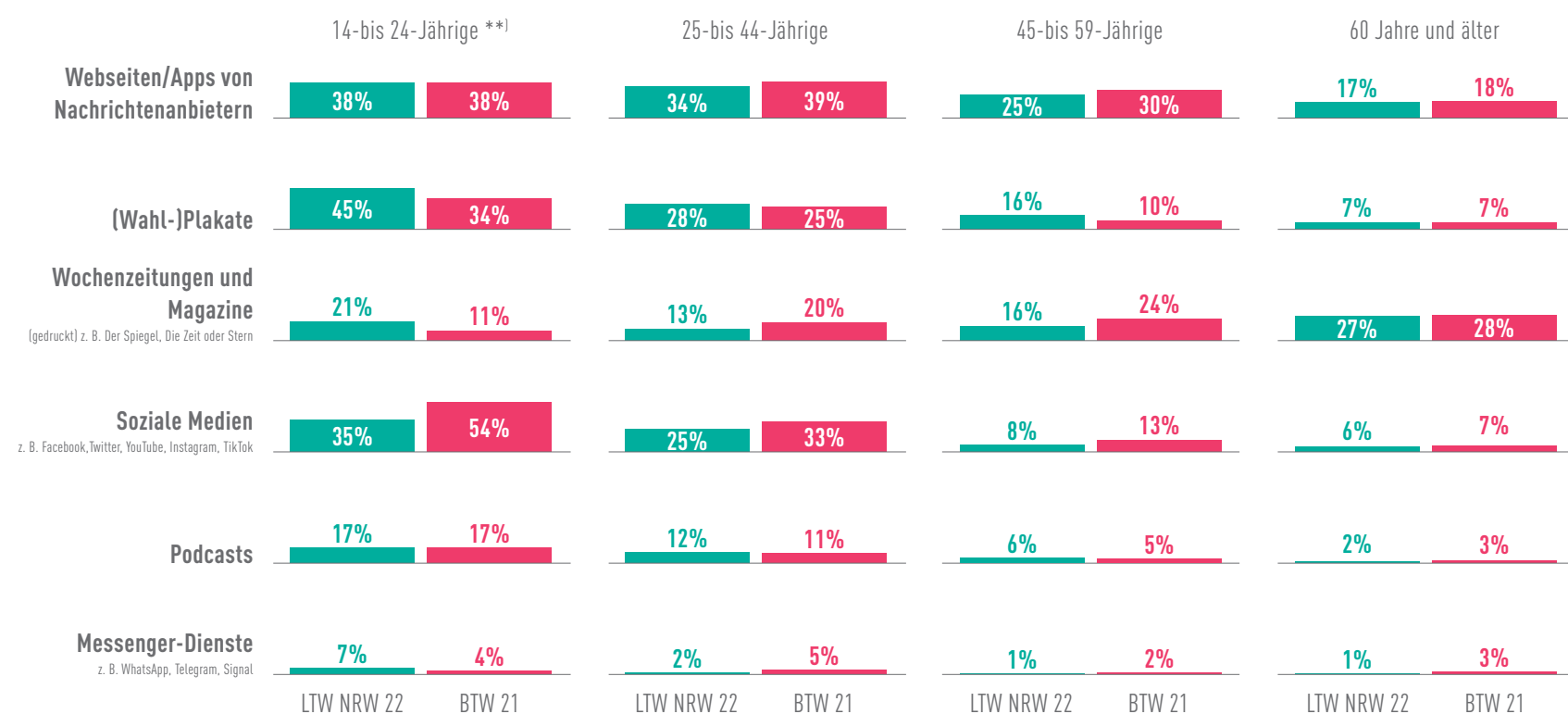
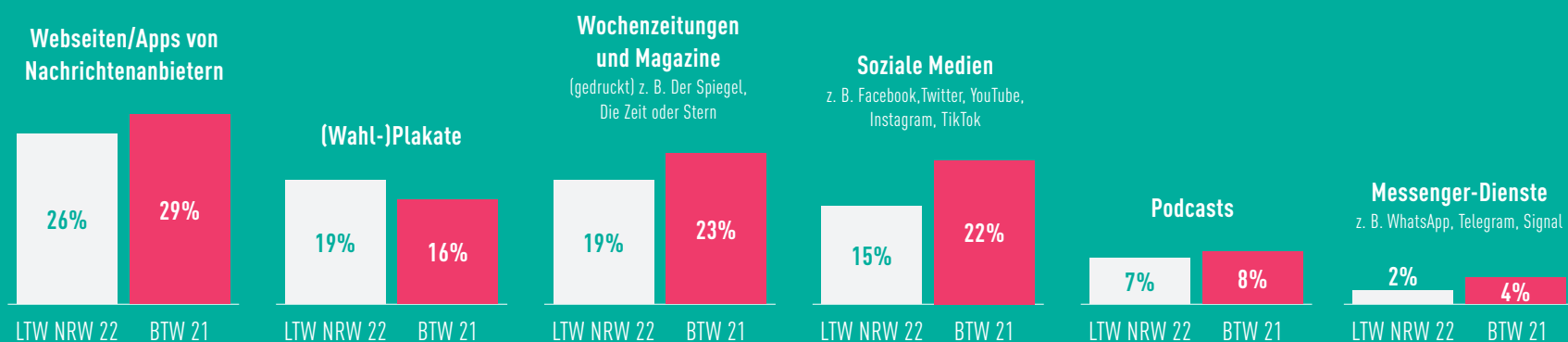
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Alter (2/2)*)

SOZIALE MEDIEN SPIELEN (TENDENZIELL) BEI UNTER 25-JÄHRIGEN IN NRW VOR DER LTW EINE DEUTLICH GERINGERE ROLLE ALS DIES VOR DER BTW IN 2021 DER FALL WAR.

DAFÜR WERDEN VON IHNEN WOCHENZEITUNGEN WIE AUCH (WAHL-)PLAKATE HÄUFIGER GENUTZT BZW. WAHRGENOMMEN.

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

Gesamt



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

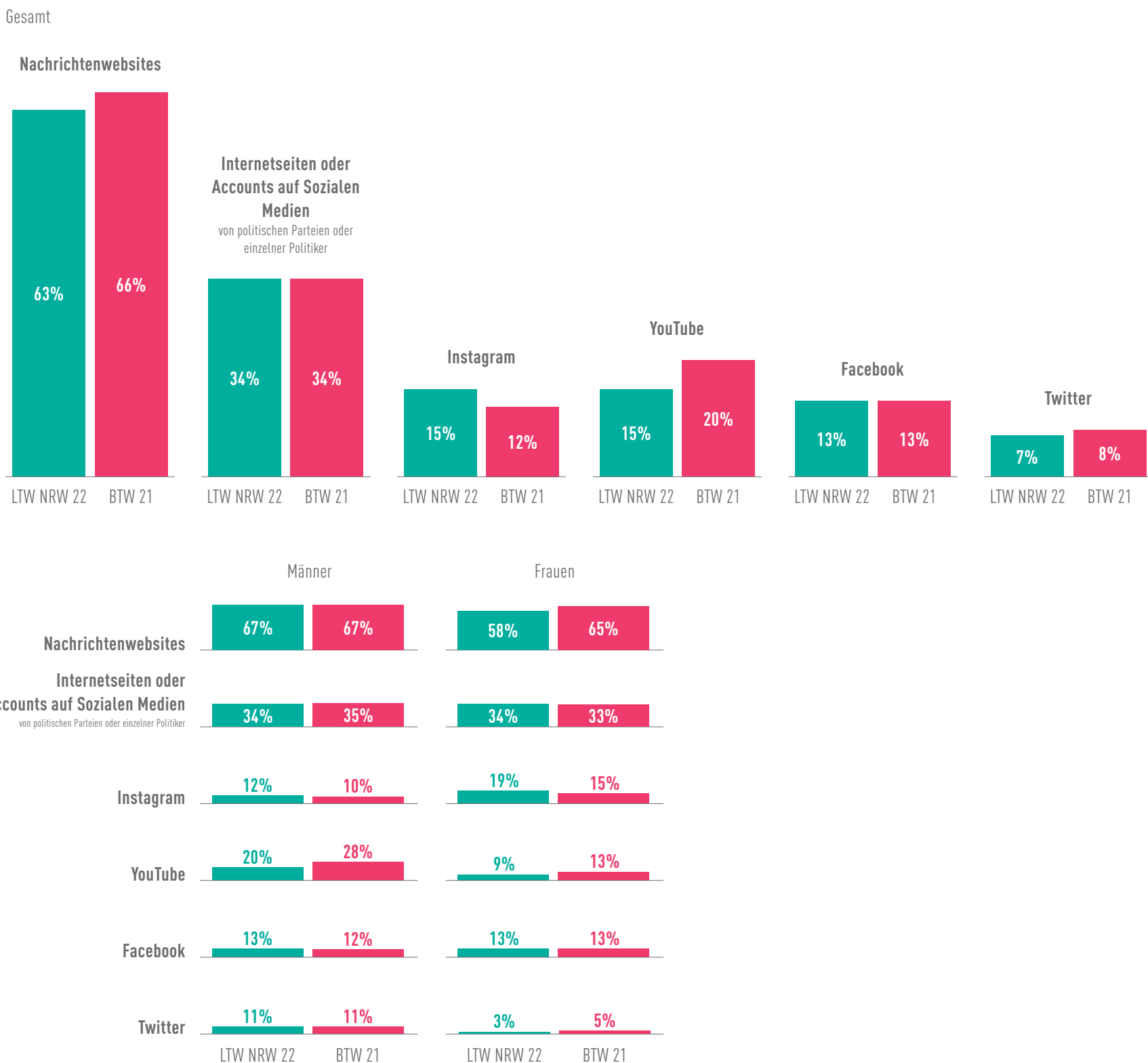
*1) Mehrfachnennungen möglich / **1) geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

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

UNTER DEN ONLINE-QUELLEN DOMINIEREN AUCH VOR DER LTW IN NRW DIE NACHRICHTENWEBSITES, WOBEI DIESE AKTUELL VON FRAUEN SELTENER GENANNT WERDEN.

WÄHREND SICH BEI FACEBOOK UND TWITTER KEIN UNTERSCHIED ZUR DEUTSCHLANDWEITEN
UMFRAGE IN 2021 ABZEICHNET, WIRD YOUTUBE AKTUELL ETWAS SELTENER GENANNT, VOR ALLEM
VON MÄNNERN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich über die Landtagswahl in NRW 2022 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 über die Landtagswahl in NRW informieren möchten?“

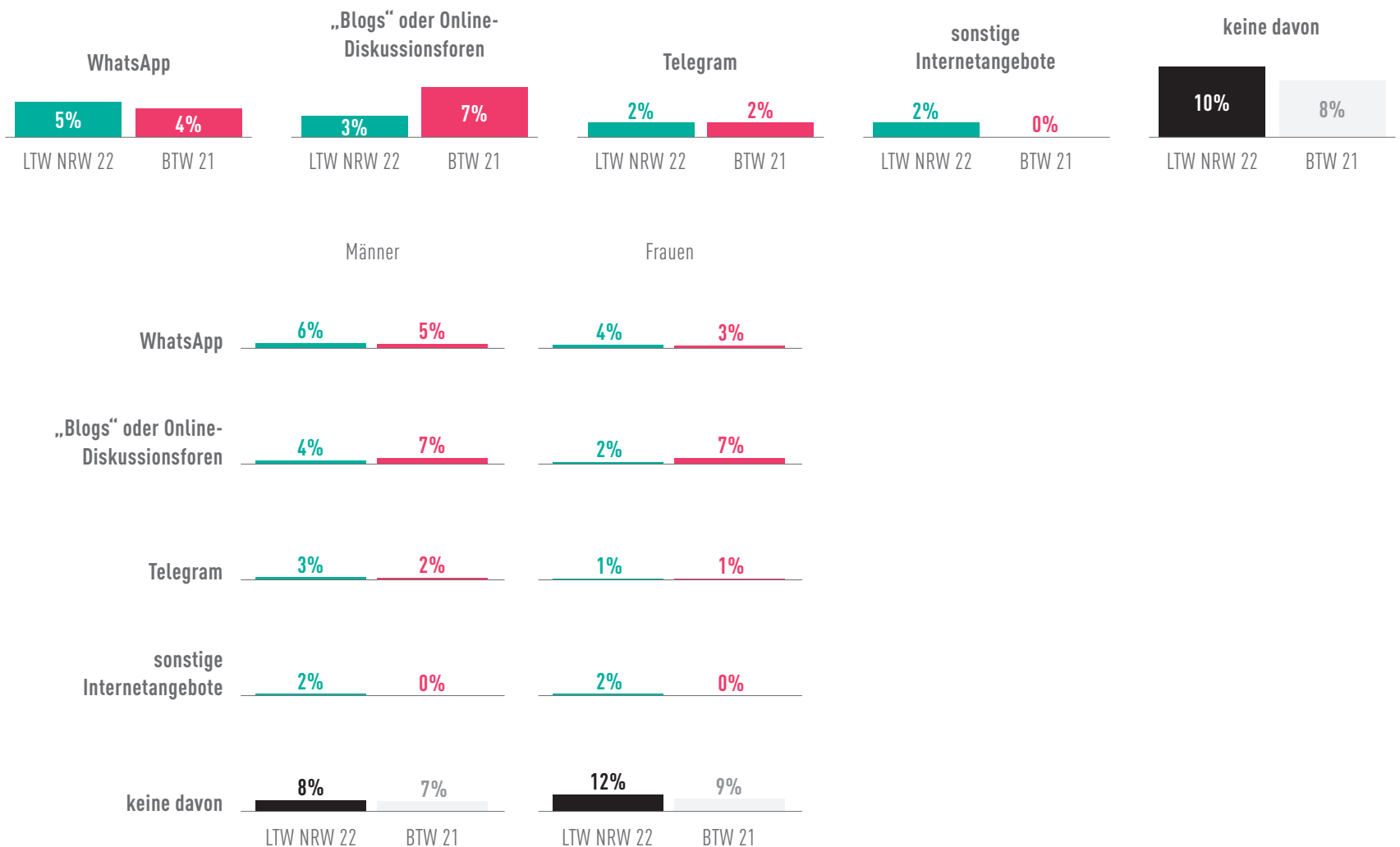
*) Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind alle Nennungen ab 2 Prozent bei Gesamt Basis: jeweils Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien, Webseiten von Nachrichten Anbietern oder Messengerdiensten zur Landtagswahl in NRW informieren; LTW NRW 22: 563 Befragte, BTW 21: 622 Befragte

AUCH VOR DER LTW IN NRW BEWEGEN SICH WHATSAPP, BLOGS, TELEGRAM UND SONSTIGE INTERNETANGEBOTE IM EINSTELLIGEN BEREICH –

BZW. WERDEN BLOGS NOCH SELTENER GENANNT ALS IN 2021 VOR DER BTW.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich über die Landtagswahl in NRW 2022 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 über die Landtagswahl in NRW informieren möchten?“

*) Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind alle Nennungen ab 2 Prozent bei Gesamt Basis: jeweils Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien, Webseiten von Nachrichten Anbietern oder Messengerdienste zur Landtagswahl in NRW informieren; LTW NRW 22: 563 Befragte, BTW 21: 622 Befragte

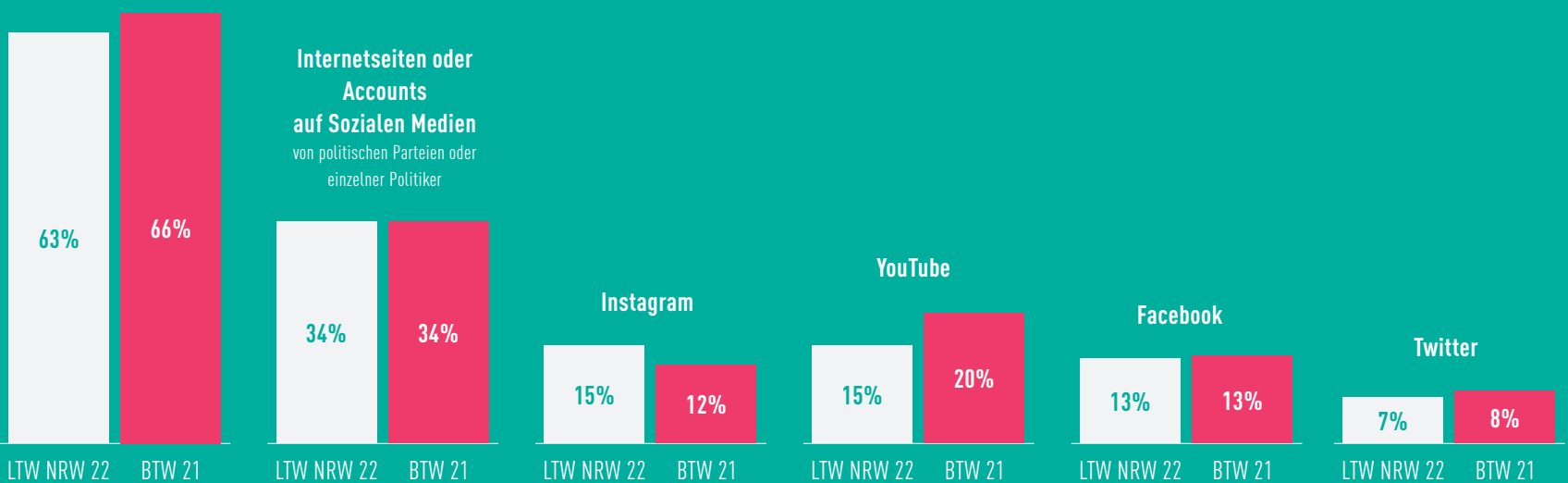
NUR VON DEN UNTER 25-JÄHRIGEN WERDEN NACHRICHTENWEBSITES MOMENTAN (TENDENZIELL) HÄUFIGER GENANNT, VON DEN ÄLTEREN HINGEGEN SELTENER.

UNTER 45-JÄHRIGE GEBEN JETZT INSTAGRAM ÖFTER AN, ETWAS SELTENER HINGEGEN YOUTUBE – WOBEI BEIDE BEI UNTER 25-JÄHRIGEN WEITERHIN EINE DEUTLICH GRÖßERE ROLLE ALS BEI ÄLTEREN SPIELTEN.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich über die Landtagswahl in NRW 2022 zu informieren:

Gesamt

Nachrichtenwebsites

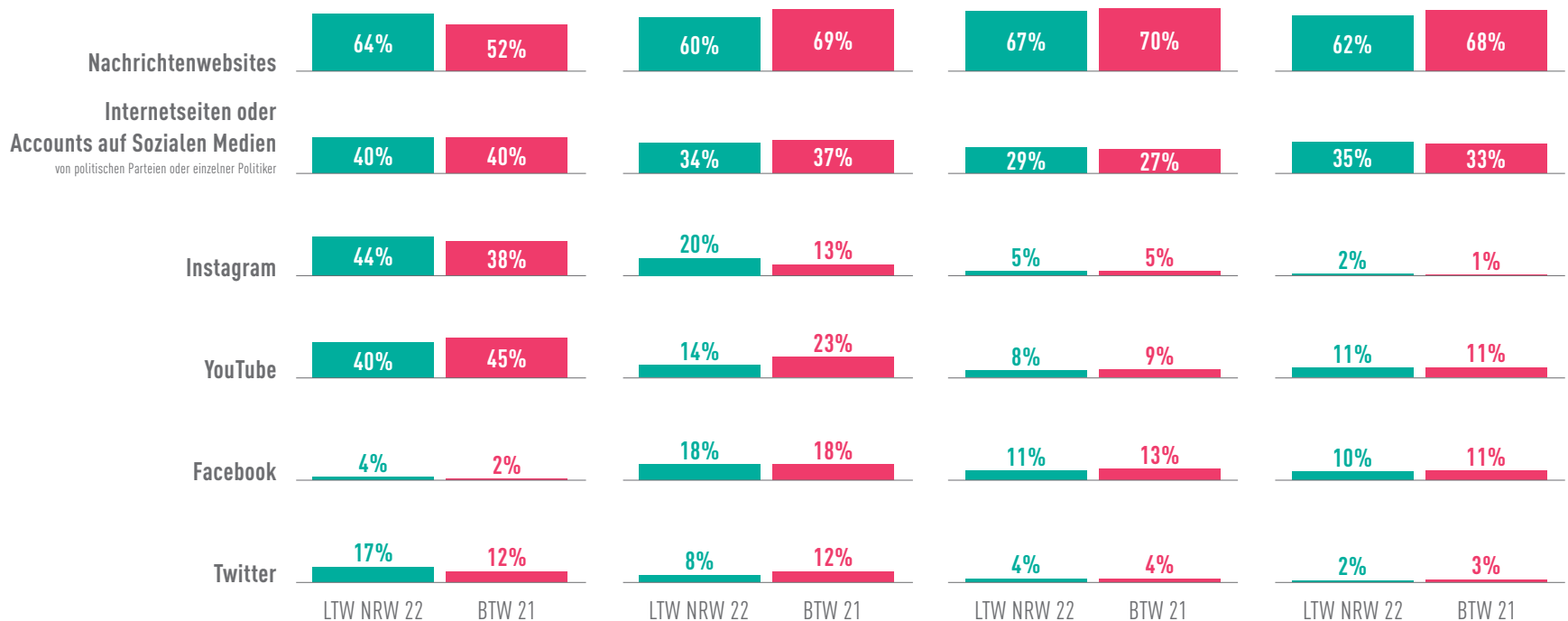


14-bis 24-Jährige **1

25-bis 44-Jährige

45-bis 59-Jährige

60 Jahre und älter



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 über die Landtagswahl in NRW informieren möchten?“

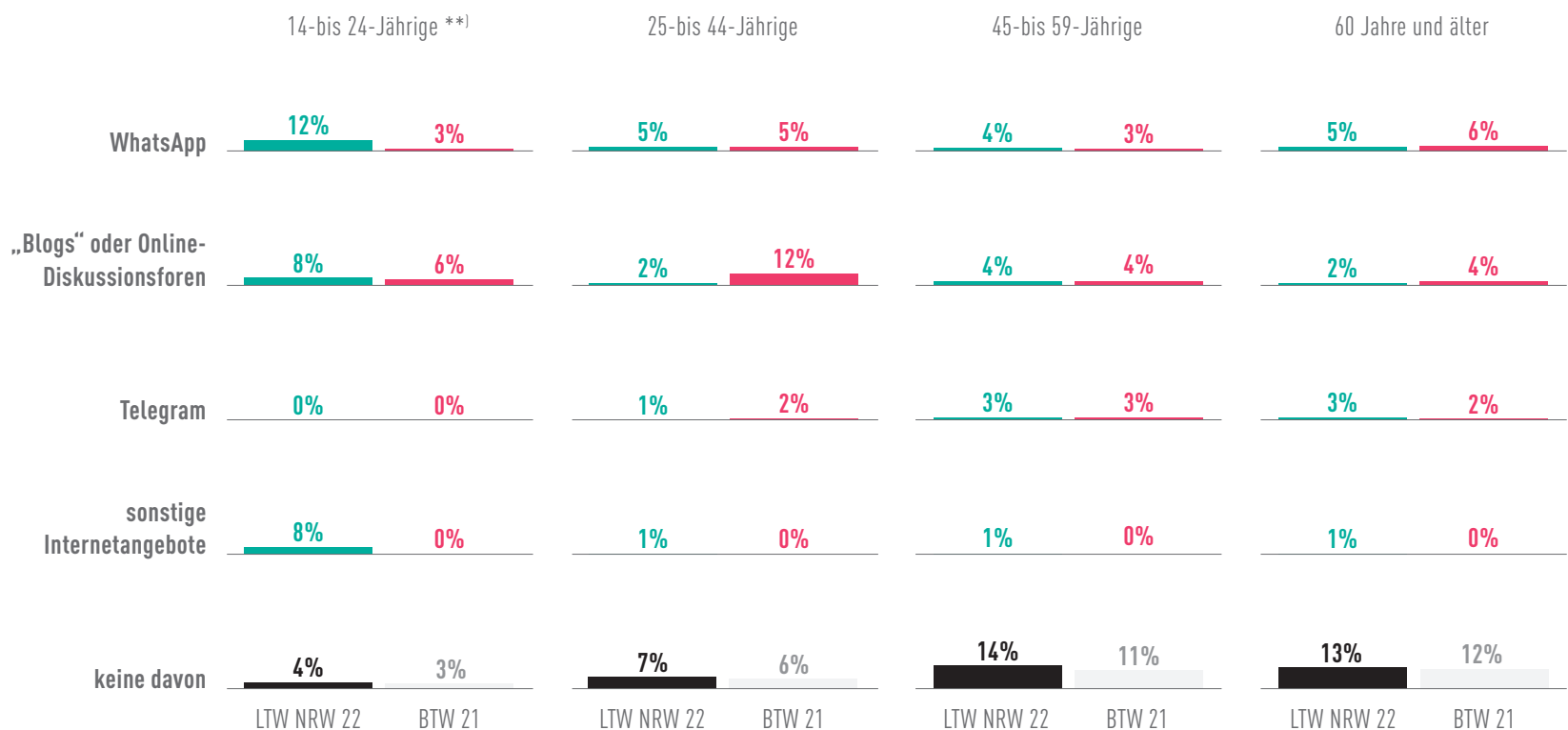
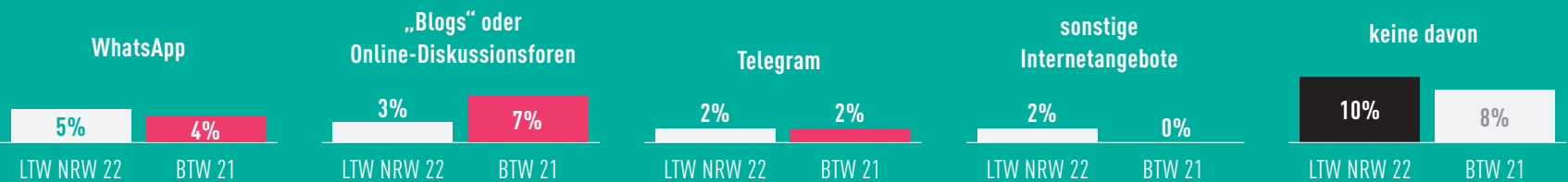
*1 Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind alle Nennungen ab 2 Prozent bei Gesamt / **1 geringe Basis in LTW NRW 22 Basis: jeweils Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien, Webseiten von Nachrichten Anbietern oder Messengerdiensten zur Landtagswahl in NRW informieren; LTW NRW 22: 563 Befragte, BTW 21: 622 Befragte

TENDENZIELL HÄUFIGER ALS VOR DER BTW 2021 WIRD WHATSAPP MOMENTAN VON UNTER 25-JÄHRIGEN ALS ONLINE-INFOQUELLE GENANNT.

BLOGS HABEN VOR DER LTW BEI 25- BIS 44-JÄHRIGEN EINE DEUTLICH
GERINGERE BEDEUTUNG ALS ONLINE-INFOQUELLE ALS VOR DER BTW 2021.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich über die Landtagswahl in NRW 2022 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 über die Landtagswahl in NRW informieren möchten?“

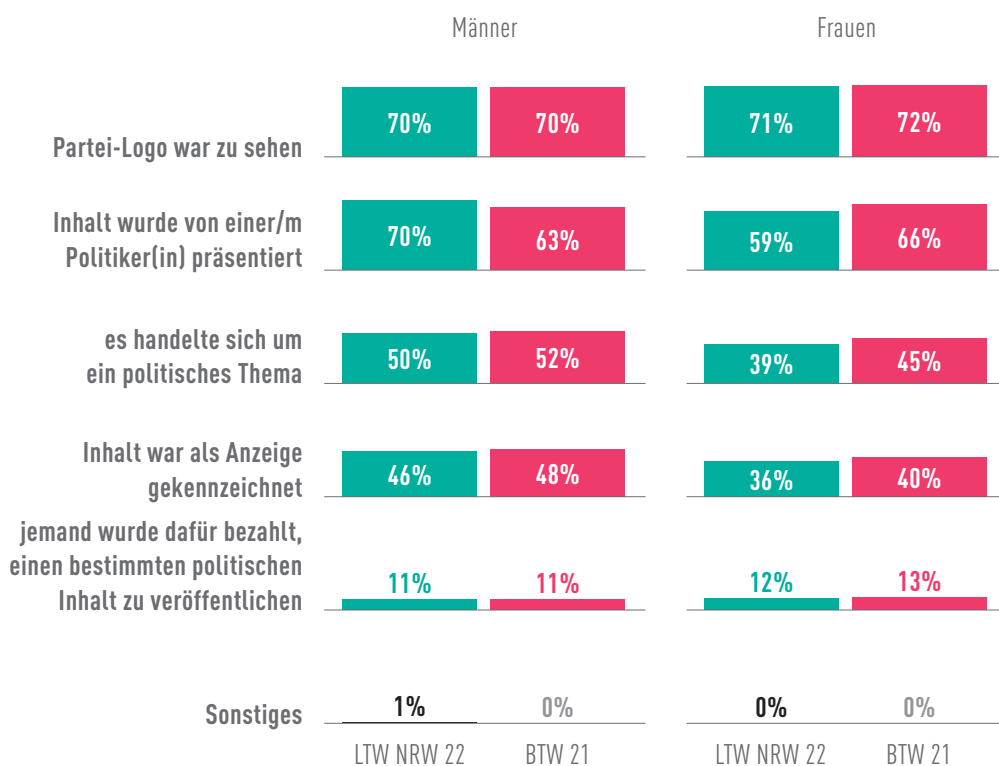
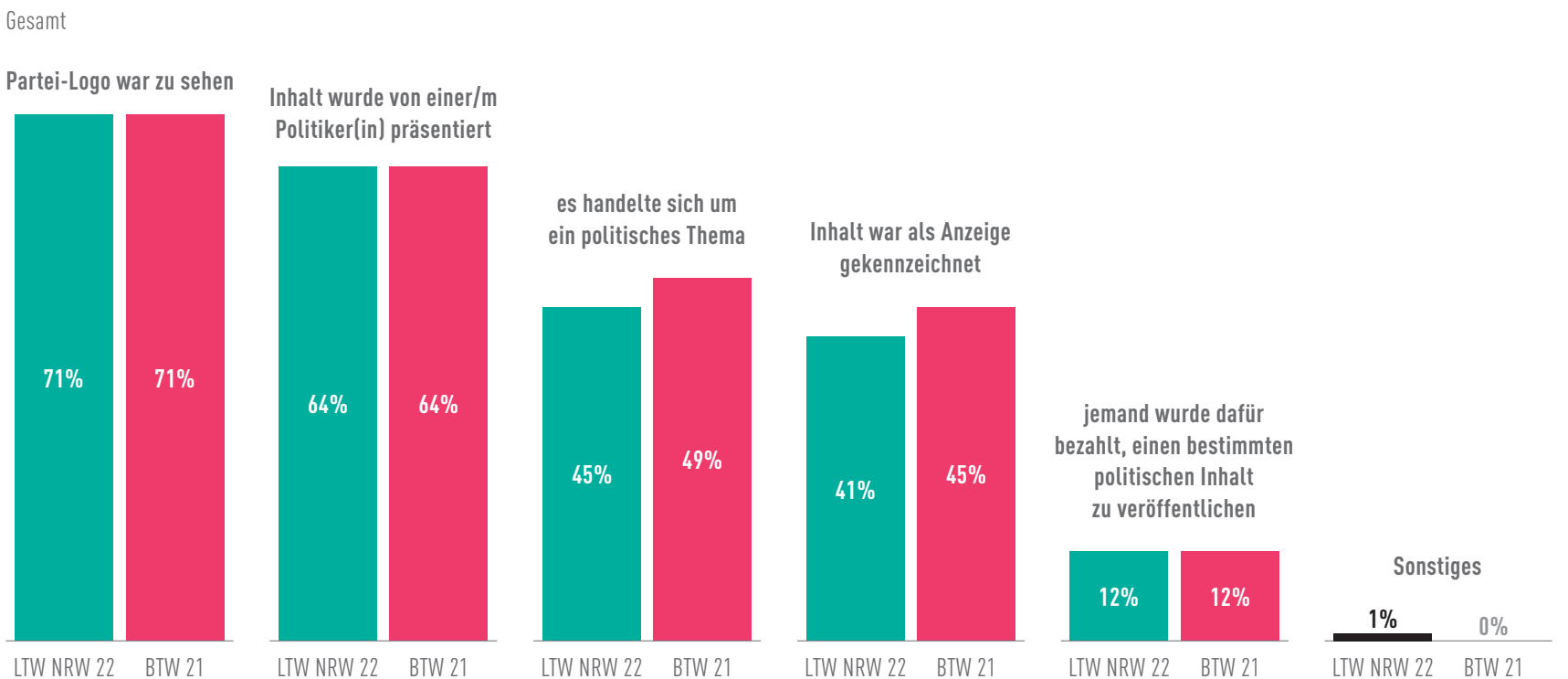
*1 Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind alle Nennungen ab 2 Prozent bei Gesamt / **1 geringe Basis in LTW NRW 22 Basis: jeweils Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien, Webseiten von Nachrichten Anbietern oder Messengerdiensten zur Landtagswahl in NRW informieren; LTW NRW 22: 563 Befragte, BTW 21: 622 Befragte

Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Geschlecht *)

KEIN UNTERSCHIED ZUR UMFRAGE VOR DER BTW 2021:

DIE IDENTIFIZIERUNG DER WAHLWERBUNG ANHAND DES PARTEI-LOGOS UND DIE PRÄSENTATION DURCH EIN(E) POLITIKER(IN) – WOBEI DIESE JETZT SELTENER VON FRAUEN GENANNT WIRD. VOR ALLEM FRAUEN GEBEN DAS POLITISCHE THEMA MOMENTAN SELTENER AN.

Es haben anhand der folgenden Kriterien 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?“

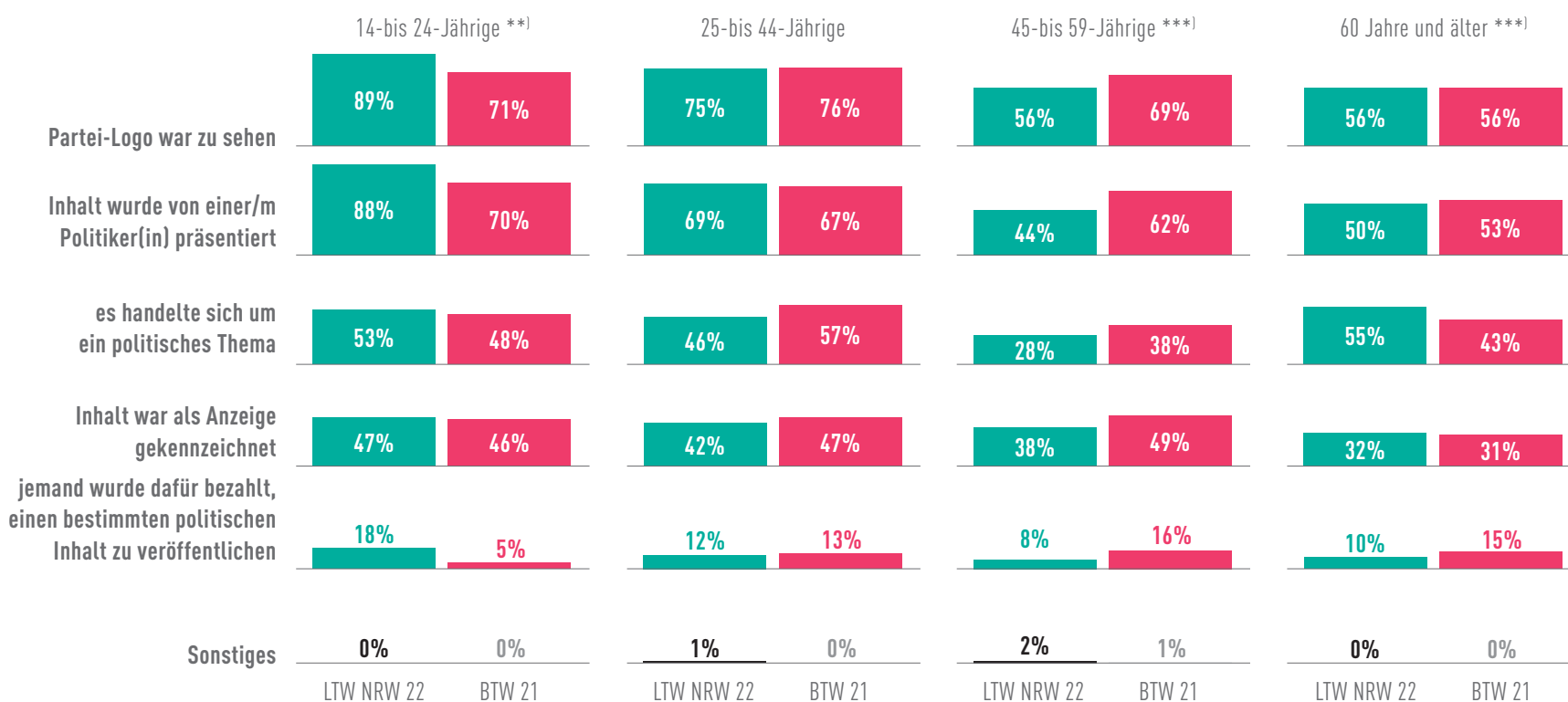
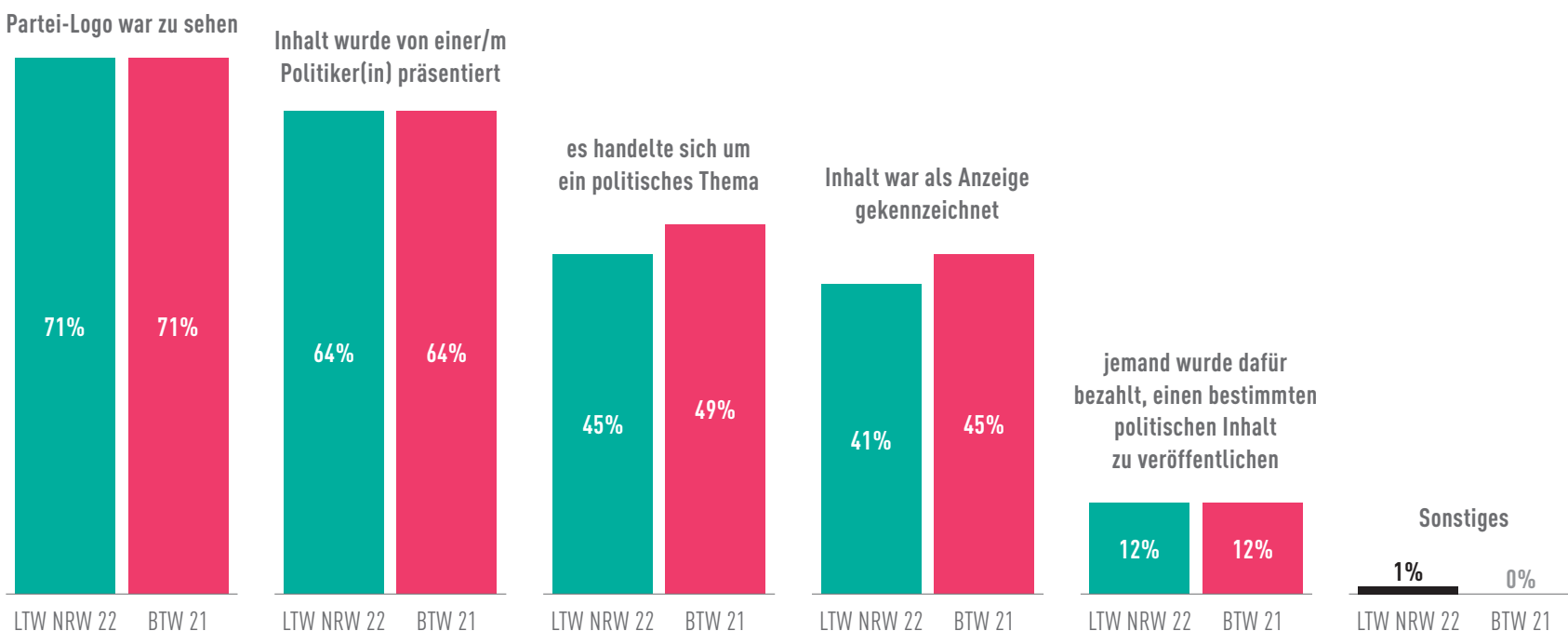
*) Mehrfachnennungen möglich
Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien (oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien) wahrgenommen haben;
LTW NRW 22: 286 Befragte, BTW 2021: 393 Befragte

BEI DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN NIMMT DIE WAHRNEHMUNG BEI DER PRÄSENTATION DURCH EINE/N POLITIKER(IN) AM STÄRKSTEN ZU.

DEUTLICHE ZUNAHMEN SIND IN DIESER ALTERSGRUPPE AUCH BEIM ERKENNEN DURCH EIN PARTEI-LOGO UND DER KENNZEICHNUNG ALS ANZEIGE FESTSTELLBAR.

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

Gesamt



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

^{*)} Mehrfachnennungen möglich / ^{**)} geringe Basis in LTW NRW 22 / ^{***)} geringe Basis
Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien
(oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien)
wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 286 Befragte, BTW 21: 393 Befragte

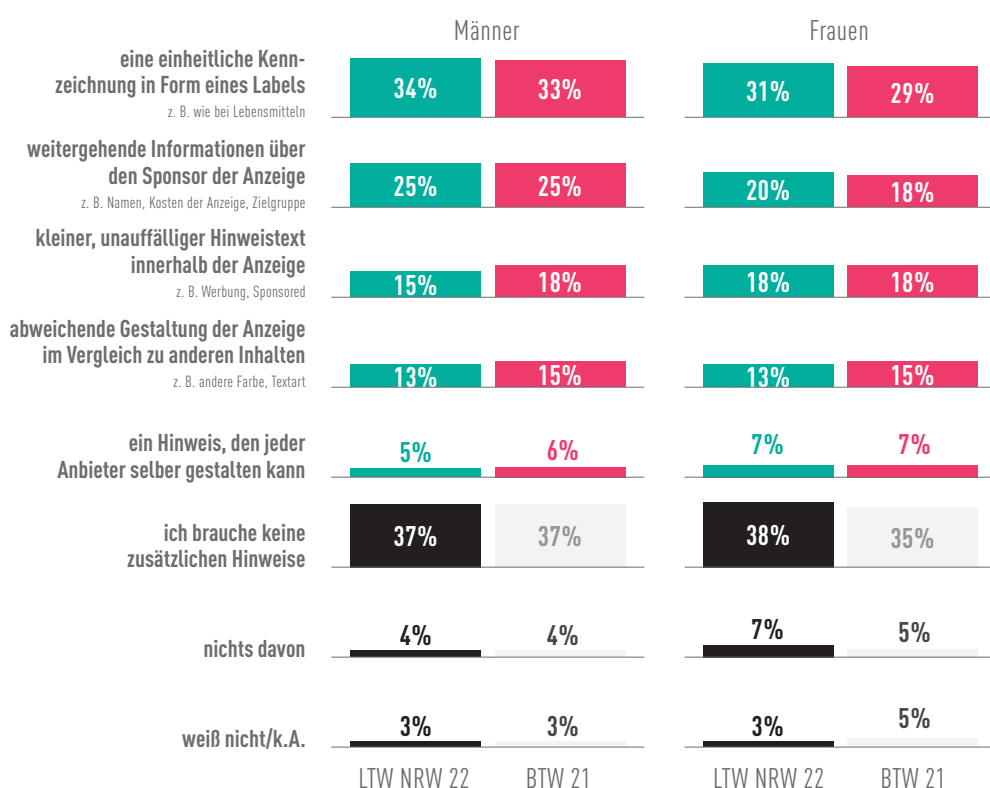
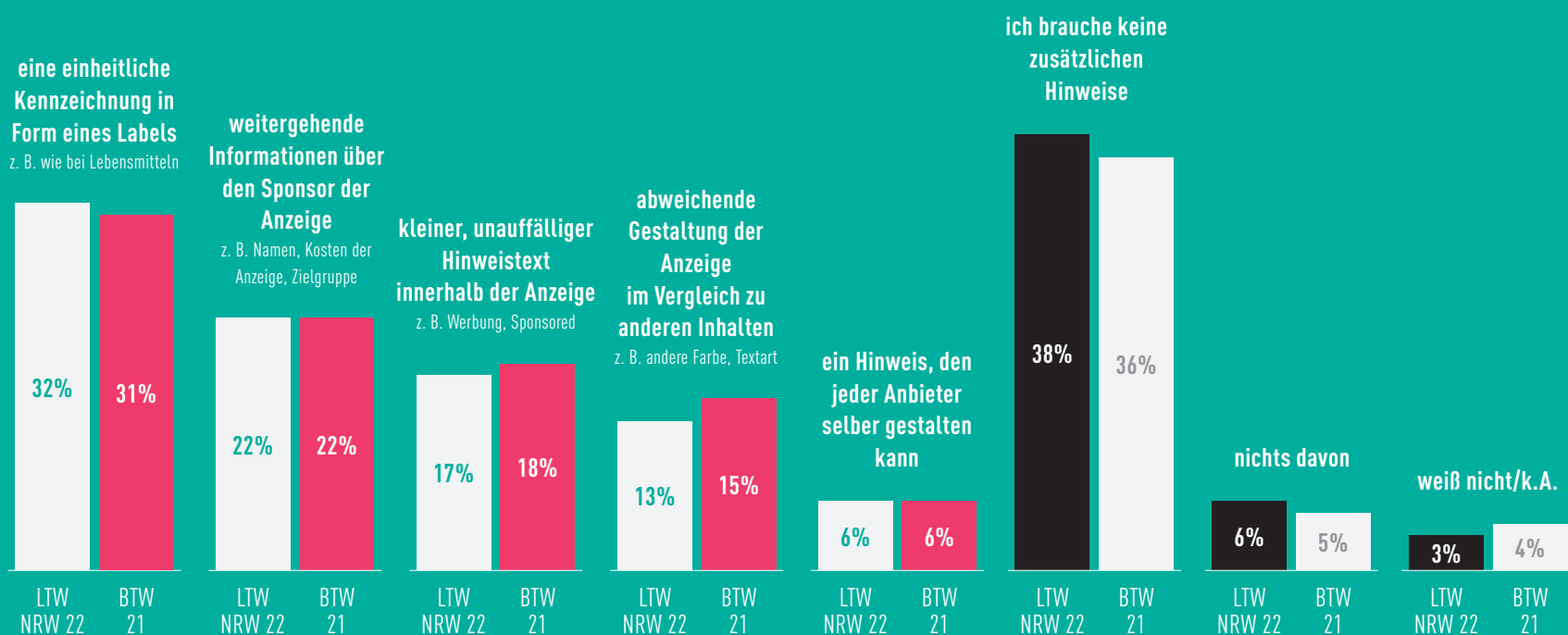
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Geschlecht ^{*1}

BEI DEN MÖGLICHEN HILFEN ZUR BESSEREN KENNTLICHMACHUNG POLITISCHER WERBUNG GIBT ES NUR GERINGE UNTERSCHIEDE ZUR UMFRAGE AUS 2021:

VON RUND EINEM DRITTEL WIRD EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG ALS HILFREICH ANGESEHEN, RUND EIN FÜNFTTEL WEITERGEHENDE INFORMATIONEN ÜBER DEN SPONSOR. DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE KEINE ZUSÄTZLICHEN KENNZEICHNUNGEN WÜNSCHEN, IST EBENFALLS GLEICH ZU 2021.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



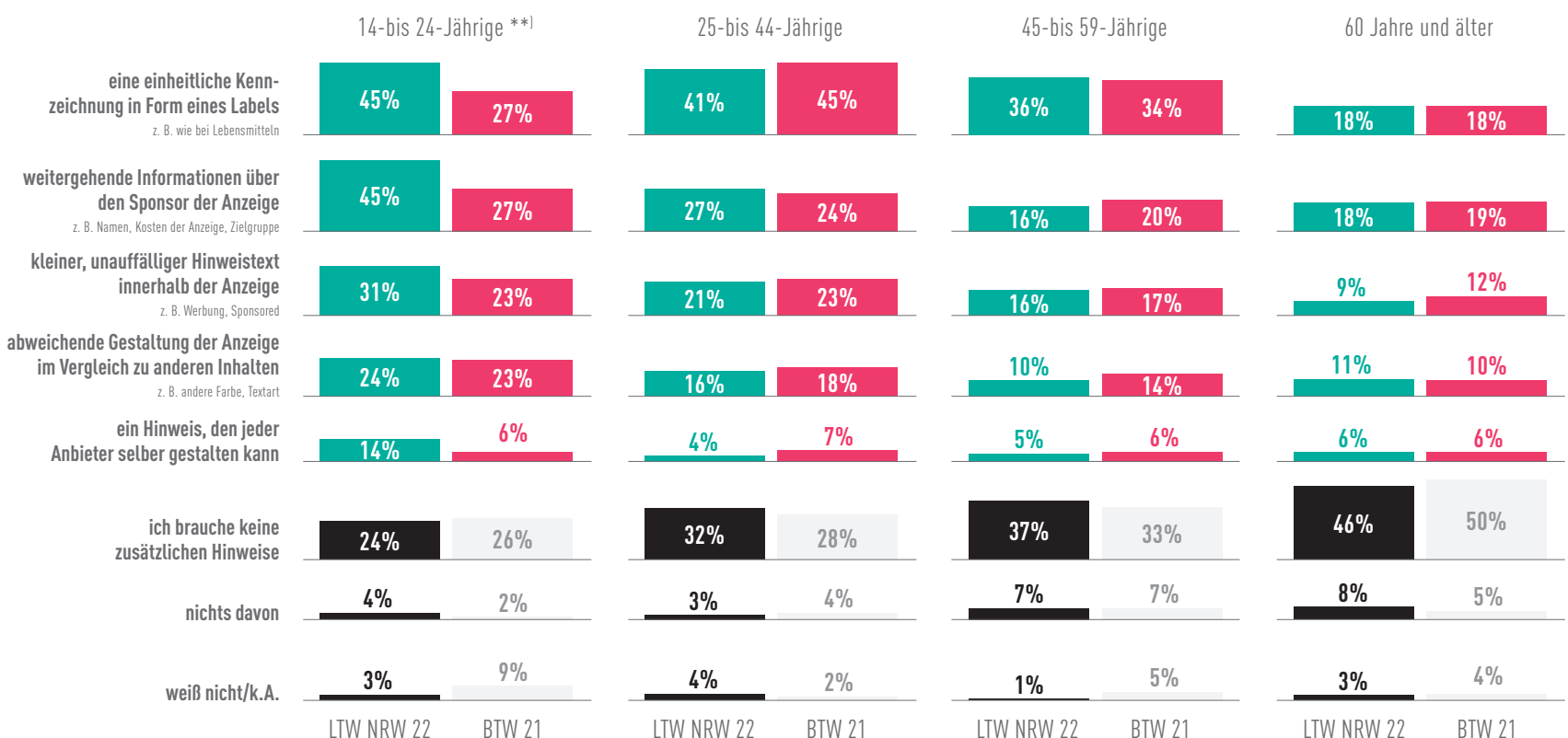
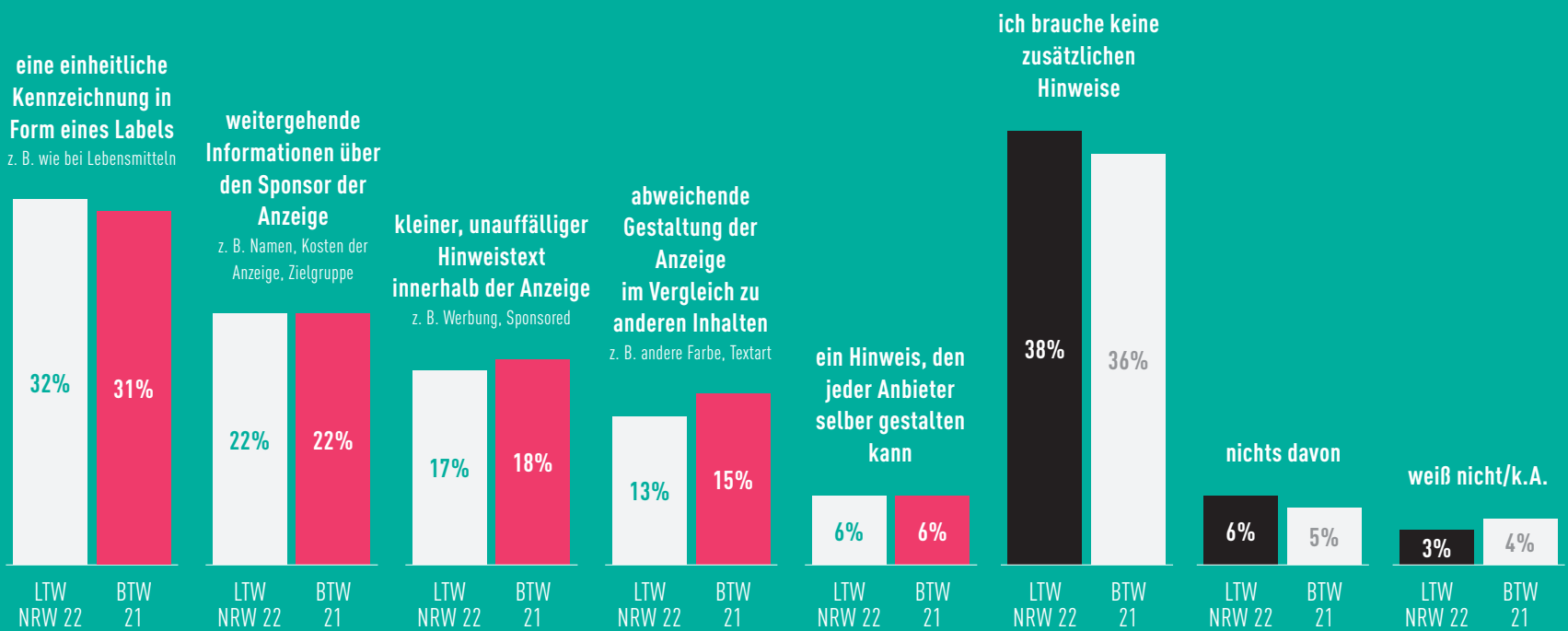
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Alter ^{*1}

UNTER 25-JÄHRIGE PLÄDIEREN DIESES JAHR TENDENZIELL – ABER DEUTLICH – HÄUFIGER FÜR EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG SOWIE ZU INFORMATIONEN ZU DEN SPONSOREN.

BEFRAGTE IN DIESEM ALTER SAGEN AM SELTENSTEN, DASS SIE KEINE ZUSÄTZLICHEN HINWEISE BENÖTIGEN.

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?“

^{*1} Mehrfachnennungen möglich / ^{**1} geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

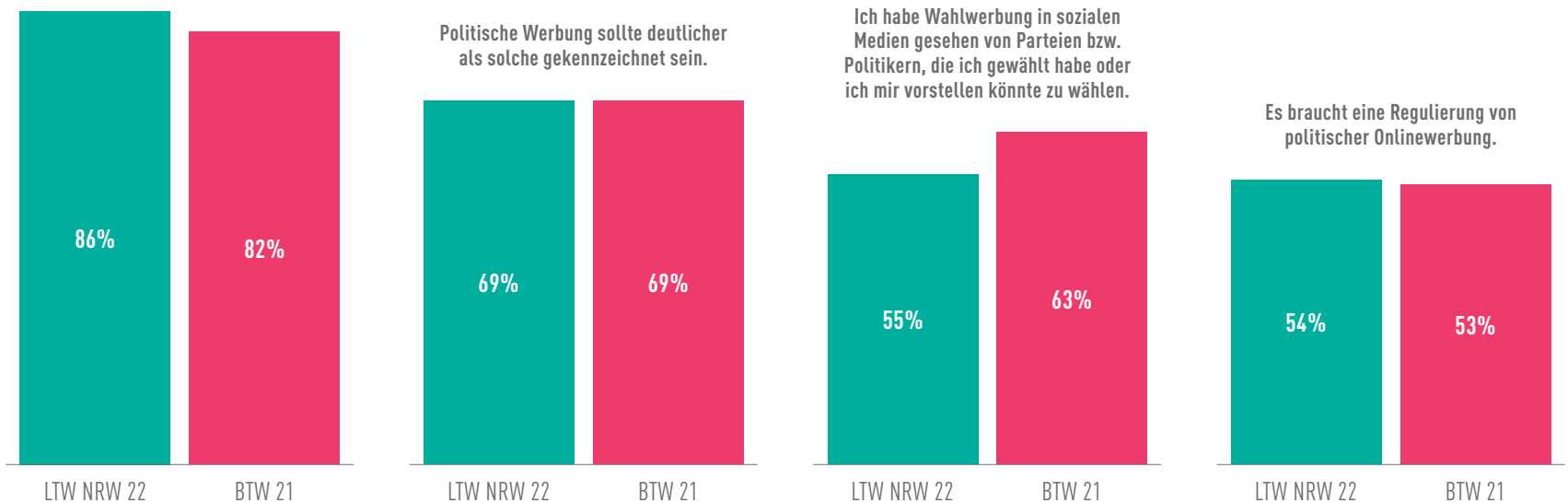
WIE AUCH IN 2021 IST DIE MEHRHEIT DER MEINUNG, DASS JEDER NUTZER KLAR ERKENNEN KÖNNEN SOLLTE, NACH WELCHEN KRITERIEN POLITISCHE WAHLWERBUNG IM INTERNET BZW. SOZIALEN NETZWERKEN ANGEZEIGT WIRD UND DASS SIE DEUTLICHER ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN SOLLTE.

IM VERGLEICH ZUR UMFRAGE VOR DER BTW STIMMEN JETZT FRAUEN (ETWAS) SELTENER DEN AUSSAGEN ZU.

Folgende Aussagen treffen auf mich zu:

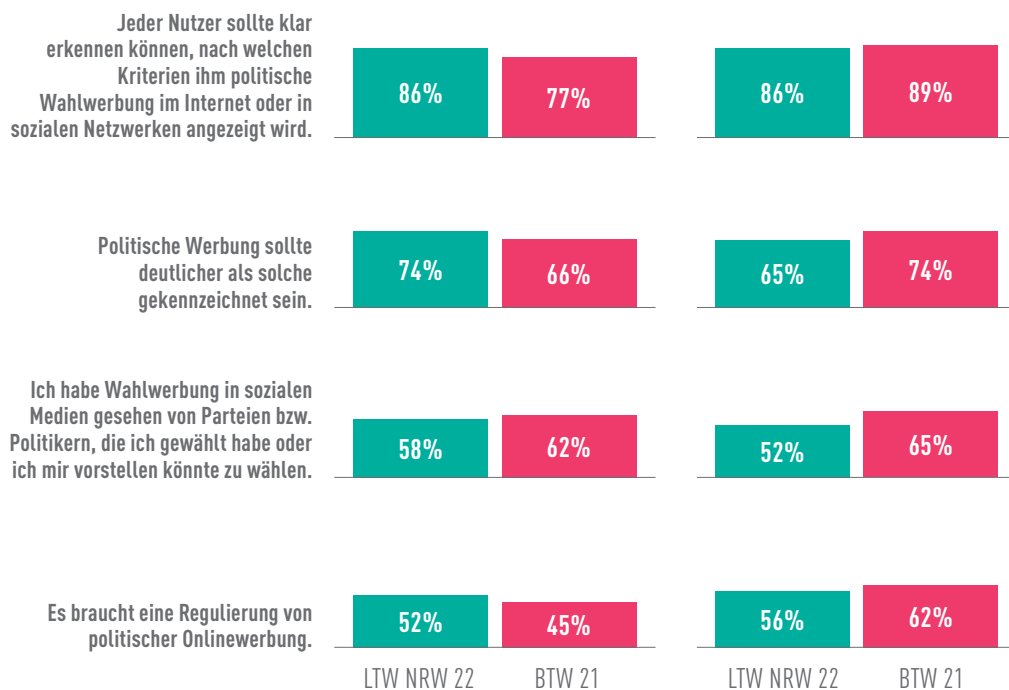
Gesamt

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



Männer

Frauen



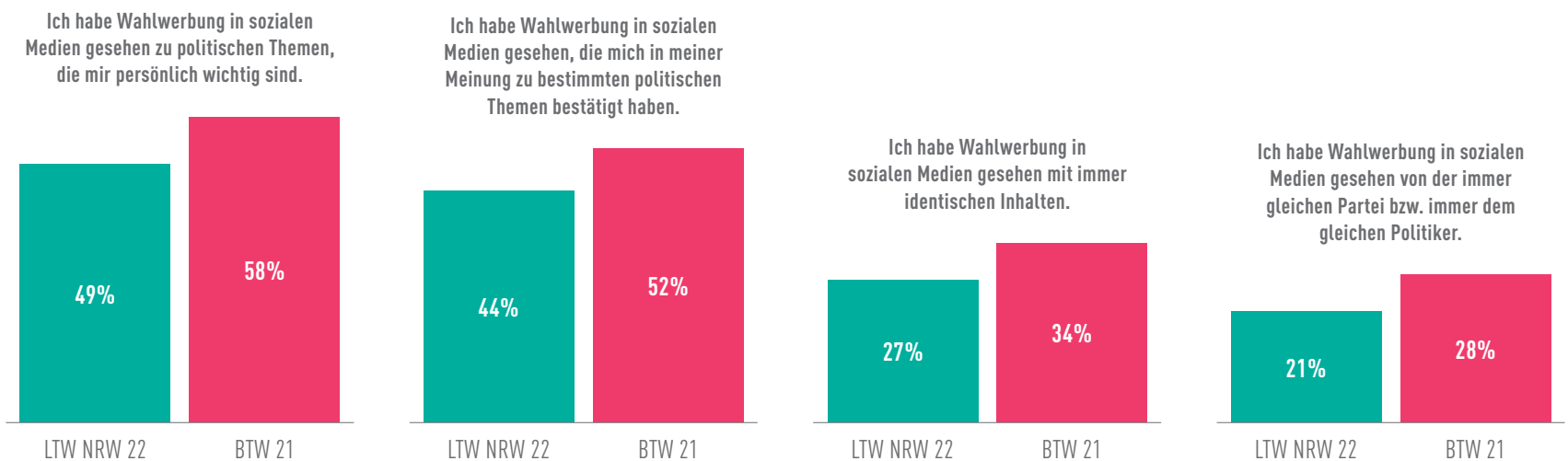
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: jeweils Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien (oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien) wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 286 Befragte / BTW 21: 393 Befragte

DIE WAHRNEHMUNG VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN LIEGT ERKENNBAR UNTER DEM NIVEAU VON 2021 – VOR ALLEM BEI FRAUEN.

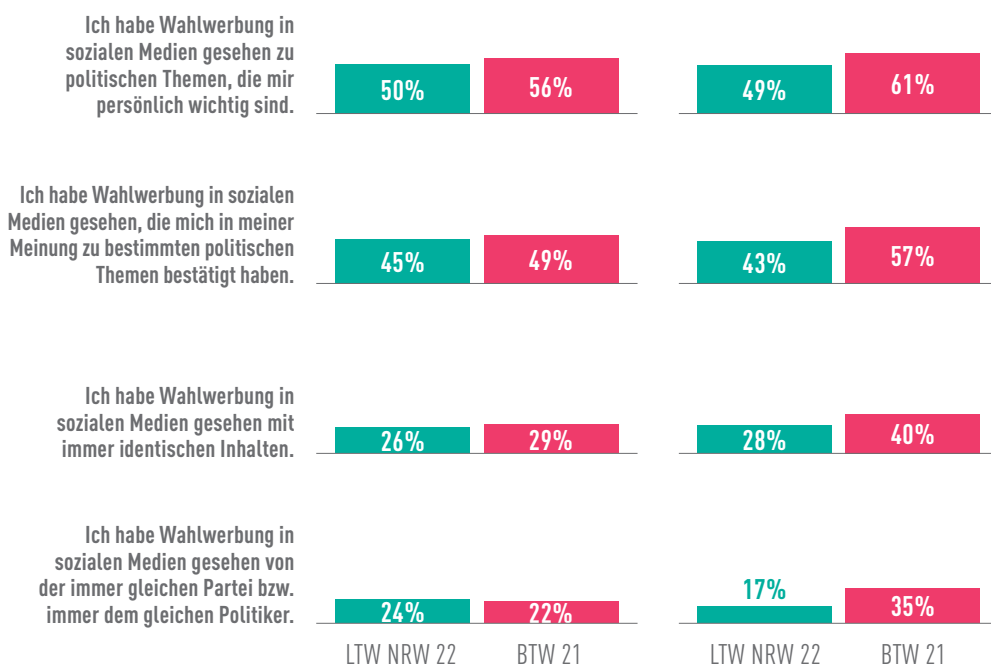
Folgende Aussagen treffen auf mich zu:

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.“

Basis: jeweils Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien (oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien) wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 286 Befragte / BTW 21: 393 Befragte

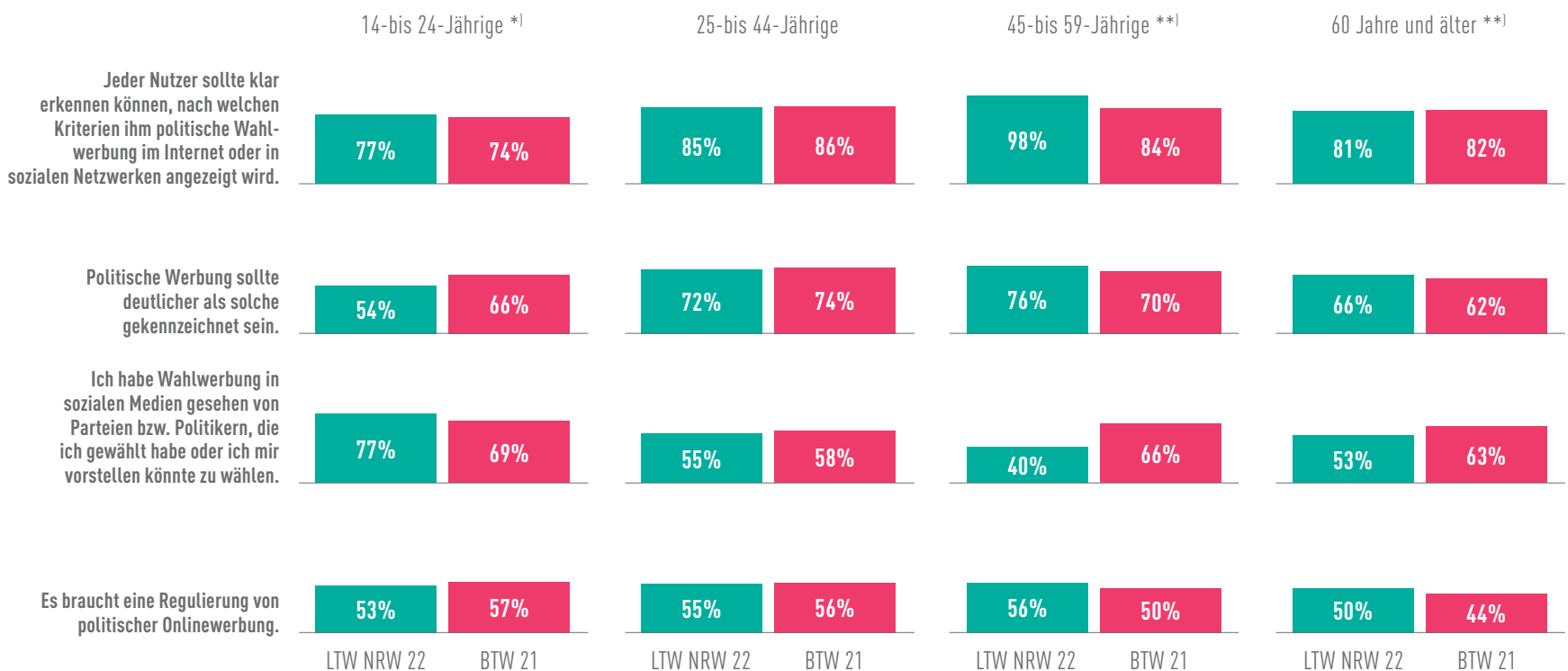
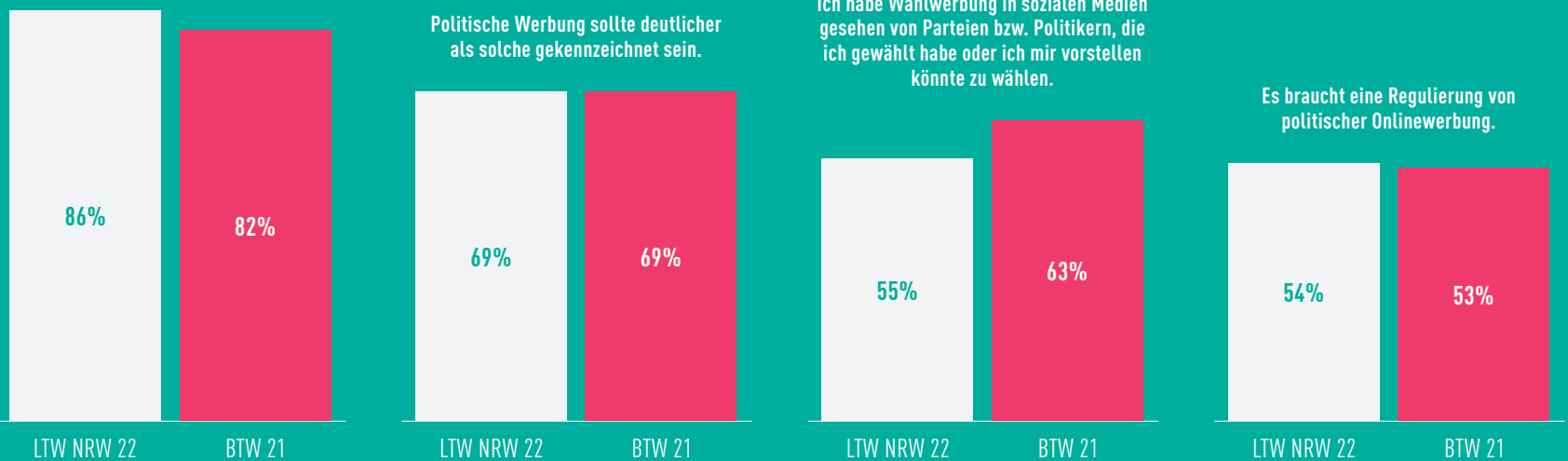
FAST ALLE (ACHTUNG: GERINGE BASIS) 45- BIS 59-JÄHRIGEN FORDERN:

JEDER SOLL KLAR ERKENNEN KÖNNEN, NACH WELCHEN KRITERIEN POLITISCHE WAHLWERBUNG IM INTERNET ODER SOZIALEN MEDIEN ANGEZEIGT WIRD. UNTER 25-JÄHRIGE SIND 2022 SELTENER DER ANSICHT, DASS POLITISCHE WERBUNG ALS SOLCHE GEKENNZEICHNET WERDEN SOLL. IHNEN IST MIT ABSTAND AM HÄUFIGSTEN WAHLWERBUNG AUFGEFALLEN VON PARTEIEN, DIE SIE GEWÄHLT HABEN ODER ES SICH VORSTELLEN KÖNNEN, DIESE ZU WÄHLEN.

Folgende Aussagen treffen auf mich zu:

Gesamt

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



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.“

*) geringe Basis in LTW NRW 22 2022 / **) geringe Basis Basis: jeweils Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien (oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien) wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 286 Befragte / BTW 21: 393 Befragte

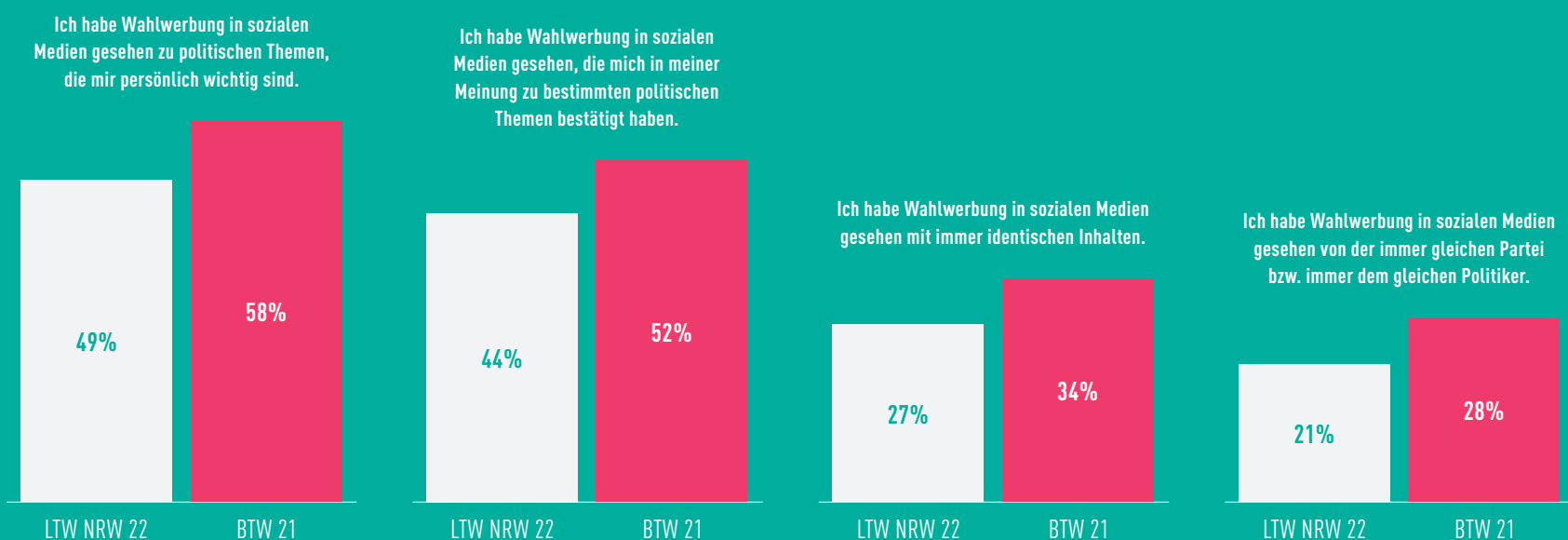
Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien im Internet – Gesamt vs. Alter (2/2)

AUCH WENN ES NUR TENDENZANGABEN SIND, SO IST ES DENNOCH SEHR AUFFALLEND, DASS UNTER 25-JÄHRIGE DEUTLICH HÄUFIGER ALS DIE ANDEREN ALTERSGRUPPEN ANGEBEN, DASS IHNEN WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN AUFGEFALLEN IST –

UND IM VERGLEICH ZUR BTW 2021 NOCH HÄUFIGER, WENN IHNEN DIE POLITISCHEN THEMEN PERSÖNLICH WICHTIG SIND.

Folgende Aussagen treffen auf mich zu:

Gesamt

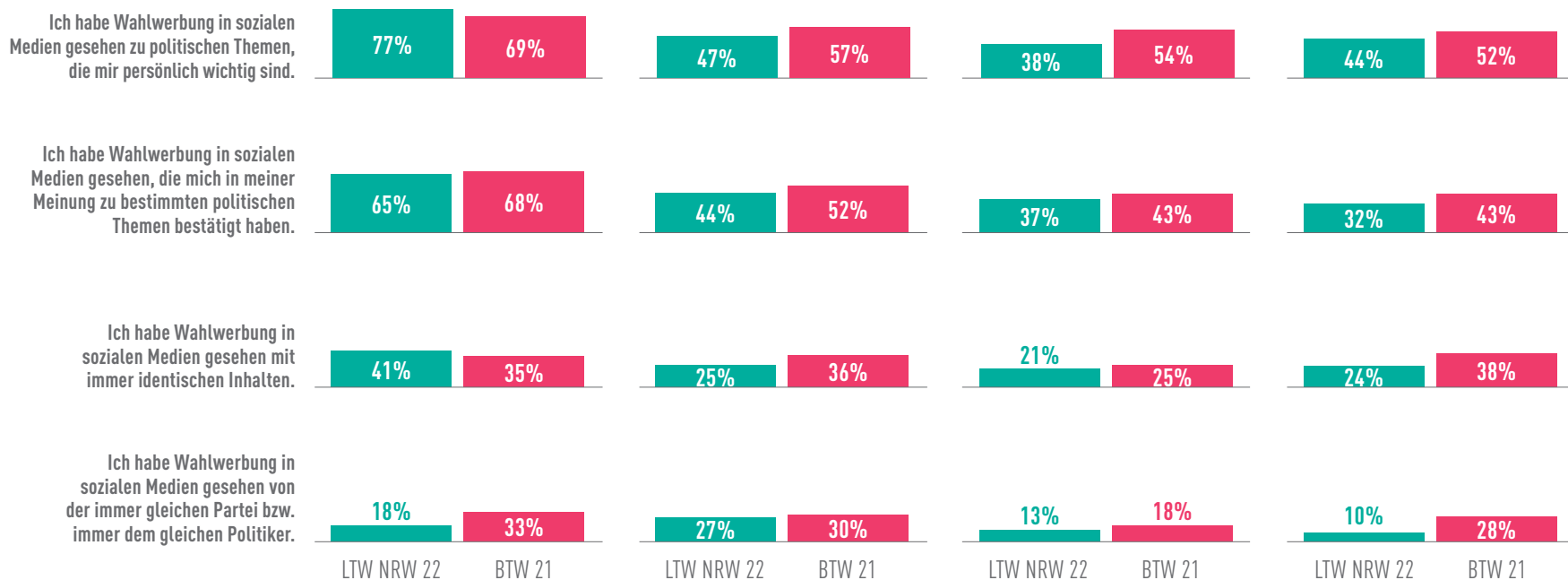


14-bis 24-Jährige *)

25-bis 44-Jährige

45-bis 59-Jährige **)

60 Jahre und älter **)



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.“

*) geringe Basis in LTW 22 / **) geringe Basis
Basis: jeweils Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien (oder in einer der in Frage 2 abgefragten Online-Medien) wahrgenommen haben;
LTW NRW 22: 286 Befragte / BTW 21: 393 Befragte

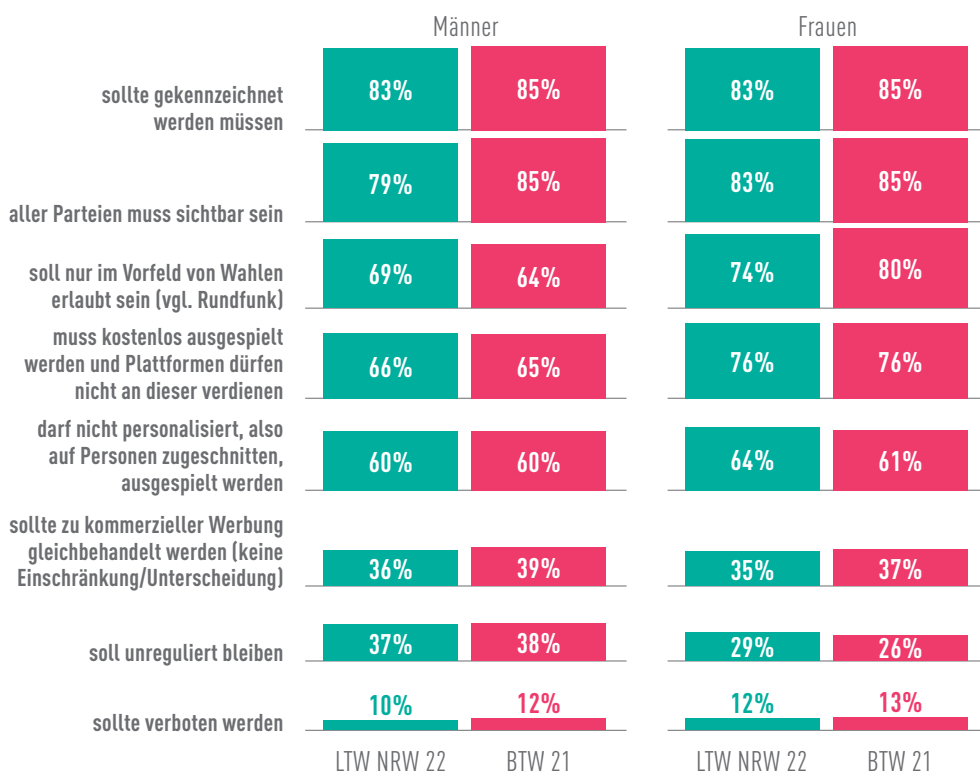
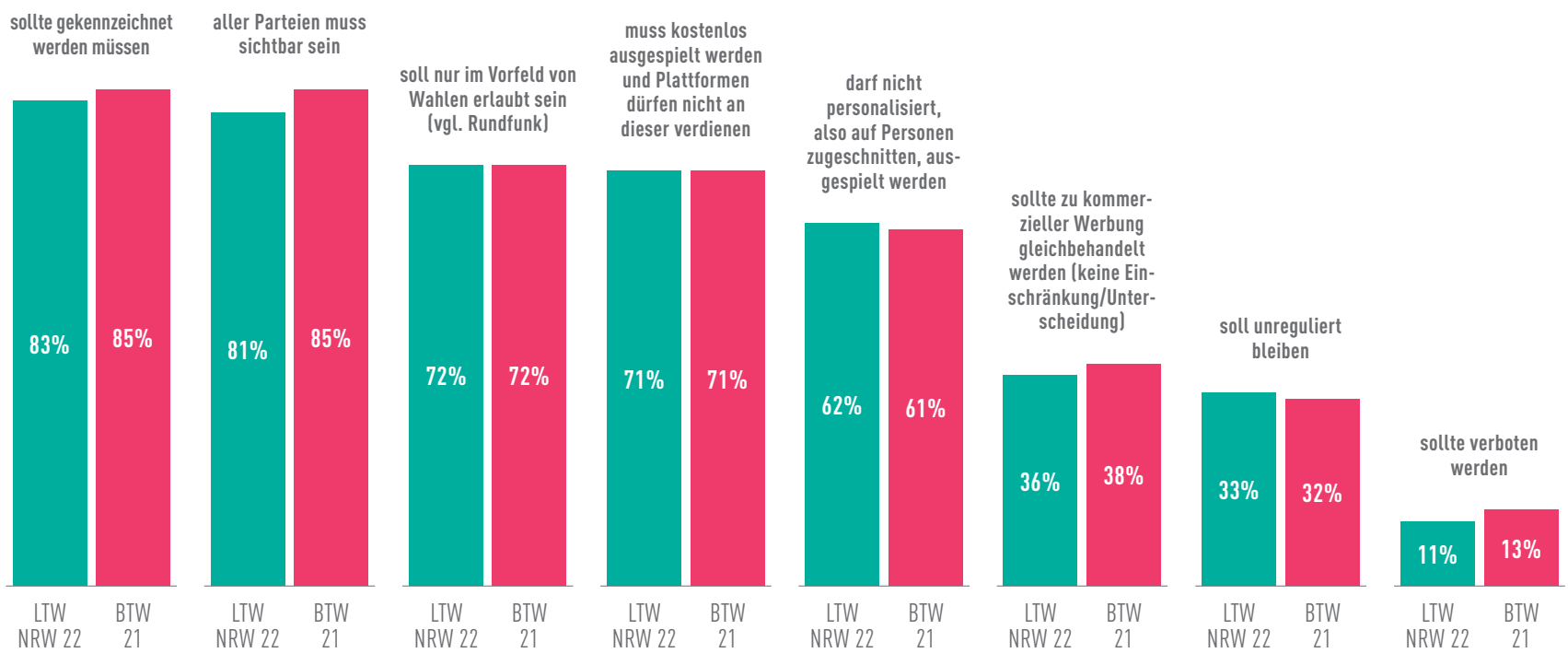
Aussagen zu politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Geschlecht

NAHEZU IDENTISCHE ERGEBNISSE ZUR UMFRAGE VOR DER BTW 2021: DIE (DEUTLICHE) MEHRHEIT FORDERT, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET GEKENNZEICHNET WERDEN UND WERBUNG ALLER PARTEIEN SICHTBAR SEIN SOLLTE.

POLITISCHE WERBUNG SOLLTE NUR IM VORFELD VON WAHLEN ERLAUBT SEIN UND KOSTENLOS AUSGESPIELT WERDEN. MÄNNER SPRECHEN SICH HÄUFIGER ALS FRAUEN GEGEN EINE REGULIERUNG AUS.

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

Gesamt



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

BEI DEN ALTERSGRUPPEN ZEIGEN SICH VOR DER WAHL IN NRW KAUM UNTERSCHIEDE ZUR UMFRAGE IN 2021 WAS DIE FORDERUNGEN BZGL. POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET BETRIFFT.

SELTENER ALS IN 2021 WOLLEN 25- BIS 44-JÄHRIGE IM AUGENBLICK, DASS DIE WERBUNG ALLER PARTEIEN SICHTBAR SEIN MUSS.

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?“

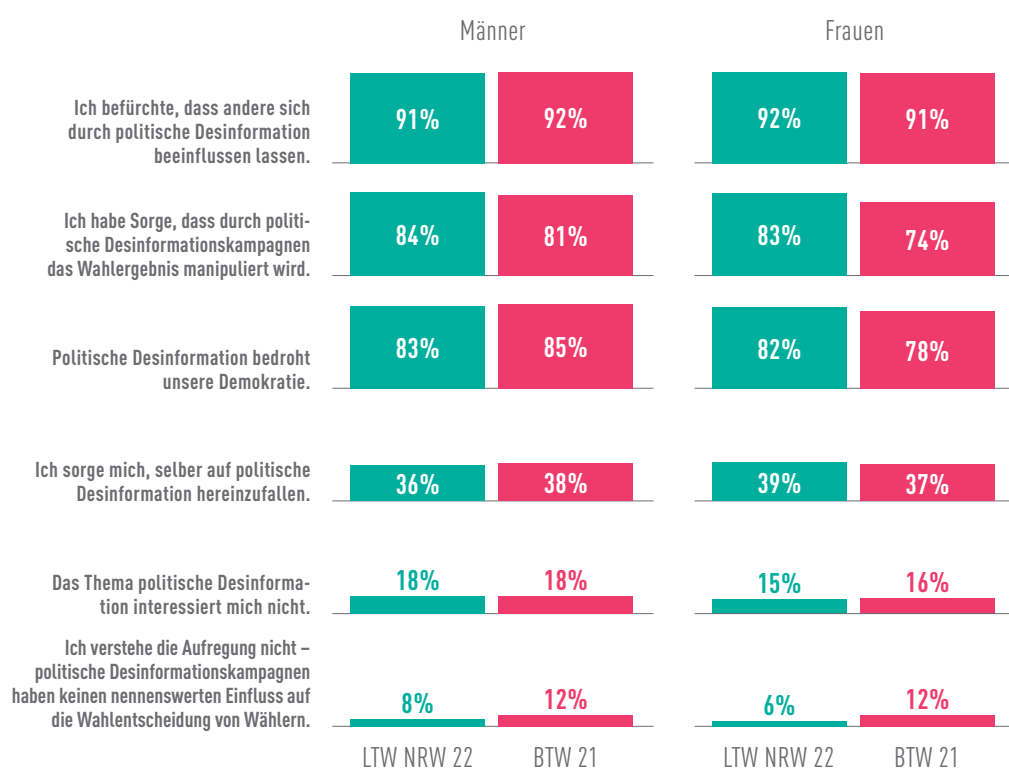
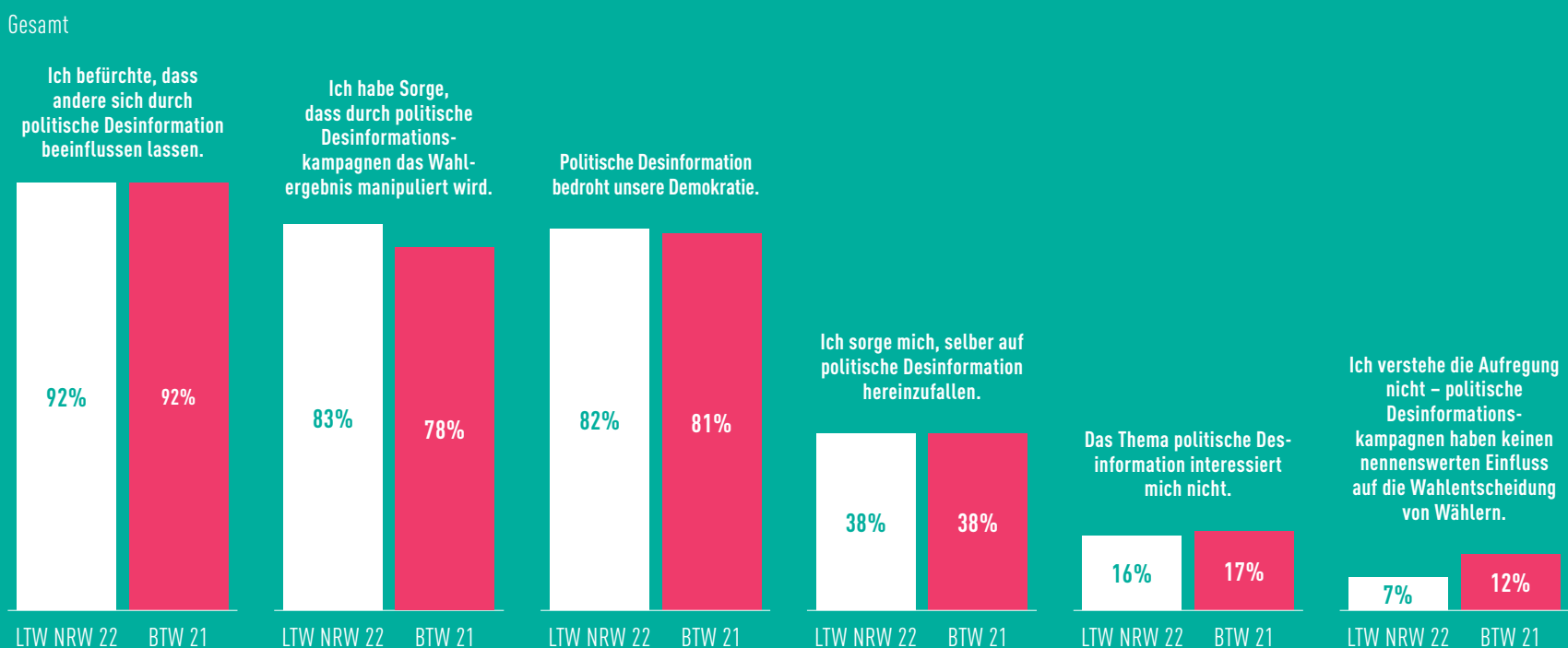
*1 geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

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

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

FRAUEN ÄUSSERN JETZT HÄUFIGER DIE SORGE, DASS DURCH POLITISCHE DESINFORMATIONSKAMPAGNEN DAS WAHLERGEBNIS MANIPULIERT WIRD.

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



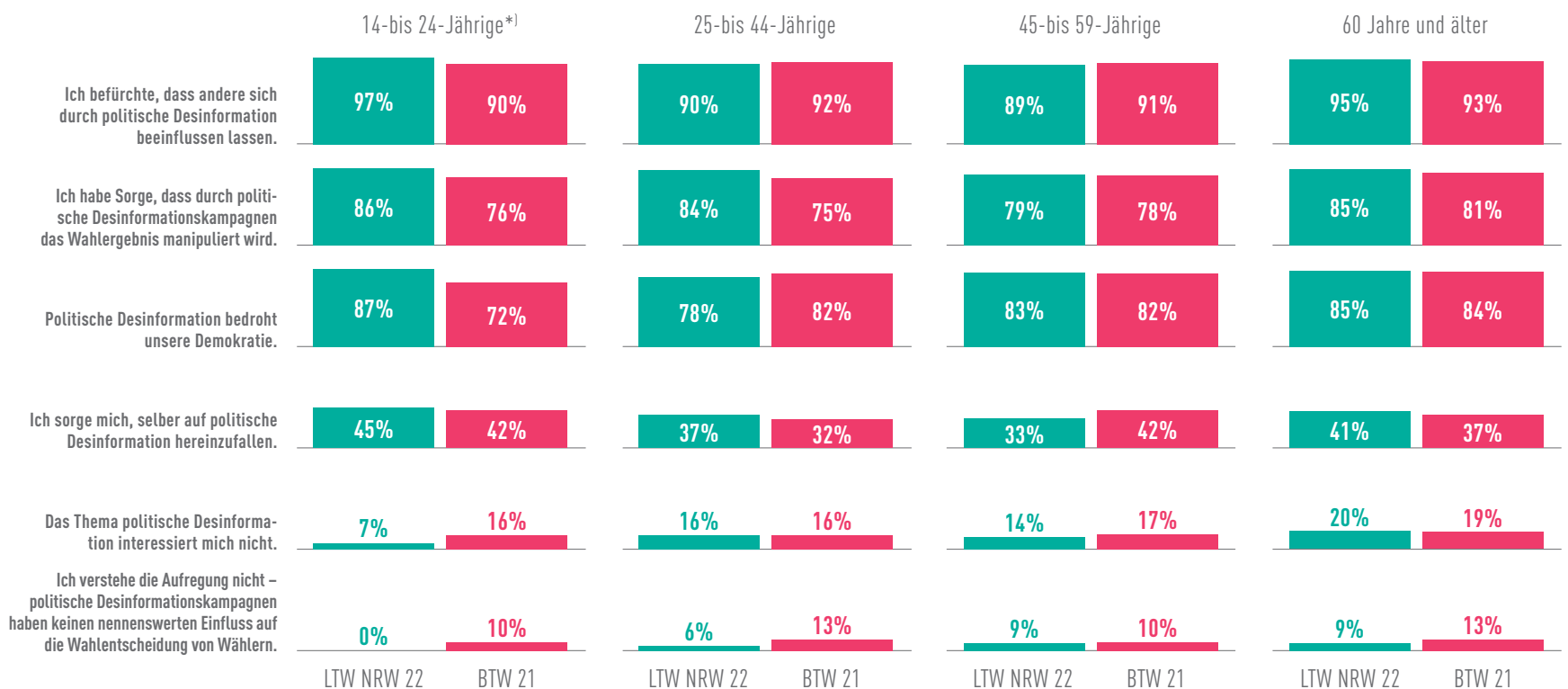
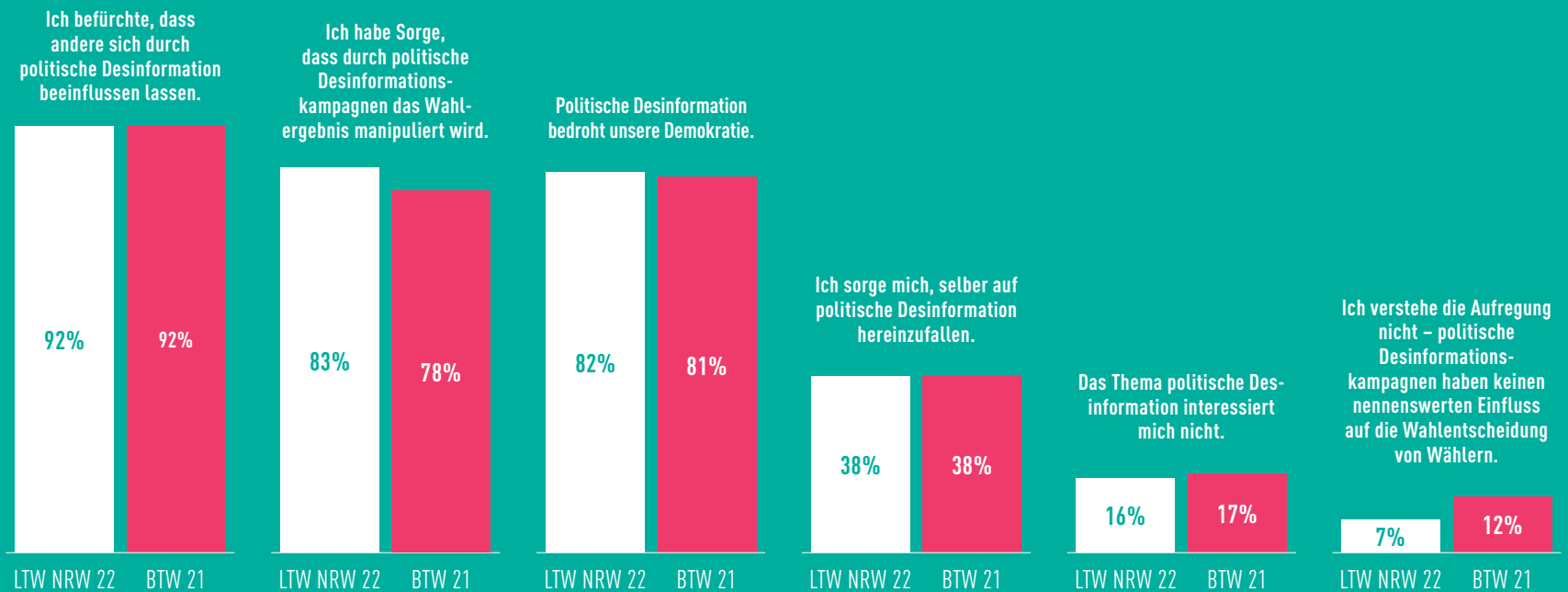
Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

UNTER 25-JÄHRIGE ZEIGEN SICH DIESES JAHR TENDENZIELL BESORGTER, WAS DIE AUSWIRKUNGEN POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION BETRIFFT.

UND SIE SAGEN JETZT AUCH DEUTLICH SELTENER, DASS SIE DAS THEMA NICHT INTERESSIERT.

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

Gesamt



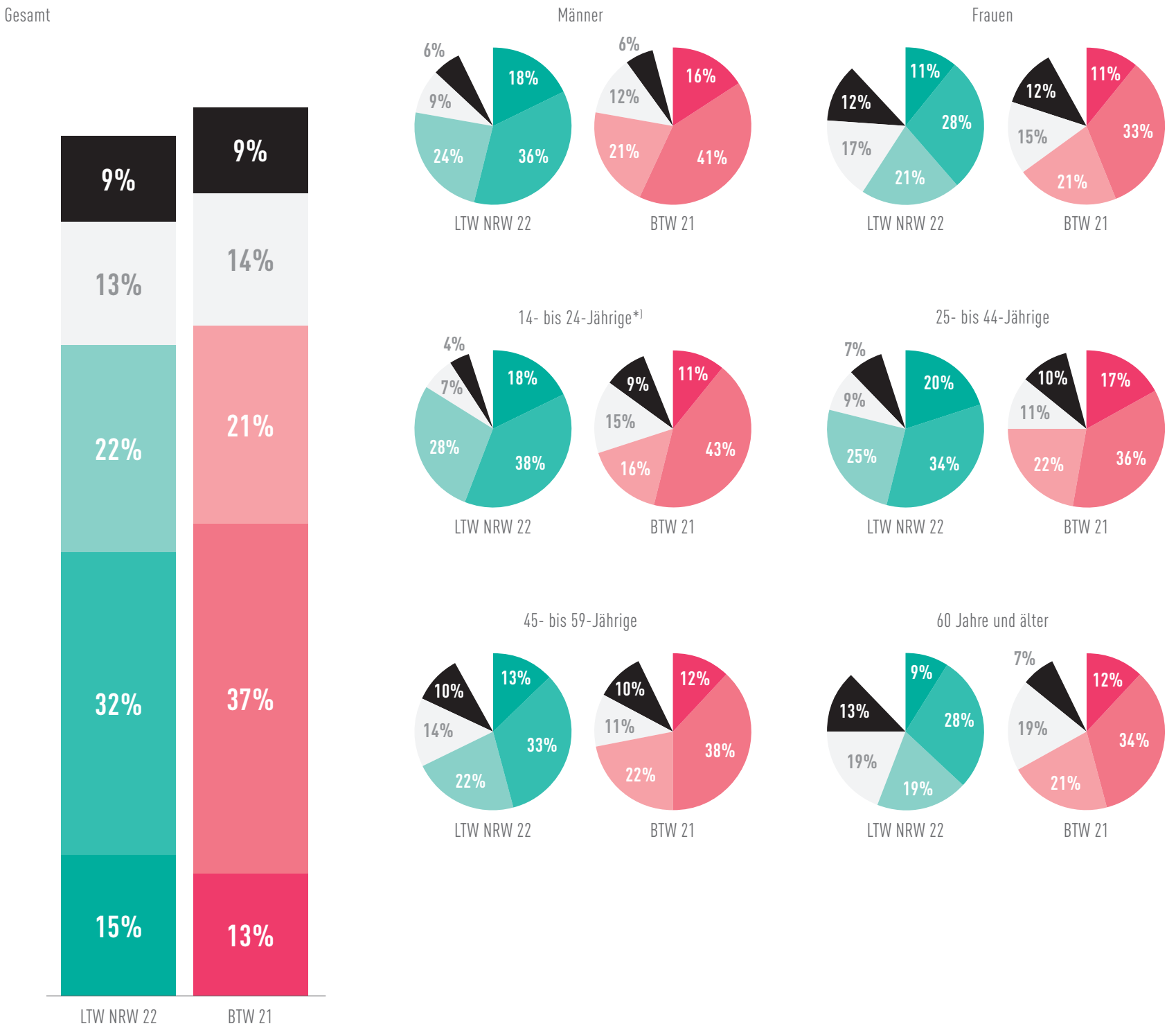
Frage 7: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

*) geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

VERGLICHEN MIT DER UMFRAGE VOR DER BTW 2021 IST DIE WAHRNEHMUNG VON POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION INSGESAM JETZT ETWAS SELTENER, VOR ALLEM BEI FRAUEN UND DEN BEFRAGTEN AB 60 JAHREN.

TENDENZIELL IST ABER DER WERT BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN STARK GESTIEGEN.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen:



■ häufig ■ ab und zu ■ selten ■ bisher noch nie, hatten es aber schon vermutet ■ noch nie und auch nicht vermutet ■ 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 oder in Internetforen?“

*1) geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: LTW NRW 22: 1.000 Befragte / BTW 21: 1.008 Befragte

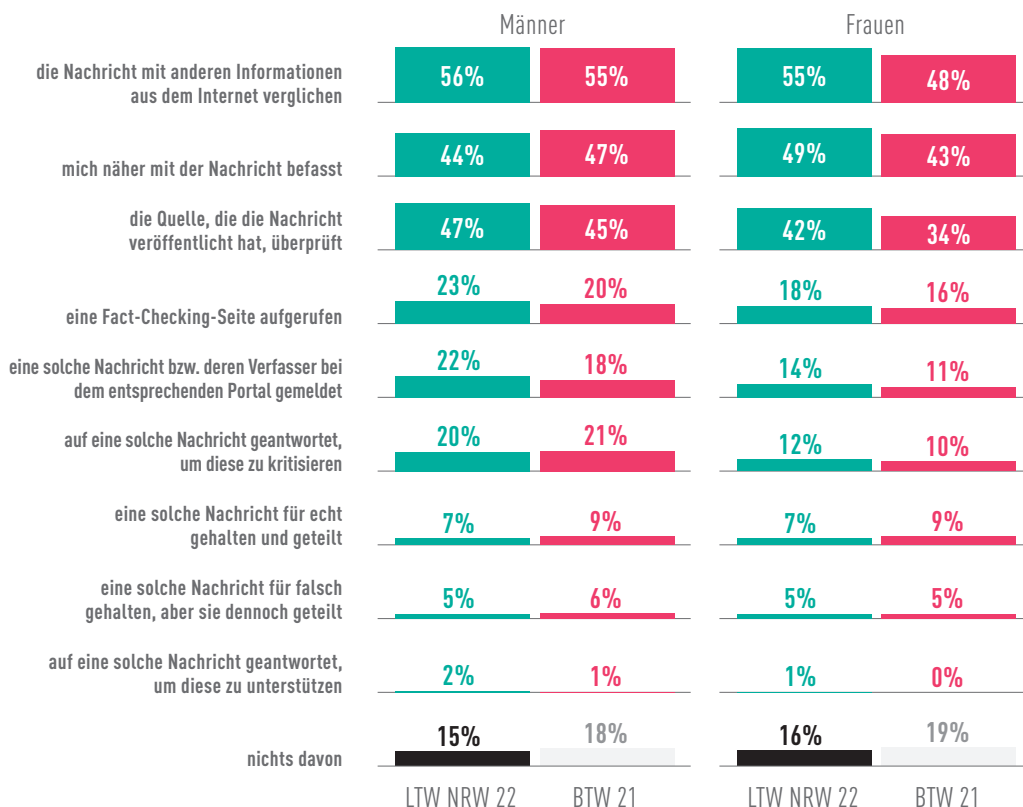
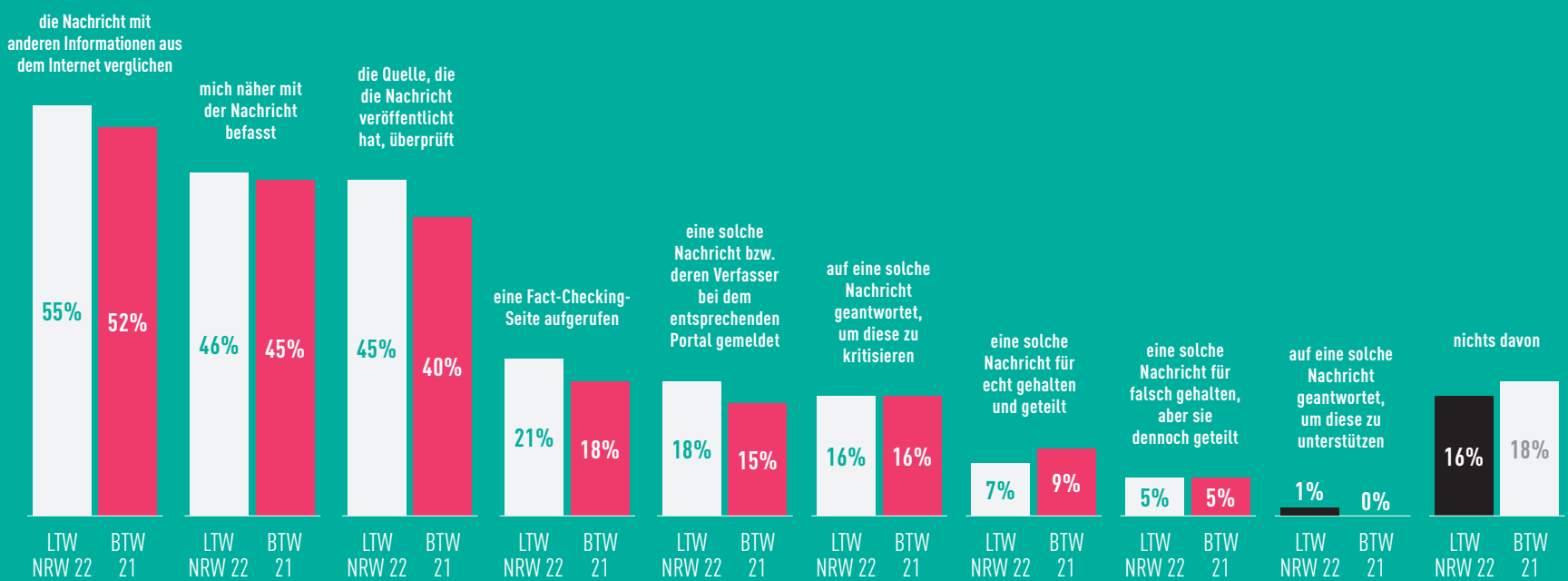
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet (1/2) ^{*)}

VOR ALLEM FRAUEN SIND IN 2022 AKTIVER ALS VOR DER BTW 2021, WENN IHNEN DESINFORMATION IM INTERNET AUFGEFALLEN SIND:

SIE GEBEN JETZT HÄUFIGER AN, DIESE NACHRICHTEN MIT ANDEREN INFORMATIONEN VERGlichen, SICH NÄHER MIT DAMIT BEFASST ODER DIE NACHRICHTENQUELLE ÜBERPRÜFT ZU HABEN.

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: jeweils Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 692 Befragte / BTW 21: 716 Befragte

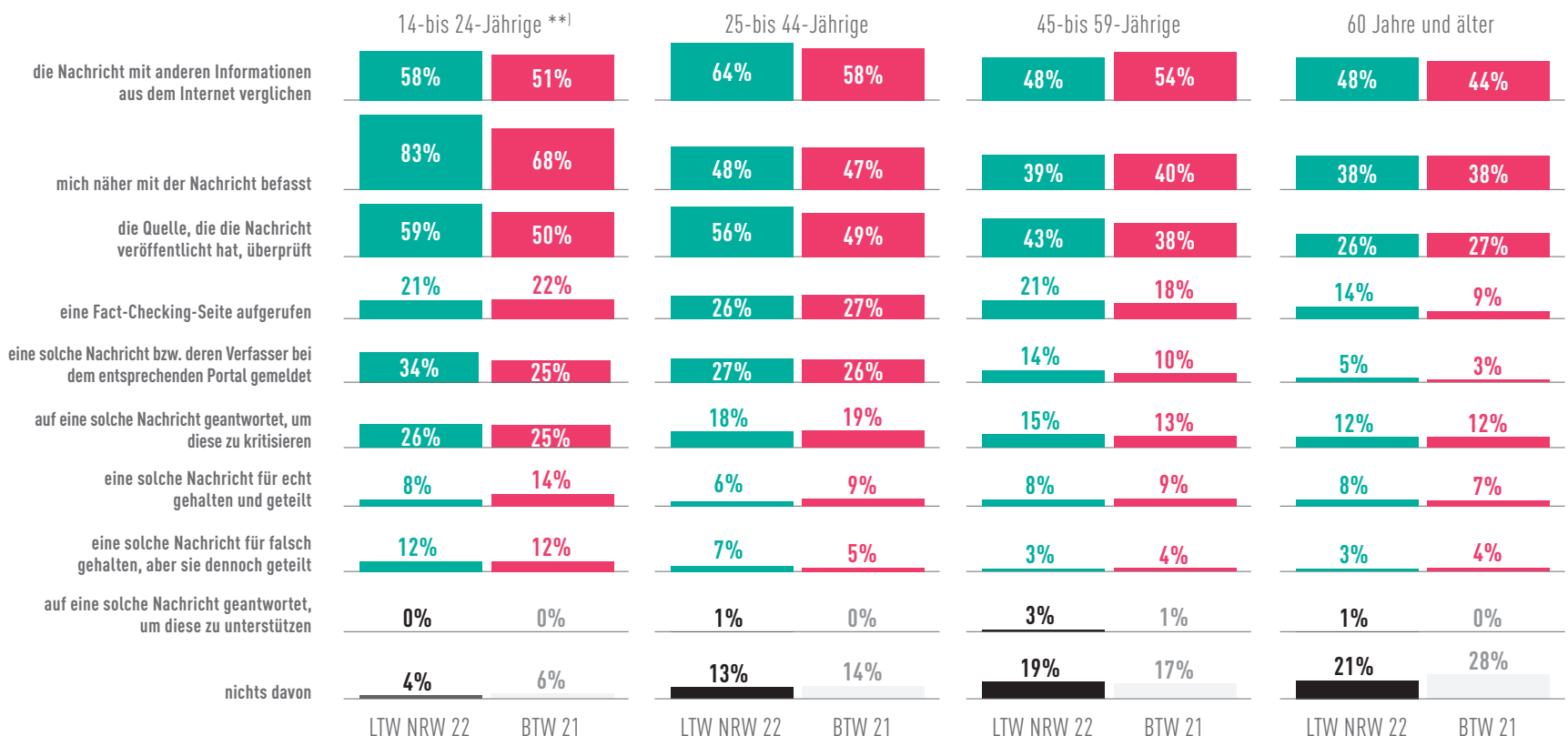
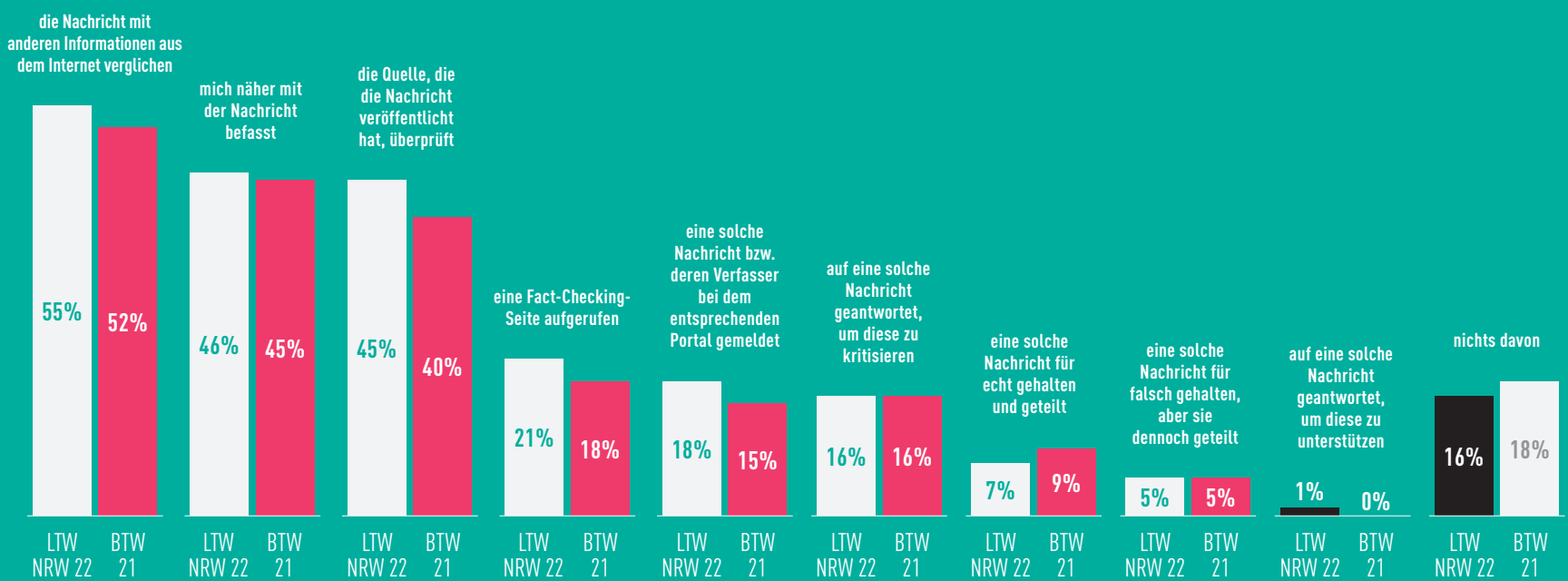
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet (2/2) *)

DIE UNTER 45-JÄHRIGEN SIND AM AKTIVSTEN, WENN SIE AUF POLITISCHE DESINFORMATION STOSSEN UND VOR ALLEM DIE UNTER 25-JÄHRIGEN BEFASSEN SICH DANN NÄHER MIT DER NACHRICHT.

WIE AUCH BEI DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN SAGEN AUCH DIE UNTER 25-JÄHRIGEN AKTUELL HÄUFIGER, DASS SIE DIE NACHRICHTENQUELLE ÜBERPRÜFEN. DIE JÜNGSTE GRUPPE GIBT AUCH ÖFTER AN, DEN VERFASSER BEI DEM PORTAL ZU MELDEN.

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 / **) geringe Basis in LTW NRW 22
Basis: jeweils Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben; LTW NRW 22: 692 Befragte / BTW 21: 716 Befragte

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 Forschung)

Durchführende Institution:

Forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

Zitation:

Landesanstalt für Medien NRW (2022). 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>