

INFORMATIONSV ERHALTEN BEI WAHLEN UND POLITISCHE DESINFORMATION

Zentrale Untersuchungsergebnisse der aktuellen forsa-Studie

GLIEDERUNG

1. Untersuchungsdesign
2. Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen
3. Bevorzugte Online-
Informationsquellen zu Wahlen bzw.
Wahlkämpfen
4. Wahrnehmung von Wahlwerbung in
sozialen Medien
5. Zustimmung zu Aussagen zu
Wahlwerbung in sozialen Medien
6. Inhalte von Wahlwerbung in sozialen
Medien
7. Aussagen zu politisch motivierter
Desinformation im Internet
8. Wahrnehmung von politisch
motivierter Wahlwerbung im Internet

1. UNTERSUCHUNGSDESIGN

Zielgruppe:	deutschsprachige private Internetnutzerinnen und -nutzer ab 14 Jahren in Deutschland
Stichprobengröße:	1.002 Befragte
Befragungsmethode:	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Befragungszeitraum:	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 Internet (68 %) oder über das Fernsehen (63 %) informieren.

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

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Internet	68	69	67	71	64
Fernsehen	63	64	63	63	63
Tageszeitungen	52	40	54	50	54
Informationen der Parteien (z. B. Wahlprogramm)	45	43	45	46	44
Radio	41	39	42	39	43
Persönliche Gespräche (z. B. mit Freunden, Bekannten)	39	37	40	40	38
Wochenzeitungen und Magazine (z. B. Der Spiegel, Die Zeit)	32	30	32	32	32
Webseiten von Nachrichtenanbietern	32	26	33	36	28
Soziale Medien (z. B. Facebook, Twitter, YouTube)	14	16	13	13	15
Plakate	11	9	11	11	10

*) Mehrfachnennungen möglich

Basis: 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 würden sich überdurchschnittlich häufig im Internet, über Parteiinformationen, auf Webseiten von Nachrichtenanbietern oder in soz. Medien informieren.

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

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
Internet	68	84	81	65	51
Fernsehen	63	51	51	65	78
Tageszeitungen	52	44	31	58	68
Informationen der Parteien (z. B. Wahlprogramm)	45	62	51	38	38
Radio	41	36	38	39	48
Persönliche Gespräche (z. B. mit Freunden, Bekannten)	39	65	42	30	34
Wochenzeitungen und Magazine (z. B. Der Spiegel, Die Zeit)	32	34	27	32	35
Webseiten von Nachrichtenanbietern	32	48	41	27	21
Soziale Medien (z. B. Facebook, Twitter, YouTube)	14	30	20	10	5
Plakate	11	25	15	7	4

*) Mehrfachnennungen möglich

Basis: 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?“

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

Gut jede bzw. jeder Zweite (53 %), die bzw. der sich online zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informiert, nutzt hierfür Internetseiten der politischen Parteien oder einzelner Politikerinnen und Politiker.

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

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Internetseiten pol. Parteien/von Politikerinnen/Politikern	53	54	53	53	53
Facebook	15	20	14	16	14
YouTube	13	10	13	14	11
Blogs oder Online-Diskussionsforen	10	12	10	11	9
Instagram	5	5	4	5	4
Twitter	4	5	4	4	5
WhatsApp-Broadcast oder Telegram-Broadcast	3	4	3	3	3
Sonstige	13	17	12	17	9
Keine davon	24	23	25	23	26

*) Mehrfachnennungen möglich

Basis: 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:

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter
Internetseiten pol. Parteien/von Politikerinnen/Politikern	53	53	58	50	52
Facebook	15	18	21	12	8
YouTube	13	35	9	8	9
Blogs oder Online-Diskussionsforen	10	9	11	11	9
Instagram	5	13	4	3	1
Twitter	4	13	4	2	1
WhatsApp-Broadcast oder Telegram-Broadcast	3	3	3	3	4
Sonstige	13	13	13	15	11
Keine davon	24	3	21	31	34

*) Mehrfachnennungen möglich

Basis: 741 Befragte, die sich im Internet, über soziale Medien oder Webseiten von Nachrichten Anbietern zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren

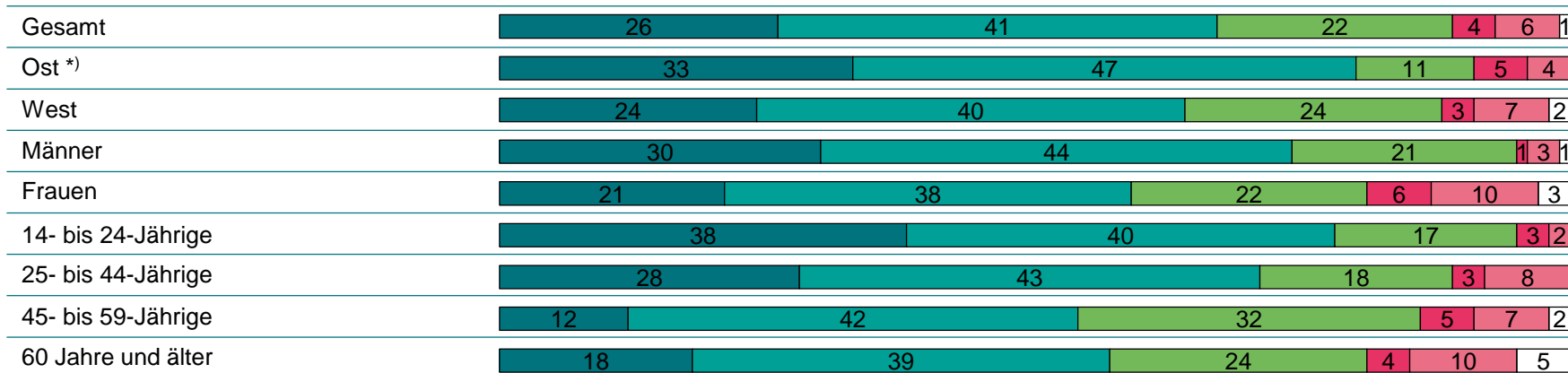
Frage 2: „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich darüber informieren möchten?“

4. WAHRNEHMUNG VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN

Die überwiegende Mehrheit (89 %) der Internetnutzerinnen und -nutzer, die sich über soziale Medien zu Wahlen und Wahlkämpfen informiert, hat bereits Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen.

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

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



*) geringe Basis













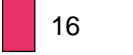


Basis: 245 Befragte, die sich über soziale Medien zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren

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

5. ZUSTIMMUNG ZU AUSSAGEN ZU WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN (1/2)

65 Prozent derjenigen, die in soz. Medien schon einmal Wahlwerbung wahrgenommen haben, haben bereits Wahlwerbung in soz. Medien zu politischen Themen gesehen, die ihnen persönlich wichtig sind.

Befragte haben schon einmal in sozialen Medien Wahlwerbung gesehen ...

	Gesamt	Männer	Frauen
... zu politischen Themen, die ihnen persönlich wichtig sind.	 65	 68	 62
... von Parteien bzw. Politikerinnen/Politikern, die sie gewählt haben oder sich vorstellen könnten, zu wählen.	 49	 52	 45
... die sie in ihrer Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.	 46	 52	 38
... mit immer identischen Inhalten.	 28	 28	 28
... von der immer gleichen Partei bzw. den gleichen Politikerinnen und Politikern.	 16	 17	 14

Basis: 217 Befragte, die in sozialen Medien schon einmal Wahlwerbung wahrgenommen haben

Frage 4: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

5. ZUSTIMMUNG ZU AUSSAGEN ZU WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN (2/2)

Unter 25-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer haben überdurchschnittlich häufig in sozialen Medien bereits Wahlwerbung zu politischen Themen gesehen, die ihnen persönlich wichtig sind, oder mit stets identischen Inhalten.

Befragte haben schon einmal in sozialen Medien Wahlwerbung gesehen ...

	Gesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 44-Jährige	45- bis 59-Jährige	60 Jahre und älter *)
... zu politischen Themen, die ihnen persönlich wichtig sind.	65	81	57	51	71
... von Parteien bzw. Politikerinnen/Politikern, die sie gewählt haben oder sich vorstellen könnten, zu wählen.	49	33	58	50	57
... die sie in ihrer Meinung zu bestimmten politischen Themen bestätigt haben.	46	37	53	46	47
... mit immer identischen Inhalten.	28	44	15	21	33
... von der immer gleichen Partei bzw. den gleichen Politikerinnen und Politikern.	16	19	16	10	17

*) geringe Basis

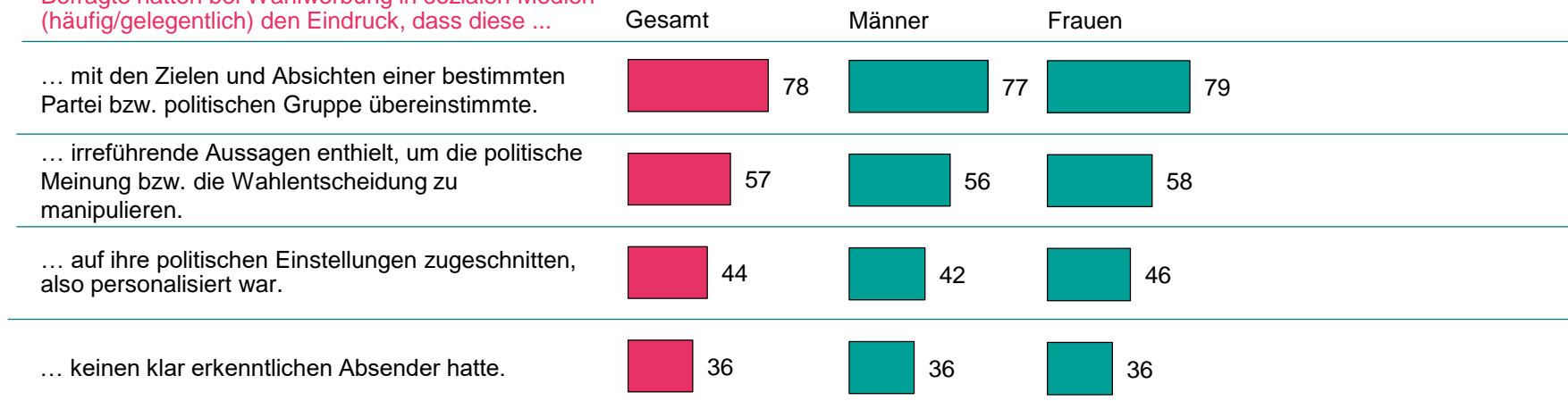
Basis: 217 Befragte, die in sozialen Medien schon einmal Wahlwerbung wahrgenommen haben

Frage 4: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

6. INHALTE VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN (1/2)

Die große Mehrheit (78 %) der Internetnutzerinnen und -nutzer, die in soz. Medien bereits Wahlwerbung wahrgenommen hat, hatte schon einmal den Eindruck, dass diese mit den Zielen und Absichten einer bestimmten Partei bzw. politischen Gruppe übereinstimmte.

Befragte hatten bei Wahlwerbung in sozialen Medien (häufig/gelegentlich) den Eindruck, dass diese ...



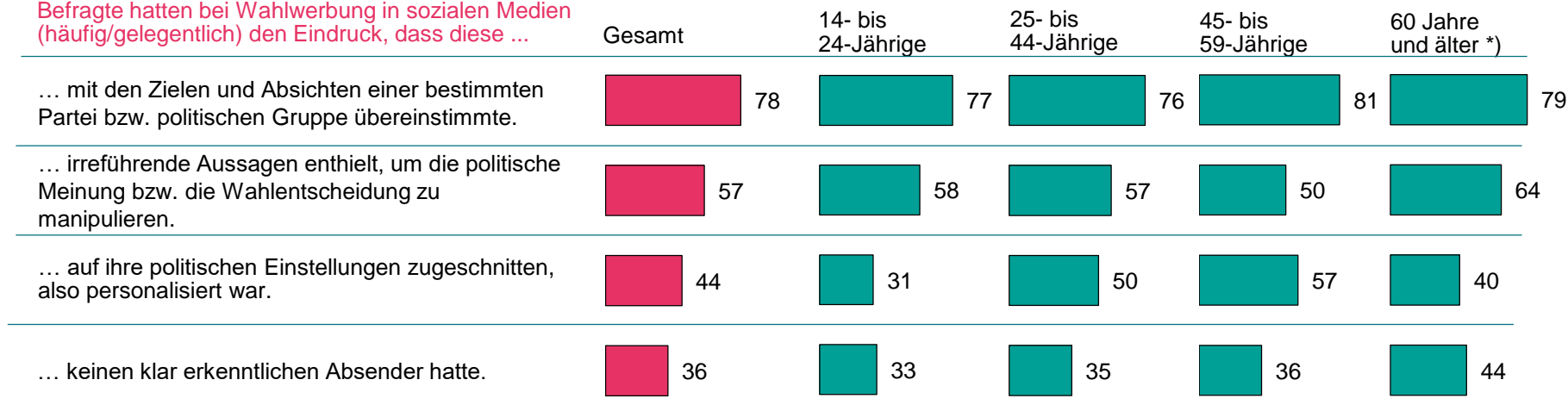
Basis: 217 Befragte, die in sozialen Medien schon einmal Wahlwerbung wahrgenommen haben

Frage 5: „Nun geht es weiterhin um die Inhalte von Wahlwerbung in sozialen Medien. Wie häufig hatten Sie bei Wahlwerbung, die Sie in sozialen Medien gesehen haben, den Eindruck, dass diese ...“

6. INHALTE VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN (2/2)

45- bis 59-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer hatten überdurchschnittlich oft bei Wahlwerbung in sozialen Medien den Eindruck, dass diese auf sie und ihre politischen Einstellungen zugeschnitten, also personalisiert war.

Befragte hatten bei Wahlwerbung in sozialen Medien (häufig/gelegentlich) den Eindruck, dass diese ...



*) geringe Basis































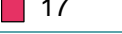
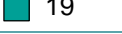

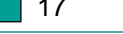
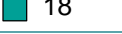

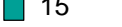
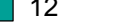
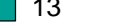
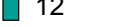
Basis: 217 Befragte, die in sozialen Medien schon einmal Wahlwerbung wahrgenommen haben

Frage 4: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

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

Die weit überwiegende Mehrheit (93 %) der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer ist der Meinung, dass jede und jeder klar erkennen können sollte, nach welchen Kriterien ihr und ihm politische Wahlwerbung im Internet oder in sozialen Netzwerken angezeigt wird.

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

	Gesamt	Ost	West	Männer	Frauen
Jede und jeder sollte klar erkennen können, nach w. Kriterien pol. Wahlwerbung im Internet oder in soz. Netzwerken angezeigt wird.	 93	 91	 94	 92	 94
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.	 89	 85	 90	 91	 87
Ich habe Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden.	 82	 79	 83	 81	 83
Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.	 81	 77	 81	 79	 82
Politische Desinformation macht mich wütend.	 79	 76	 80	 78	 81
Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z. B. im TV oder Radio).	 66	 59	 67	 66	 66
Das Thema „Politische Desinformation“ interessiert mich nicht.	 17	 19	 17	 17	 18
Ich verstehe die Aufregung nicht. Pol. Desinformationskampagnen haben keinen nennenswerten Einfluss auf die Wahlentscheidung.	 13	 15	 12	 13	 12














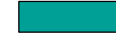


















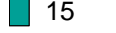
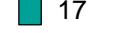

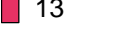


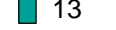

Basis: 1.002 Befragte

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

Vor allem unter 25-jährige Internetnutzerinnen und -nutzer sind der Meinung, dass es einer Regulierung von politischer Onlinewerbung, wie es sie bspw. im TV oder im Radio gibt, bedarf.

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
Jede und jeder sollte klar erkennen können, nach w. Kriterien pol. Wahlwerbung im Internet oder in soz. Netzwerken angezeigt wird.	 93	 93	 90	 93	 96
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.	 89	 89	 88	 88	 91
Ich habe Sorge, dass durch politische Desinformationskampagnen Wahlergebnisse manipuliert werden.	 82	 85	 77	 80	 87
Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.	 81	 85	 78	 81	 81
Politische Desinformation macht mich wütend.	 79	 77	 76	 79	 84
Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z. B. im TV oder Radio).	 66	 80	 65	 60	 66
Das Thema „Politische Desinformation“ interessiert mich nicht.	 17	 19	 15	 17	 19
Ich verstehe die Aufregung nicht. Pol. Desinformationskampagnen haben keinen nennenswerten Einfluss auf die Wahlentscheidung.	 13	 9	 7	 13	 18

Basis: 1.002 Befragte

Frage 6: „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.“

8. WAHRNEHMUNG VON POLITISCH MOTIVIERTER WAHLWERBUNG IM INTERNET

70 Prozent der befragten Internetnutzerinnen und -nutzer geben an, dass ihnen persönlich schon einmal politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen sind – Männern 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.

	häufig	gelegentlich	selten	bisher noch nie, hatten es aber schon vermutet	noch nie und auch nicht vermutet	weiß nicht/k. A.
Gesamt	11	40	19	14	10	6
Ost	12	40	26	10	6	6
West	11	41	18	15	10	5
Männer	13	45	20	11	7	4
Frauen	9	36	18	17	12	8
14- bis 24-Jährige	19	42	15	12	8	4
25- bis 44-Jährige	10	40	21	12	12	5
45- bis 59-Jährige	11	39	19	17	8	6
60 Jahre und älter	9	41	18	15	9	8

Basis: 1.002 Befragte

Frage 7: „Wie häufig sind Ihnen persönlich schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen – z. B. auf Webseiten, in Blogs, in sozialen Netzwerken oder in Internetforen?“