



# INFORMATIONSV ERHALTEN WAHLEN UND DESINFORMATION 2024

Zentrale Untersuchungsergebnisse

Auftraggeberin: Landesanstalt für Medien NRW

Juli 2024

# STUDIENDESIGN

## Zielgruppe:

Deutschsprachige private Internetnutzer  
ab 14 Jahren in Deutschland

## Stichprobengröße:

2024: 1.003 Befragte  
2023: 1.002 Befragte

## Erhebungszeitraum:

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

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

# BEI ETWAS GEÄNDERTER FRAGESTELLUNG WEGEN DER EUROPAWAHL 2024 LIEGEN ERSTMALS INTERNET UND WAHL-O-MAT ALS HAUPTINFORMATIONSMITTEL ZU WAHLEN BZW. WAHLKÄMPFEN AN DER SPITZE.

ZUM VORJAHR VERLOREN HAT HINGEGEN DAS FERNSEHEN. ABER AUCH RADIO, (GEDRUCKTE) TAGESZEITUNGEN SOWIE PERSÖNLICHE GESPRÄCHE SIND RÜCKLÄUFIG.

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



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

\*) Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

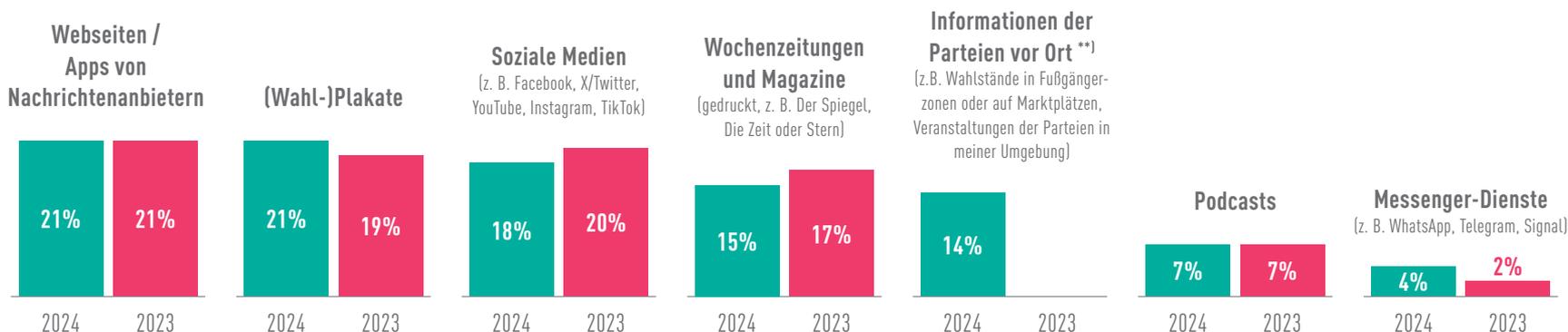
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Region (2/2) <sup>\*)</sup>

# WEITERE INFORMATIONSQUELLEN WIE NACHRICHTEN- WEBSEITEN ODER APPS SOWIE (WAHL-)PLAKATE BLEIBEN IM VERGLEICH ZU 2023 AUF KONSTANTEM NIVEAU.

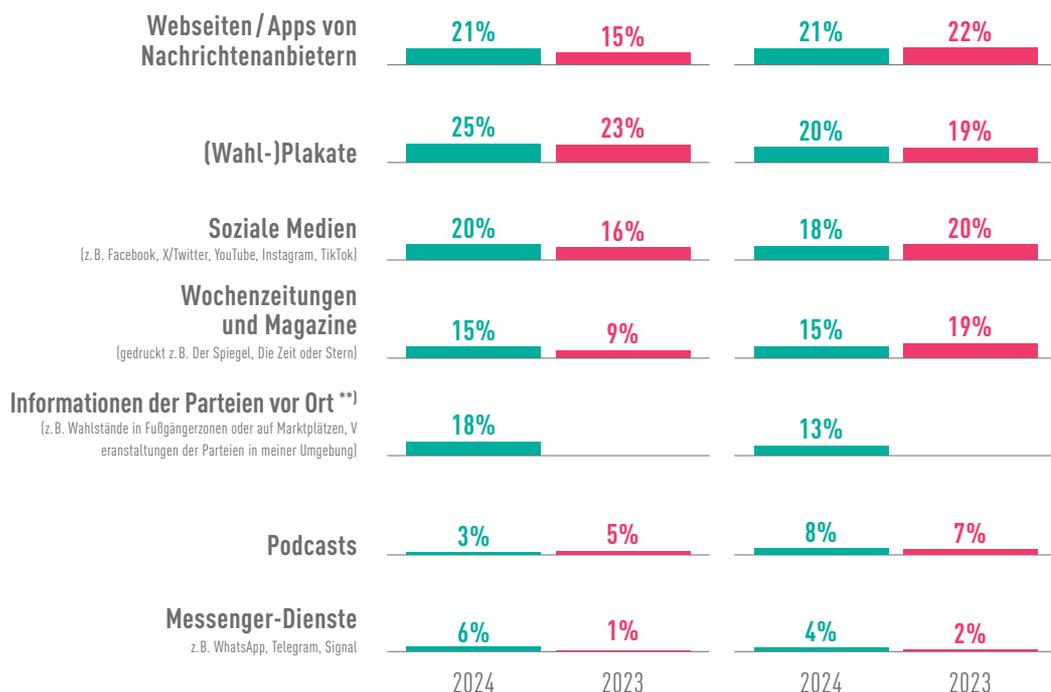
ERSTMALS WURDEN AUCH DIREKTE INFORMATIONSANGEBOTE DER PARTEIEN VOR ORT  
ABGEFRAGT, DIE IMMERHIN ETWA JEDER SIEBTE BEFRAGTE IN ANSPRUCH NIMMT.

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

Gesamt



Ost West



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / <sup>\*\*)</sup> in 2023 nicht abgefragt  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

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

# BEIM RANKING DER INFORMATIONSSQUELLEN GIBT ES INSGESAM NUR GERINGE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN.

AM DEUTLICHSTEN TRITT DER UNTERSCHIED NOCH BEIM INTERNET ZUTAGE, DAS BEI DEN MÄNNERN JETZT EINEN HÖHEREN PROZENTSATZ ERREICHT ALS BEI DEN FRAUEN.

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



Frage 1: „Wenn Sie sich zu anstehenden Wahlen oder dem Wahlkampf, wie zum Beispiel zur kommenden Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

\*) Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

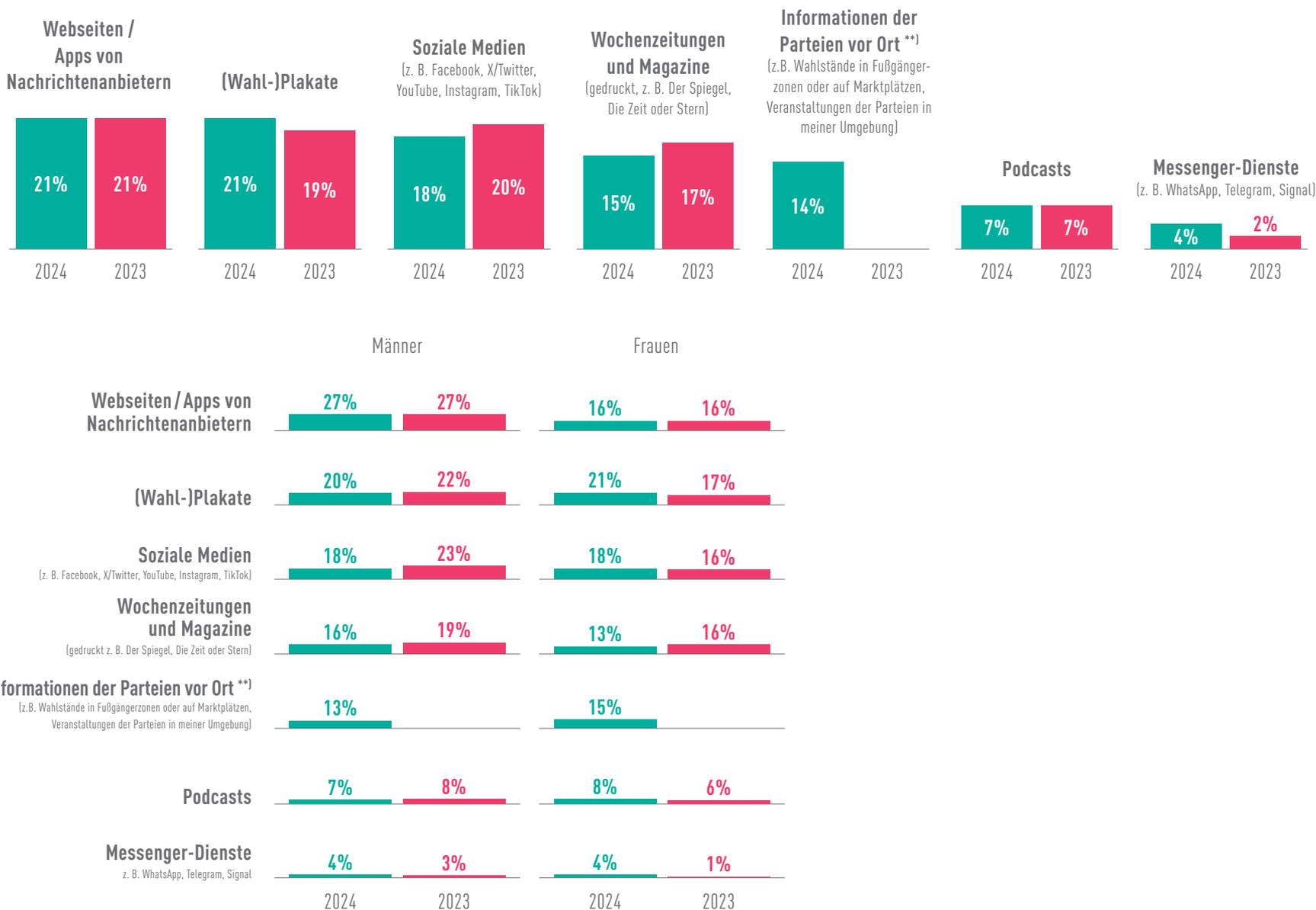
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (2/2) <sup>\*)</sup>

# AUCH BEI DEN WENIGER GENUTZTEN INFORMATIONSQUELLEN GIBT ES BIS AUF EINE AUSNAHME NUR GERINGE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN:

INSBESONDERE WEBSEITEN ODER APPS VON NACHRICHTENANBIETERN WERDEN VON MÄNNERN DEUTLICH HÄUFIGER ALS VON FRAUEN GENANNT.

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 Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / <sup>\*\*)</sup> in 2023 nicht abgefragt  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

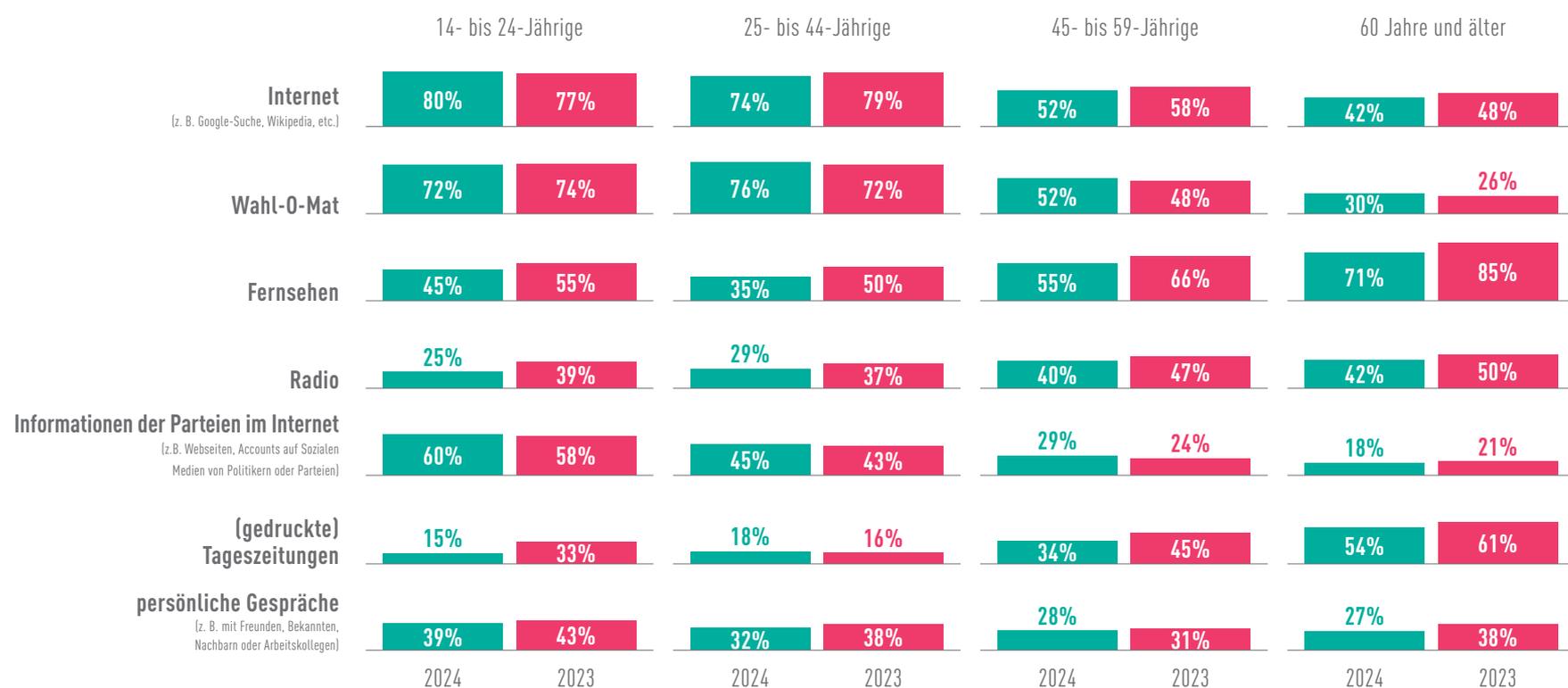
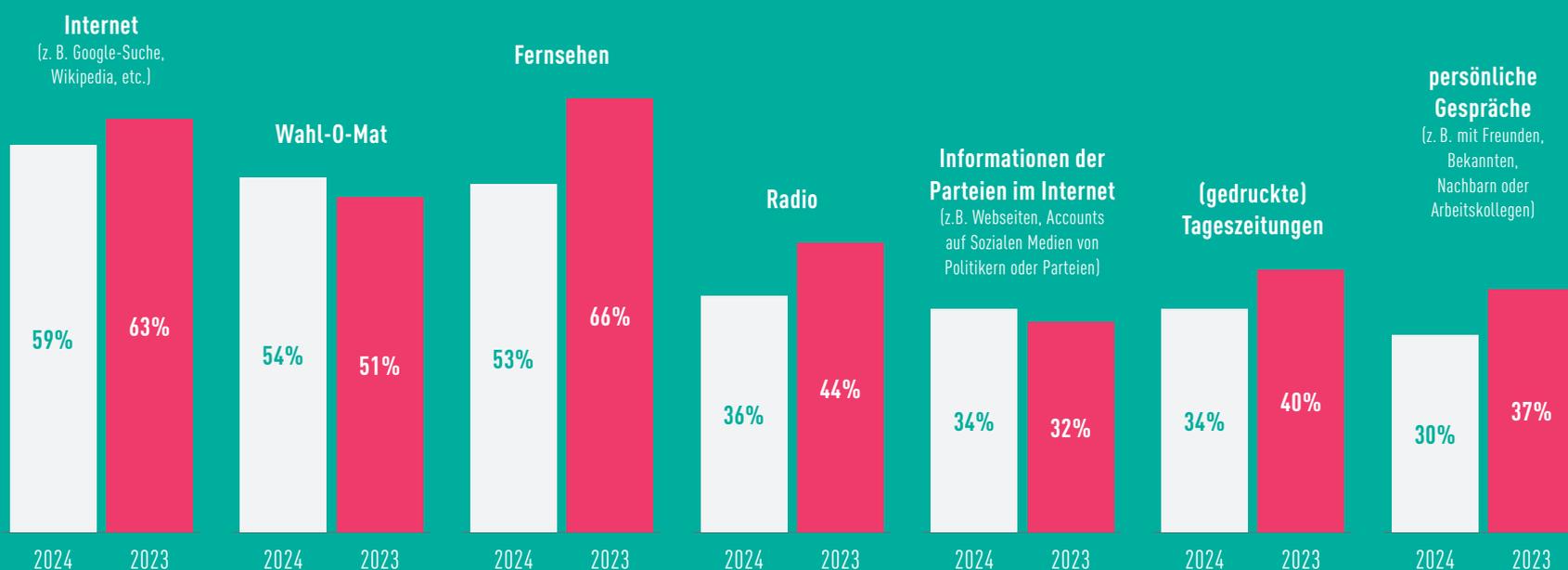
Bevorzugte Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Alter (1/2) \*)

# BEI DEN AB 60-JÄHRIGEN DOMINIERT WEITER DAS FERNSEHEN (WENN AUCH FALLEND) ALS HAUPTQUELLE FÜR INFORMATIONEN BEI WAHLEN ODER WAHLKÄMPFEN,

GEFOLGT VON (GEDRUCKTEN) TAGESZEITUNGEN. HINGEGEN LIEGEN BEI DEN UNTER 45-JÄHRIGEN DIGITALE ANGEBOTE IM INTERNET UND DER WAHL-O-MAT VORN. BESONDERS DIE UNTER 25-JÄHRIGEN NUTZEN HIER AUCH DIE INTERNETANGEBOTE DER PARTEIEN.

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 Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

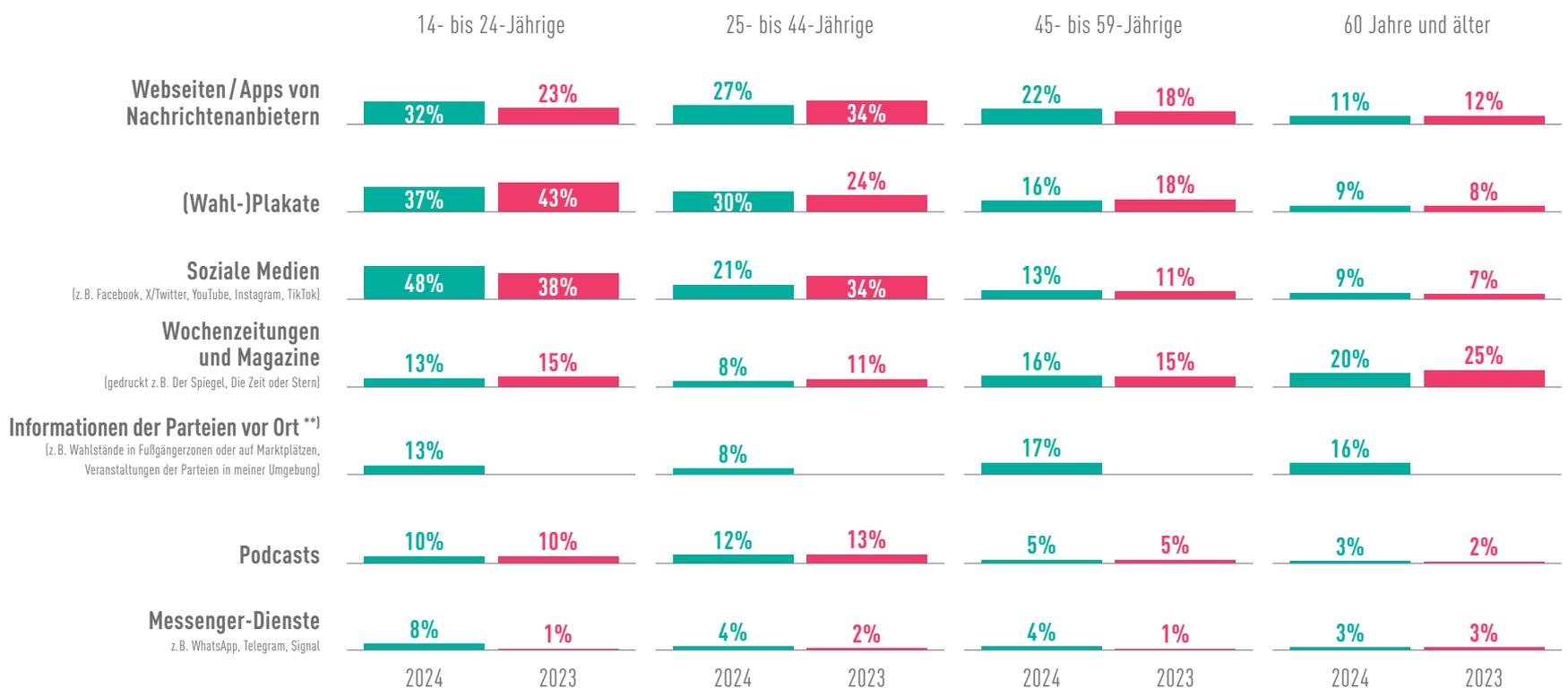
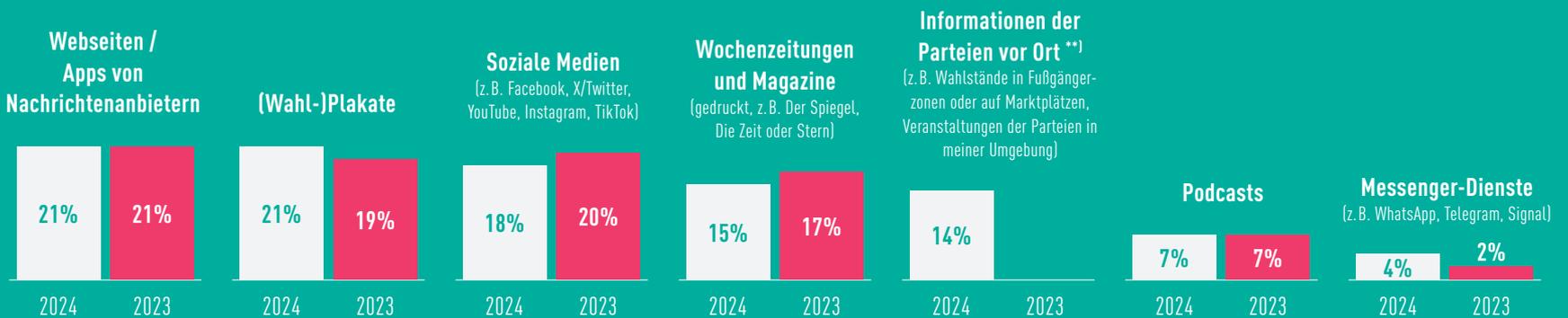
\*) Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# DIGITALE ANGEBOTE VON NACHRICHTENANBIETERN UND SOZIALE MEDIEN GEWINNEN INSBESONDERE BEI DEN JÜNGSTEN BEFRAGTEN UNTER 25 JAHREN WEITER AN BEDEUTUNG.

SOZIALE MEDIEN WERDEN HINGEGEN BEI DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN IM VORJAHRESVERGLEICH SELTENER GENANNT. (GEDRUCKTE) WOCHENZEITUNGEN UND MAGAZINE VERLIEREN ETWAS AN BODEN, PODCASTS STAGNIEREN.

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 Europawahl 2024, informieren wollen, welche der folgenden Informationsquellen würden Sie dann nutzen?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / <sup>\*\*) in 2023 nicht abgefragt  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte</sup>

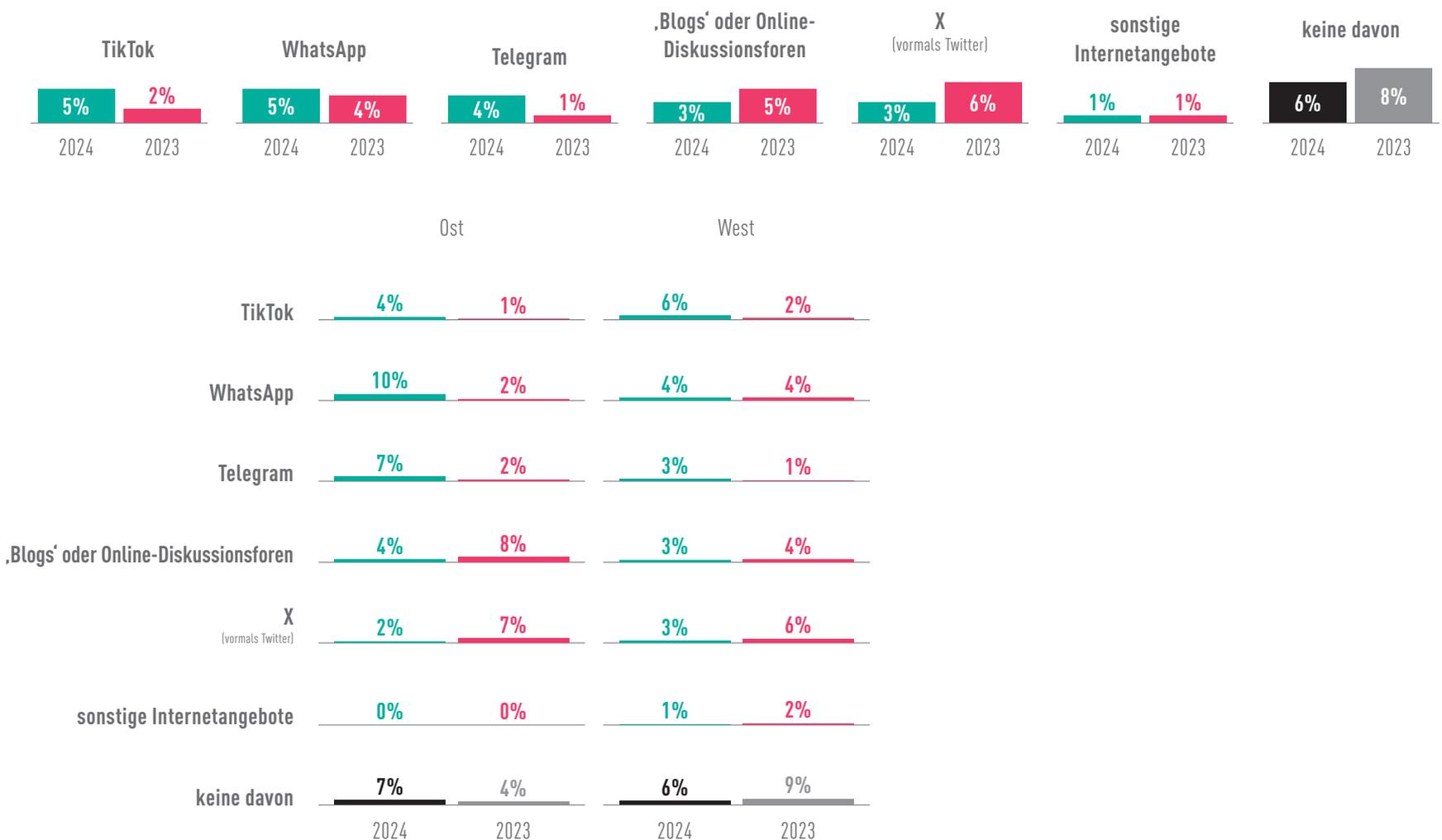


# IM NIEDRIGEN EINSTELLIGEN BEREICH NIMMT TIKTOK ZU, UND BESONDERS IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN WHATSAPP UND TELEGRAM.

ETWAS RÜCKLÄUFIG SIND BLOGS BZW. ONLINE-FOREN SOWIE X (VORMALS TWITTER).

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 Europawahl 2024 informieren möchten?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

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

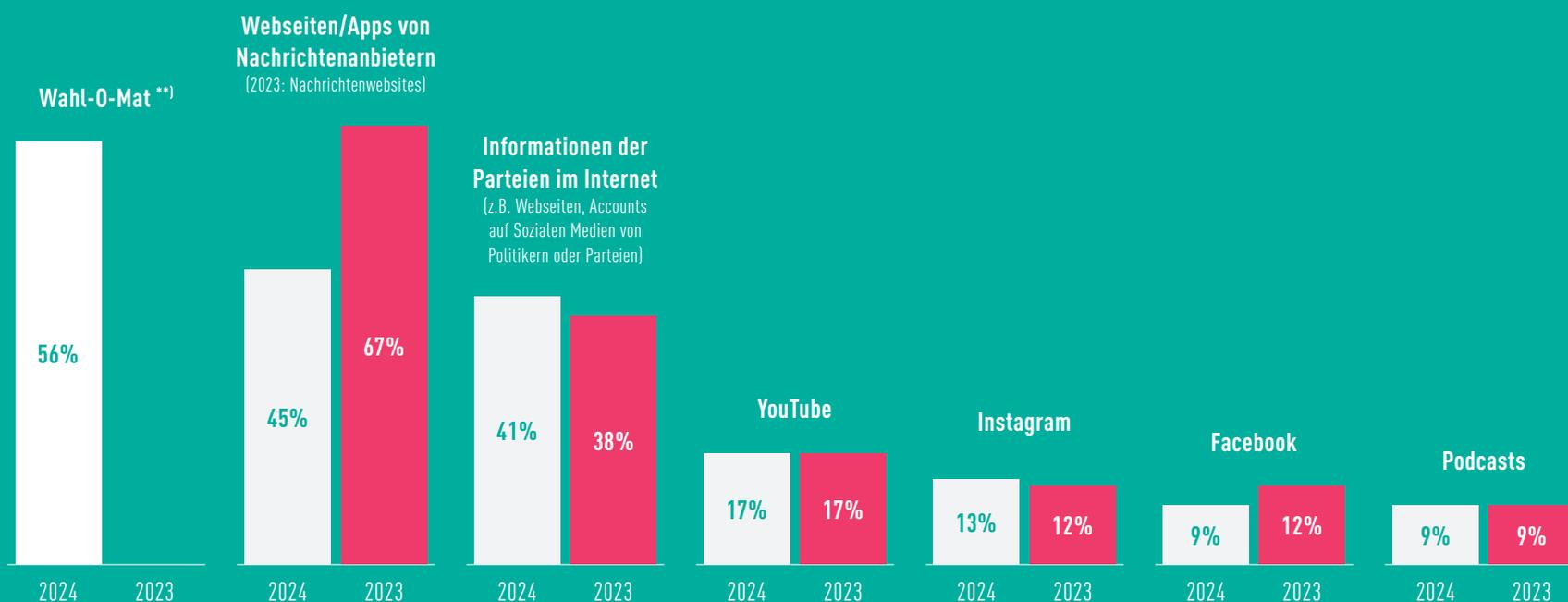
Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (1/2) <sup>\*)</sup>

# BEI EINIGEN ONLINE-ANGEBOTEN ZEIGT SICH EIN DEUTLICHER UNTERSCHIED ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN BEI DER NUTZUNG FÜR INFORMATIONEN ZU WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN ZUR EUROPAWAHL.

MÄNNER NUTZEN AKTUELL HÄUFIGER WEBSEITEN/APPS VON NACHRICHTENANBIETERN UND YOUTUBE ALS FRAUEN. FRAUEN HINGEGEN NUTZEN INSTAGRAM ODER FACEBOOK STÄRKER ALS QUELLEN IM VERGLEICH ZU MÄNNERN.

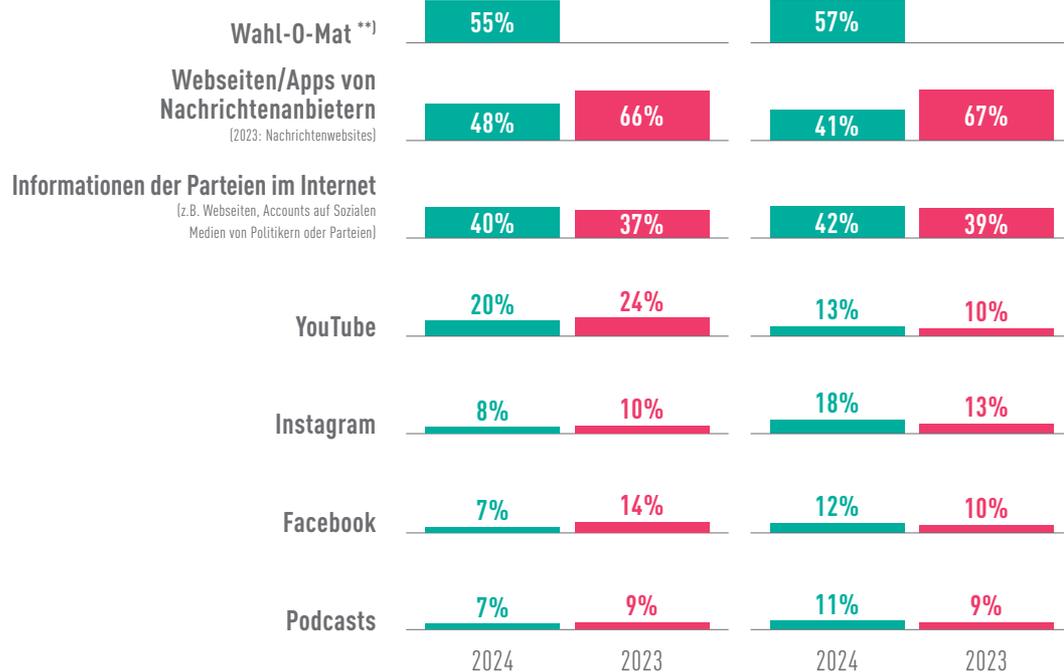
Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen zu informieren:

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 Europawahl 2024 informieren möchten?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / <sup>\*\*) in 2023 nicht abgefragt  
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2024: 726 / 2023: 755 (anderer Filter)</sup>

Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Geschlecht (2/2) <sup>\*)</sup>

## BEI WEITEREN ONLINE-QUELLEN LEGT TIKTOK SOWOHL BEI FRAUEN ALS AUCH MÄNNERN ZU.

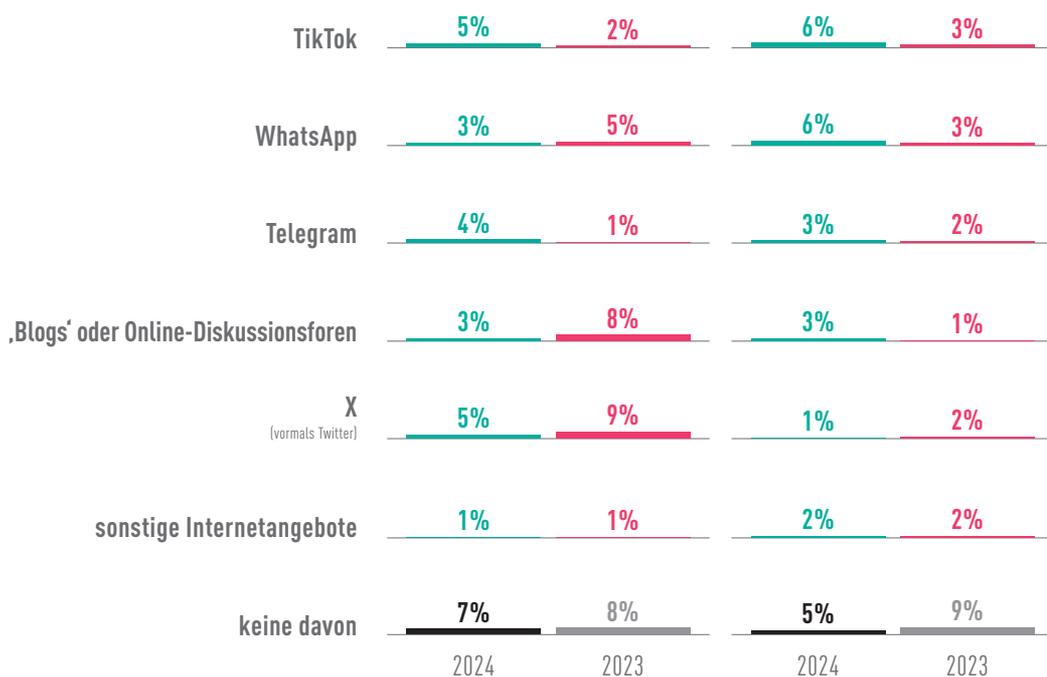
BEI WHATSAPP VERDOPPELT SICH DER ANTEIL DER FRAUEN ZUM VORJAHR, WÄHREND DIE MÄNNER DIESE QUELLE WENIGER NUTZEN ALS 2023. AUCH X (VORMALS TWITTER) UND ONLINE-FOREN VERLIEREN AN RELEVANZ BEI MÄNNERN, DAGEGEN LEGT TELEGRAM ETWAS ZU.

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 Europawahl 2024 informieren möchten?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

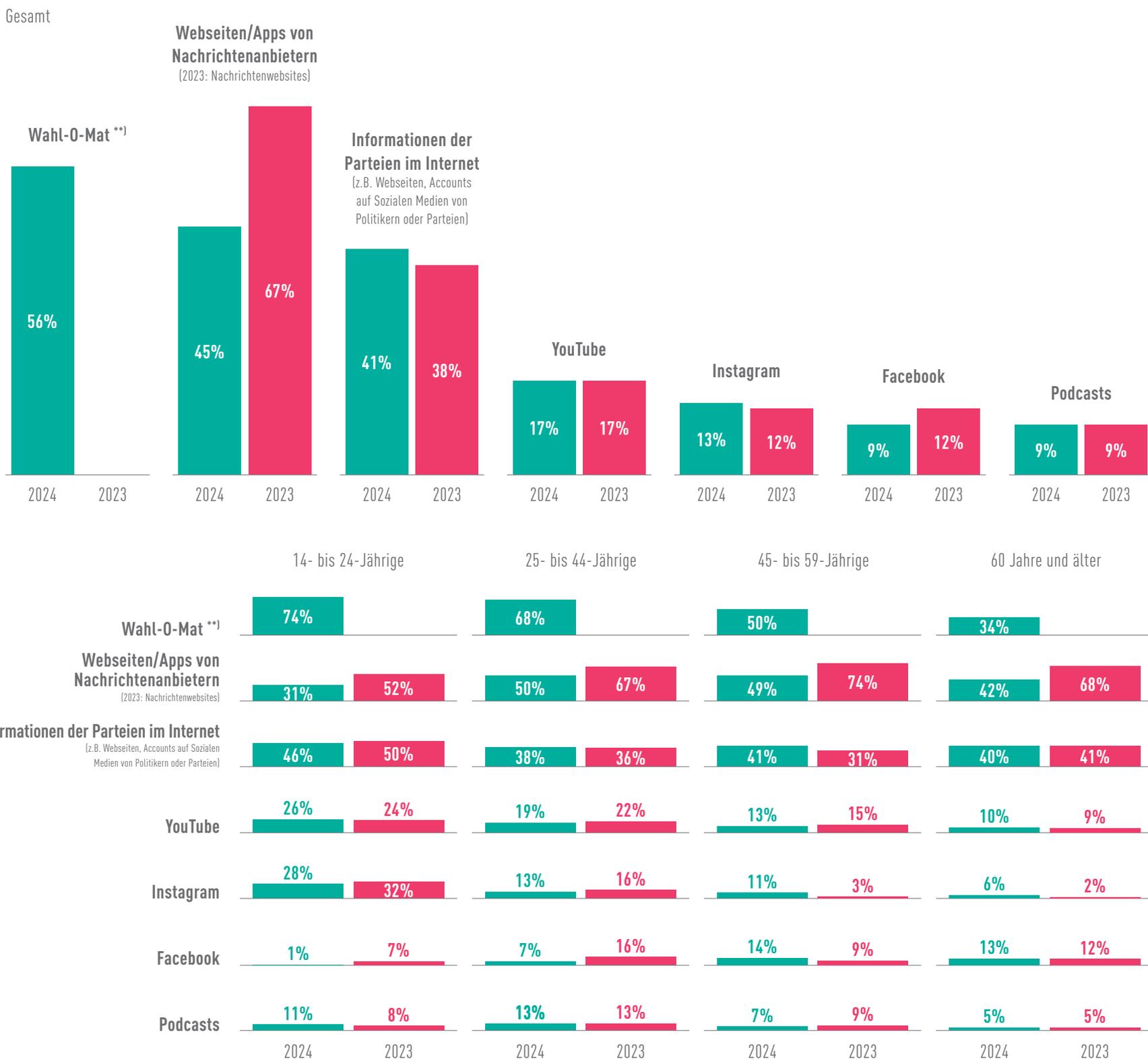
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2024: 726 / 2023: 755 (anderer Filter)

Bevorzugte Online-Informationsquellen zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen – Gesamt vs. Alter (1/2) <sup>\*)</sup>

# DER ERSTMALS SEPARAT ABGEFRAGTE WAHL-O-MAT SPIELT MIT STEIGENDEM ALTER EINE GERINGERE ROLLE.

DIES IST AUCH DER FALL BEI ONLINE-AUFTRITTEN DER PARTEIEN BZW. POLITIKER/INNEN SOWIE BEI YOUTUBE UND INSTAGRAM. FACEBOOK SPIELT INZWISCHEN NUR NOCH BEI PERSONEN AB 45 JAHREN EINE GEWISSE ROLLE ALS QUELLE FÜR WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN WIE DER EUROPAWAHL – BEI JÜNGEREN UNTER 25 JAHREN INZWISCHEN SO GUT WIE GAR NICHT MEHR.

Es nutzen folgende Online-Quellen, um sich zu anstehenden Wahlen bzw. Wahlkämpfen 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 zur kommenden Europawahl 2024 informieren möchten?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

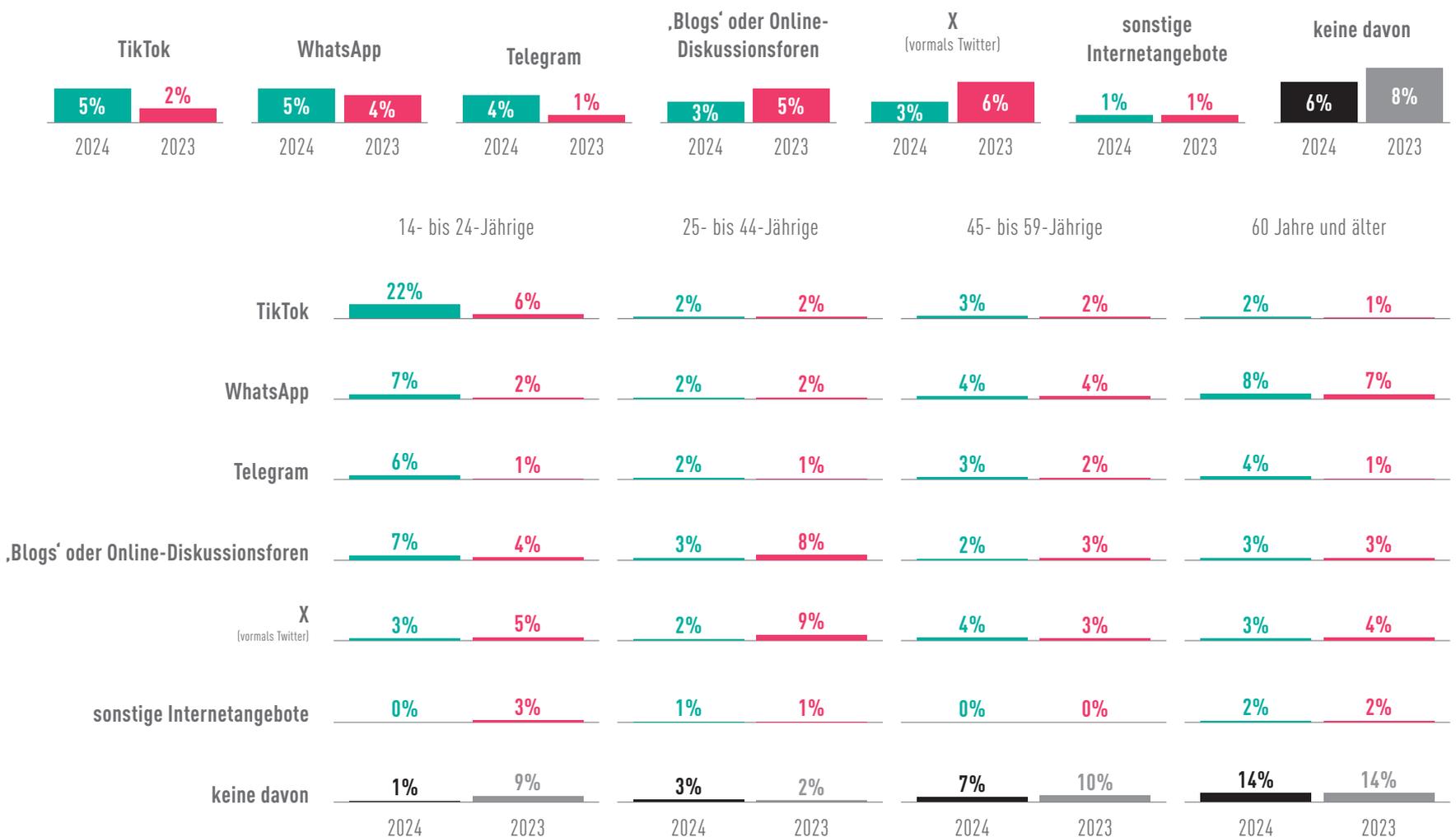
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / <sup>\*\*)</sup> in 2023 nicht abgefragt  
Basis: Befragte, die sich im Internet zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2024: 726 / 2023: 755 (anderer Filter)

# TIKTOK IST BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN EINE RELEVANTE QUELLE FÜR INFORMATIONEN ZU WAHLEN UND WAHLKÄMPFEN WIE DER EUROPAWAHL.

FÜR ÄLTERE BLEIBT DIESE PLATTFORM WEITER OHNE BEDEUTUNG. NOCH EINE GEWISSE RELEVANZ ALS INFORMATIONSQUELLE BESITZT DER MESSENGER WHATSAPP BEI DEN ÜBER 60-JÄHRIGEN UND DEN UNTER 25-JÄHRIGEN.

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

Gesamt



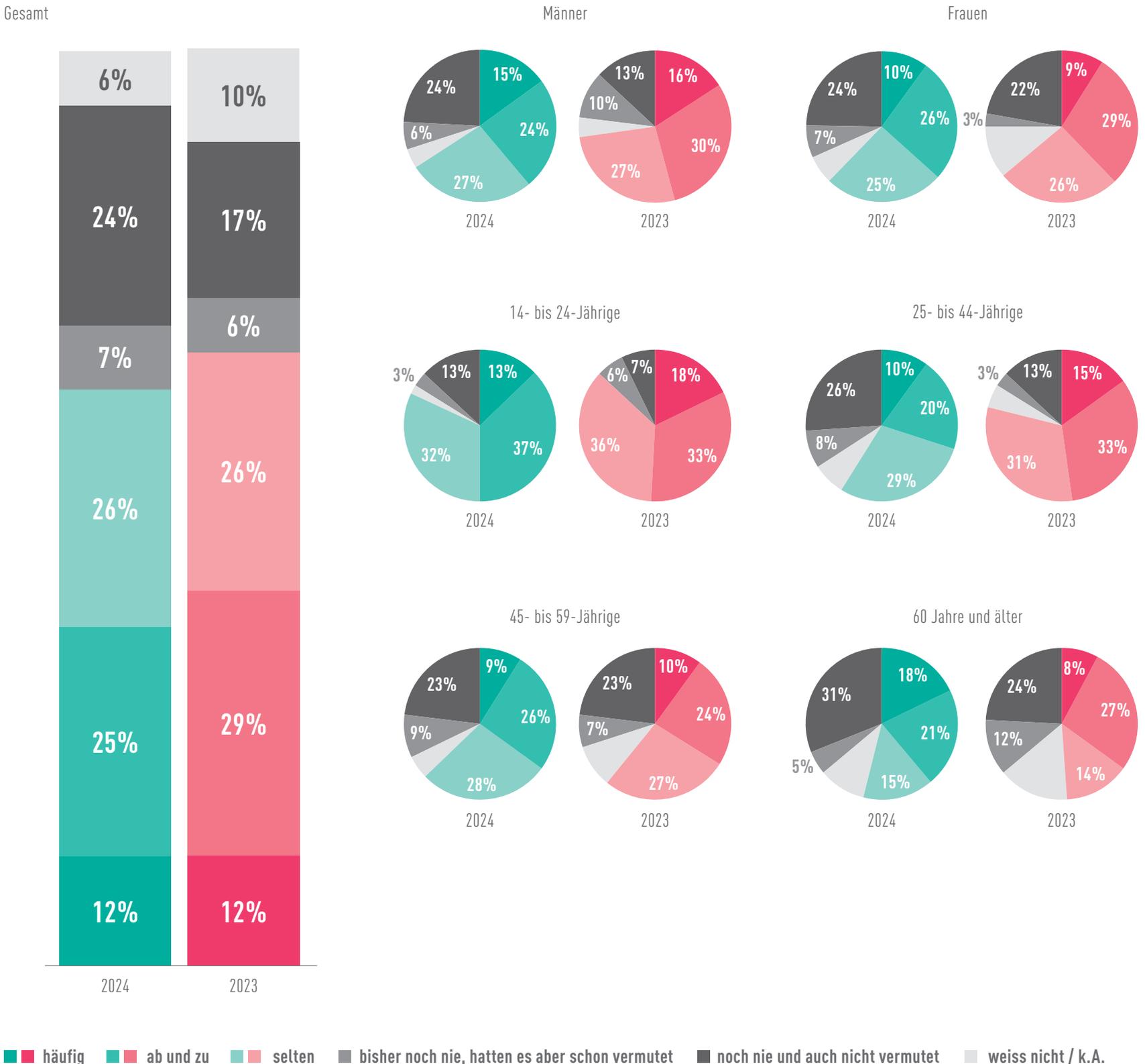
**Frage 2:** „Man kann sich ja online aus verschiedenen Quellen, über anstehende Wahlen bzw. Wahlkämpfe informieren. Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie sich zur kommenden Europawahl 2024 informieren möchten?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

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

# DIE WAHRNEHMUNG VON WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN ZUR EUROPAWAHL BEWEGT SICH ETWA AUF DEM NIVEAU DER WAHRNEHMUNG (WAHLWERBUNG ALLGEMEIN) DES VORJAHRES.

MEHR MÄNNER UND JUNGE BEFRAGTE UNTER 25 JAHRE GABEN AN, DASS IHNEN MINDESTENS GELEGENTLICH WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN AUFFIEL. STARK RÜCKLÄUFIG SIND DIE WERTE IM VORJAHRESVERGLEICH BEI DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN.

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



Frage 3: „Wie häufig haben Sie in Sozialen Medien (z. B. Facebook, X/Twitter, YouTube, Instagram, TikTok) schon politische Wahlwerbung zur kommenden Europawahl 2024 gesehen bzw. bemerkt?“ (Frageformulierung aufgrund der Europawahl 2024 angepasst)

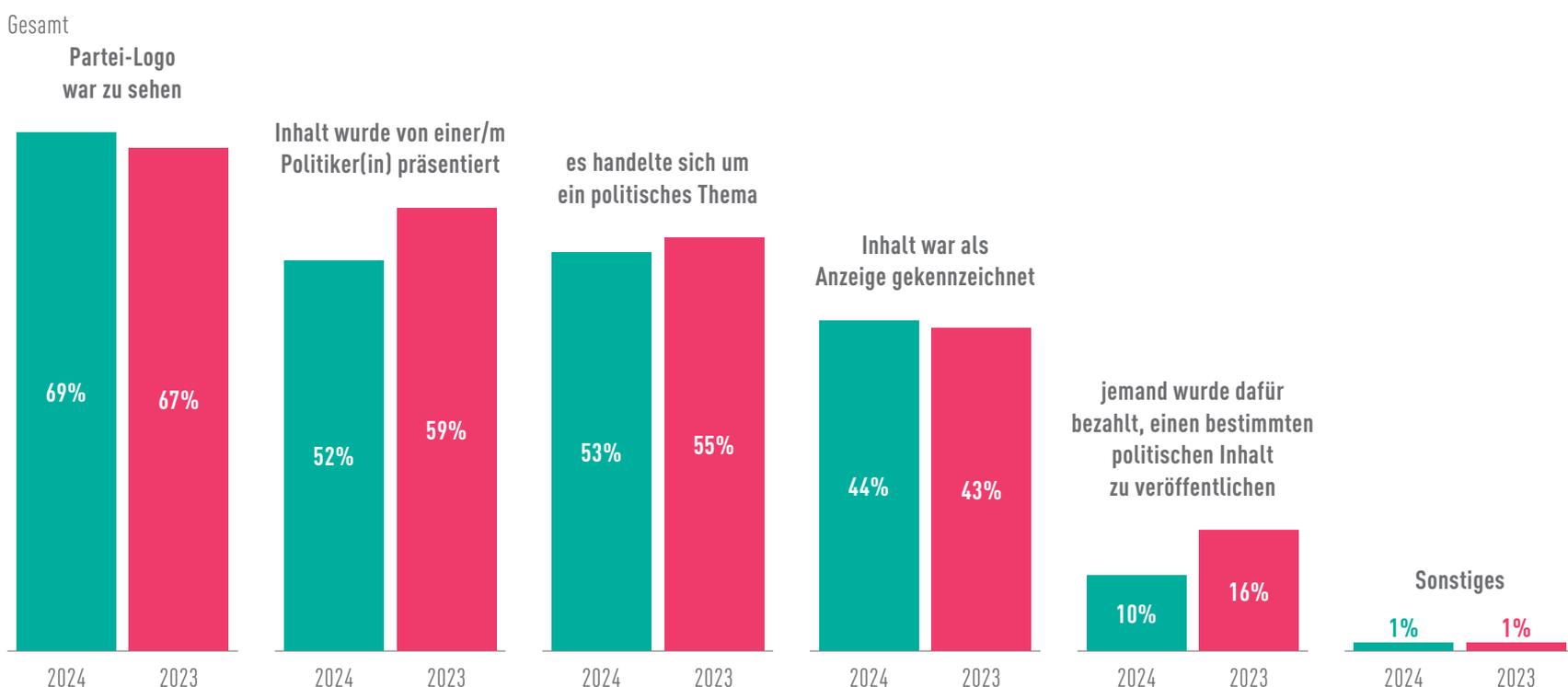
Basis: Befragte, die sich über Soz. Medien (bzw. abgefragte Online-Medien) zu Wahlen bzw. Wahlkämpfen informieren: 2024: 678 / 2023: 688 (anderer Filter)

Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Region \*)

# DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE WAHLWERBUNG ANHAND DER PRÄSENTATION DURCH EINEN POLITIKER/EINE POLITIKERIN ERKANNTEN, GING DEUTLICH ZURÜCK.

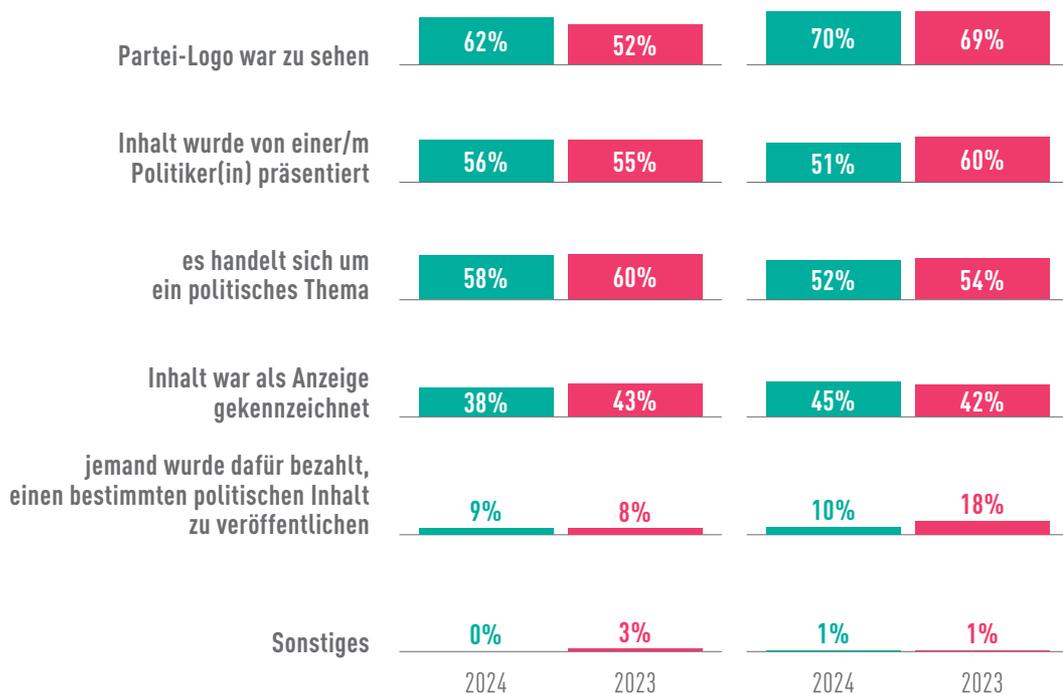
EBENSO RÜCKLÄUFIG SIND DIE NENNUNGEN BEI DER AUSSAGE, DASS JEMAND FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG EINES POLITISCHEN INHALTS BEZAHLT WURDE. DIE WEITEREN AUSSAGEN BLEIBEN IM VORJAHRESVERGLEICH WEITGEHEND STABIL.

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



Ost\*\*)

West

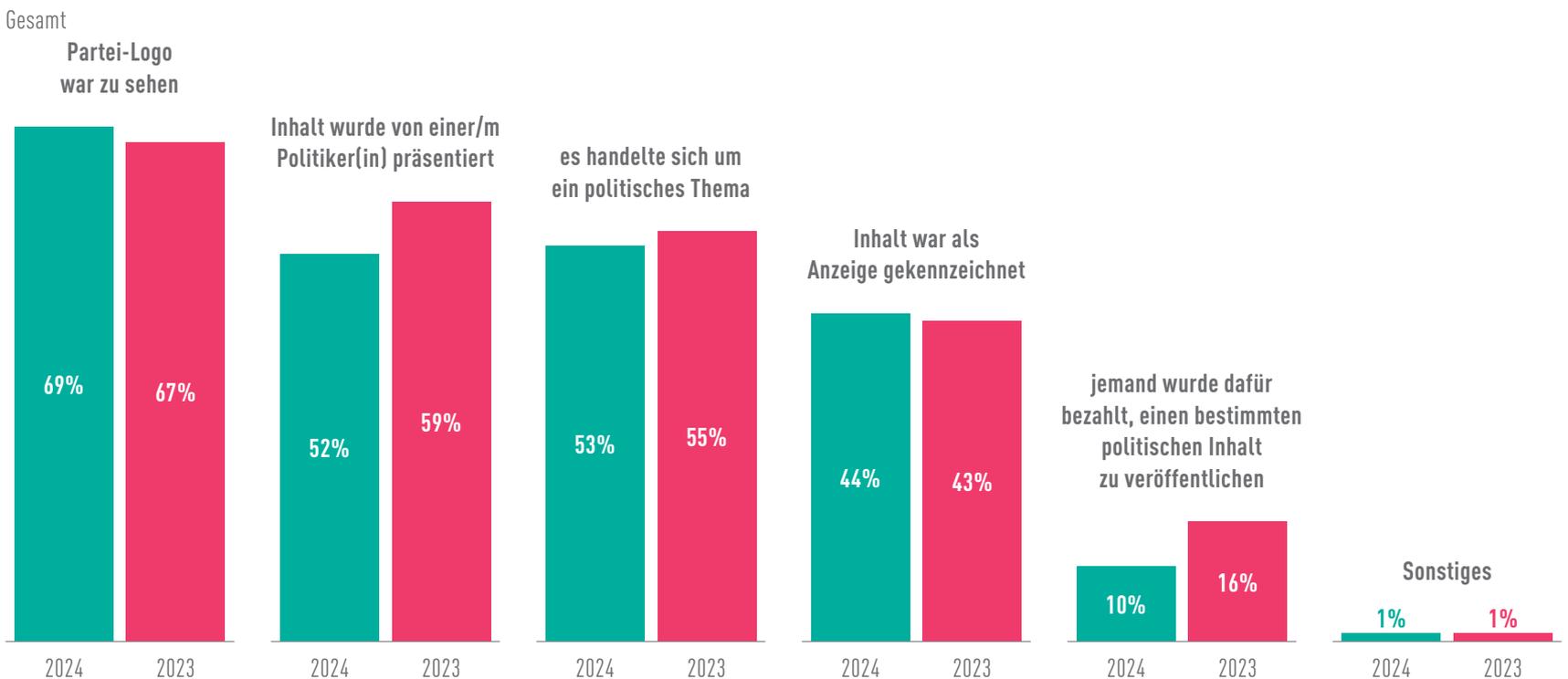


Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Geschlecht \*)

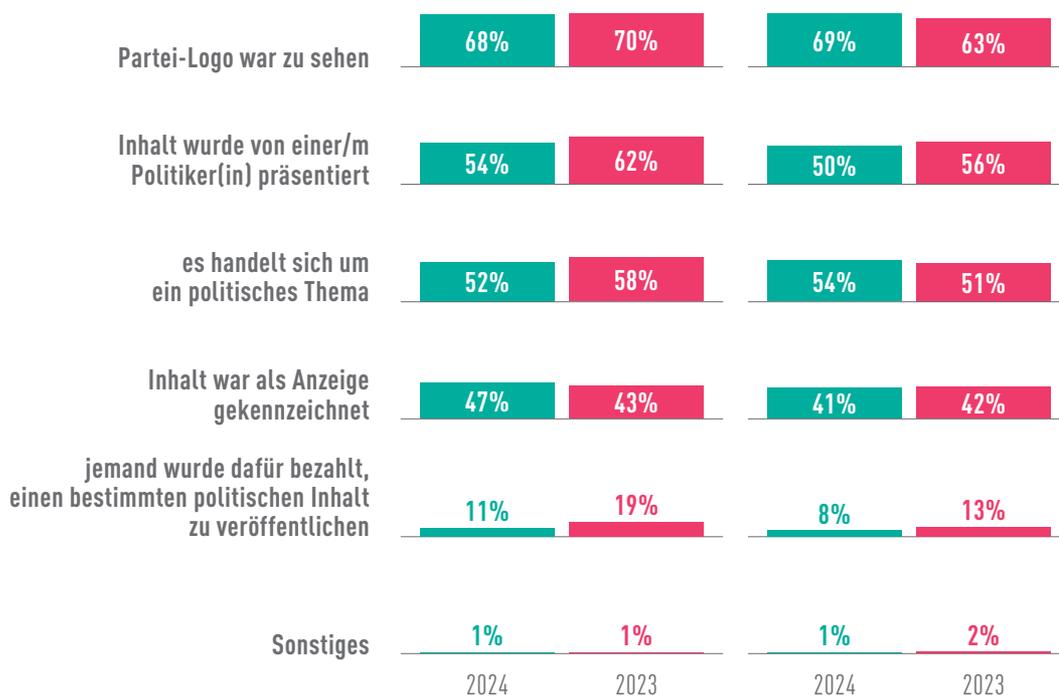
# BEI DER IDENTIFIKATION POLITISCHER WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN NÄHERN SICH DIE GESCHLECHTER IM VERGLEICH ZUM VORJAHR AN.

HIER STIEG INSBESONDERE DER ANTEIL BEI FRAUEN, DENEN EIN PARTEI-LOGO AUFFIEL.

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



Männer Frauen



Identifikationsmerkmale politischer Wahlwerbung – Gesamt vs. Alter \*)

# INSBESONDERE DIE UNTER 25-JÄHRIGEN GEBEN AN, WAHLWERBUNG ANHAND EINES PARTEI-LOGOS ERKANNT ZU HABEN.

IM VERGLEICH ZU DEN WERTEN DES VORJAHRES GEHEN IN DIESER ALTERSGRUPPE DIE ANTEILE DERJENIGEN, DIE WAHrgENOMMEN HABEN, DASS EINE PRÄSENTATION DURCH EINE/N POLITIKER/IN ERFOLGTE SOWIE DASS JEMAND FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG EINES POLITISCHEN INHALTS BEZAHLT WURDE, STARK ZURÜCK.

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

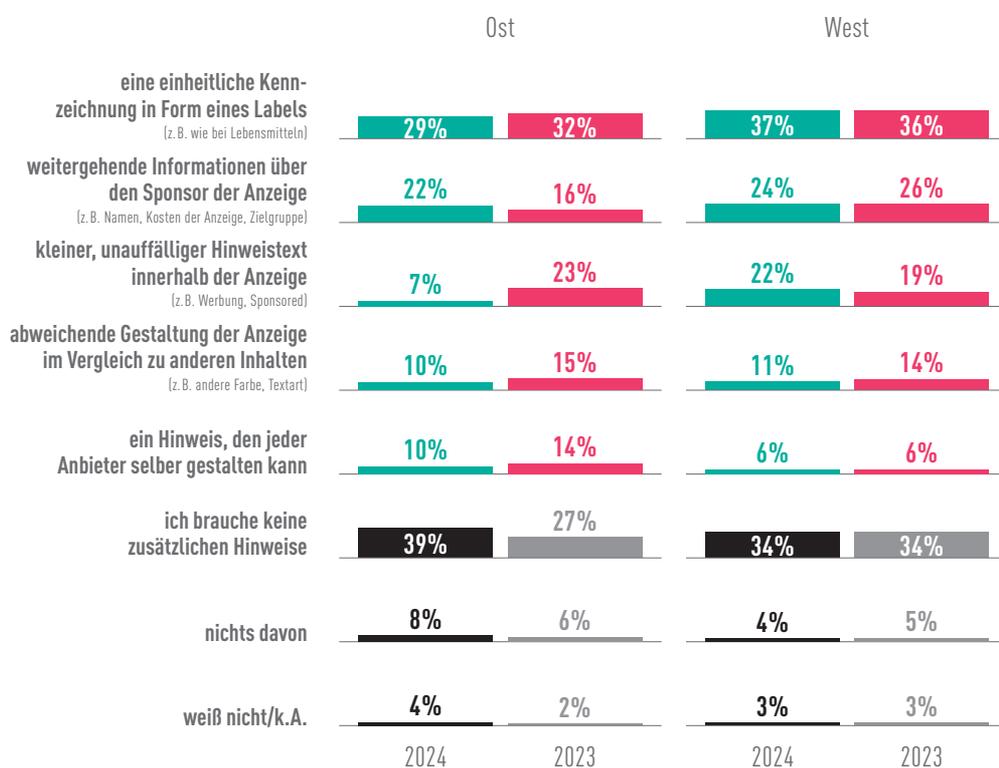
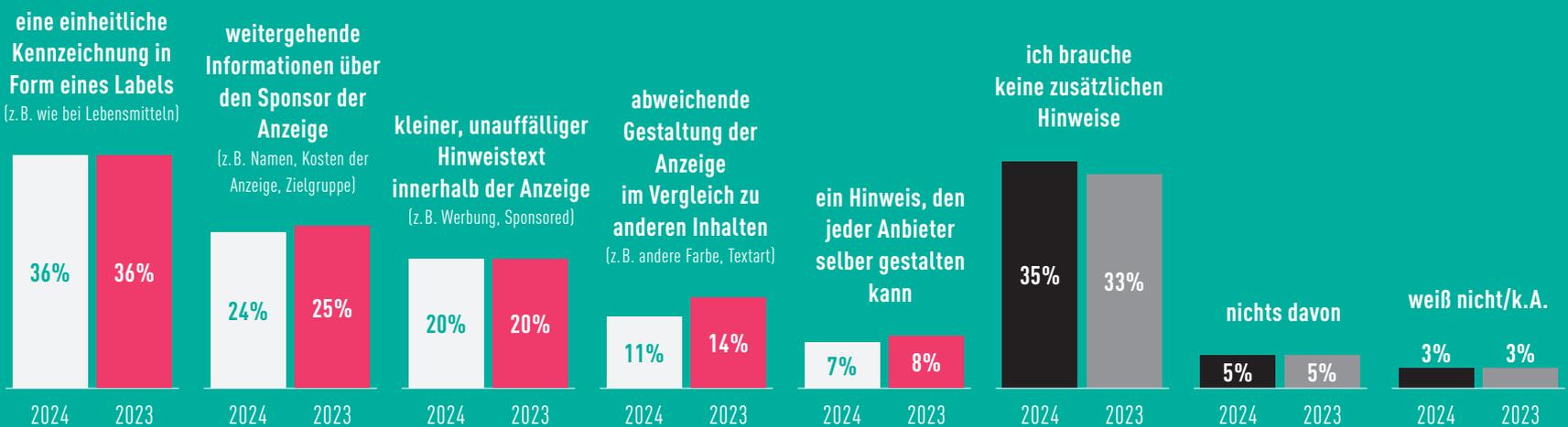


# WEITERHIN FÄNDEN DIE BEFRAGTEN EINE EINHEITLICHE KENNTLICH- MACHUNG POLITISCHER WERBUNG DURCH EIN LABEL HILFREICH –

EINE MASSNAHME, DIE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN (NBL) WEITERHIN GERINGEREN ANKLANG FINDET. AUCH ANDERE MASSNAHMEN (AUSSER INFORMATIONEN ZUM SPONSOR EINER ANZEIGE) SIND IN DEN NBL ZURÜCKGEGANGEN – VOR ALLEM EIN HINWEISTEXT INNERHALB DER ANZEIGE. DAMIT STEIGT IN DEN NBL DER ANTEIL, DER KEINE ZUSÄTZLICHEN HINWEISE BEI POL. WERBUNG FÜR NÖTIG ERACHTET.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



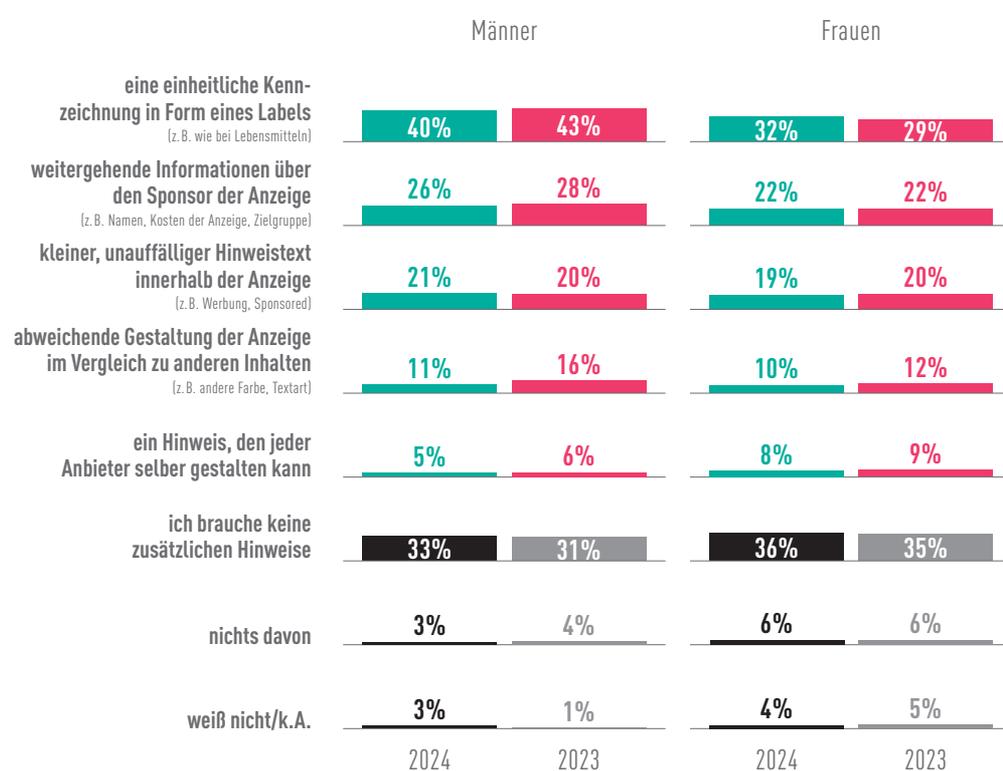
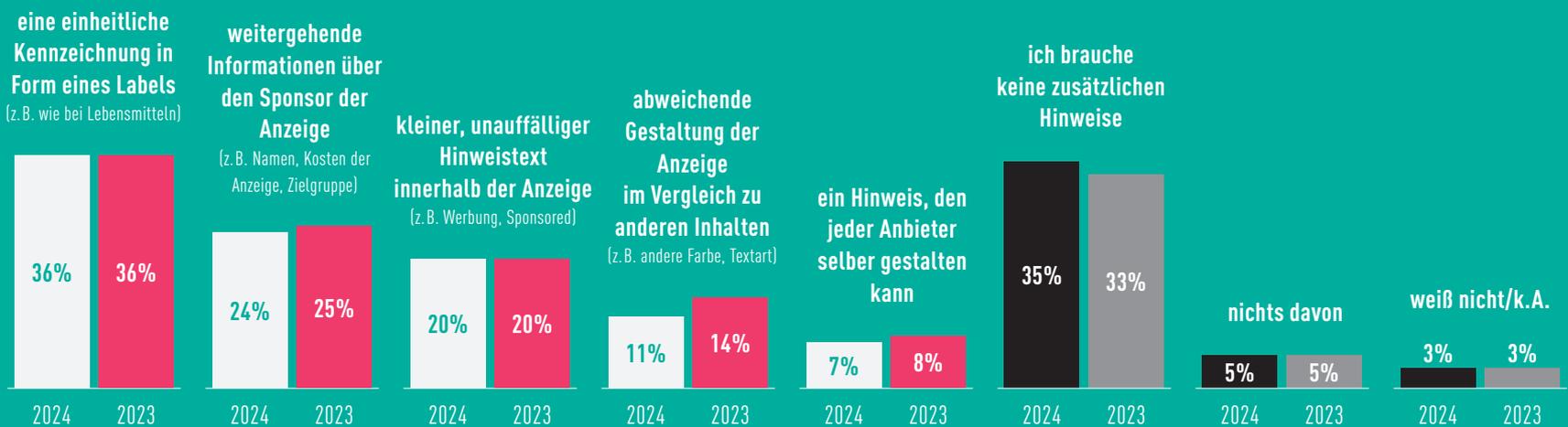
Hilfen zum Erkennen politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Geschlecht <sup>\*)</sup>

# EIN HÖHERER ANTEIL BEI DEN MÄNNERN ALS BEI DEN FRAUEN HALTEN EINE EINHEITLICHE KENNTLICHMACHUNG POLITISCHER WERBUNG FÜR HILFREICH.

INSGESAM NÄHERN SICH DIE GESCHLECHTER BEI DEN VORGESCHLAGENEN MÖGLICHEN HILFEN ZUM BESSEREN ERKENNEN POLITISCHER WERBUNG IM INTERNET MIT IHREN ANTWORTEN EINANDER AN.

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?“

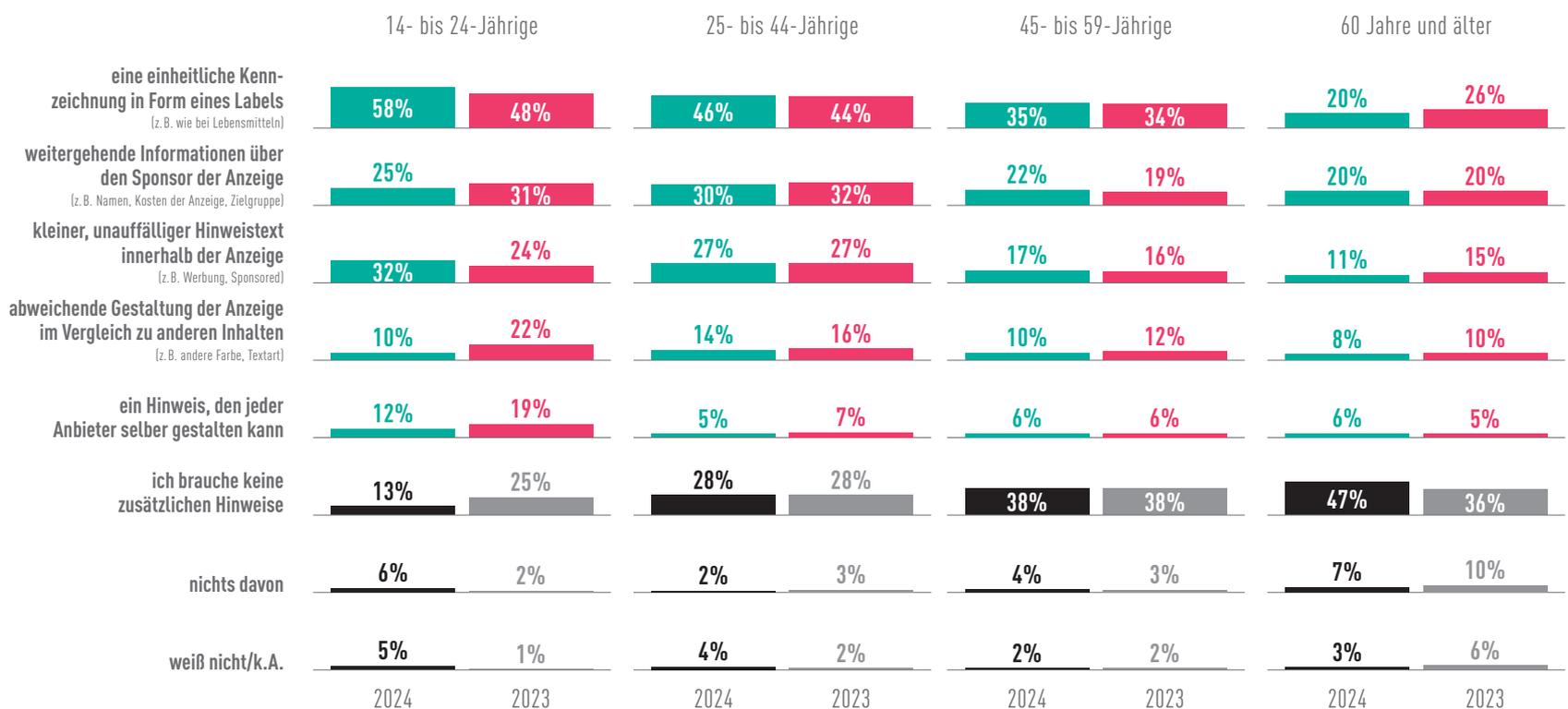
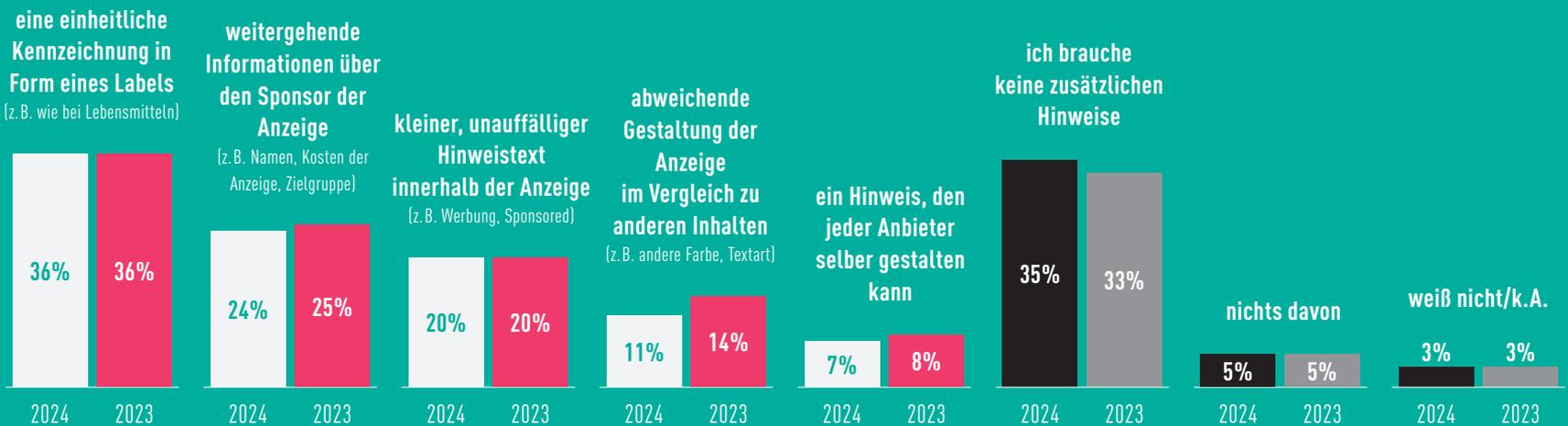
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# EINE EINHEITLICHE KENNZEICHNUNG WIRD MIT ZUNEHMENDEM ALTER WENIGER GEWÜNSCHT.

AUF ZUSÄTZLICHE HINWEISE VERZICHTEN KÖNNEN BESONDERS DIE ÜBER 59-JÄHRIGEN  
UND AM WENIGSTEN DIE UNTER 25-JÄHRIGEN.

Zum besseren Erkennen politischer Werbung im Internet würde helfen:

Gesamt



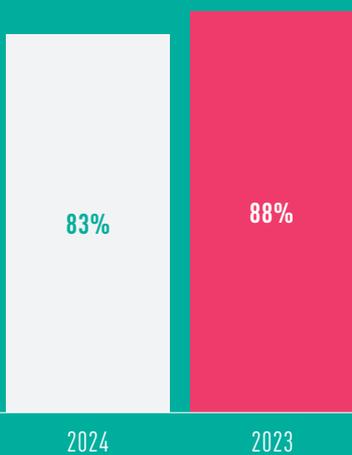
# WEITERHIN IST DIE GROSSE MEHRHEIT DER MEINUNG, DASS JEDER NUTZER KLAR ERKENNEN KÖNNEN SOLLTE, NACH WELCHEN KRITERIEN POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET BZW. SOZIALEN NETZWERKEN ANGEZEIGT WIRD.

AUCH SOLLTE SIE DEUTLICHER ALS POLITISCHE WERBUNG GEKENNZEICHNET WERDEN. GESUNKEN IST IN DEN NBL DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE EINE REGULIERUNG POLITISCHER ONLINE-WERBUNG BEFÜRWORTEN.

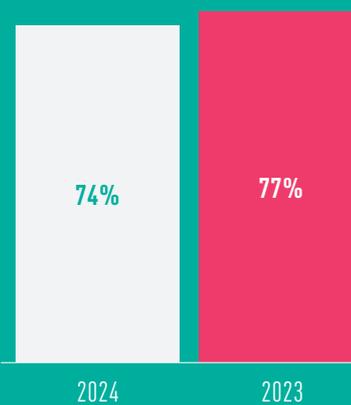
## Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

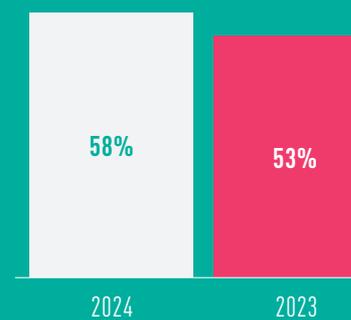
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien Wahlwerbung im Internet oder in Sozialen Netzwerken angezeigt wird.



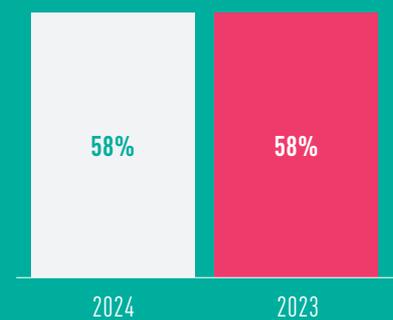
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Ich habe Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



Ost \*)

West

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 zu politischen Themen, die mir persönlich wichtig sind.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



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: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2024: 428 / 2023: 470 / \*) geringe Basis in 2021

# INSBESONDERE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN STEIGT DER ANTEIL DER PERSONEN, DIE IN SOZIALEN MEDIEN WAHLWERBUNG ZU THEMEN GESEHEN HABEN, DIE IHNEN WICHTIG SIND.

SELTENER HINGEGEN WIRD JETZT ANGEZEIGT, DASS MAN DIE IMMER GLEICHEN INHALTEN ZU SEHEN BEKAM.

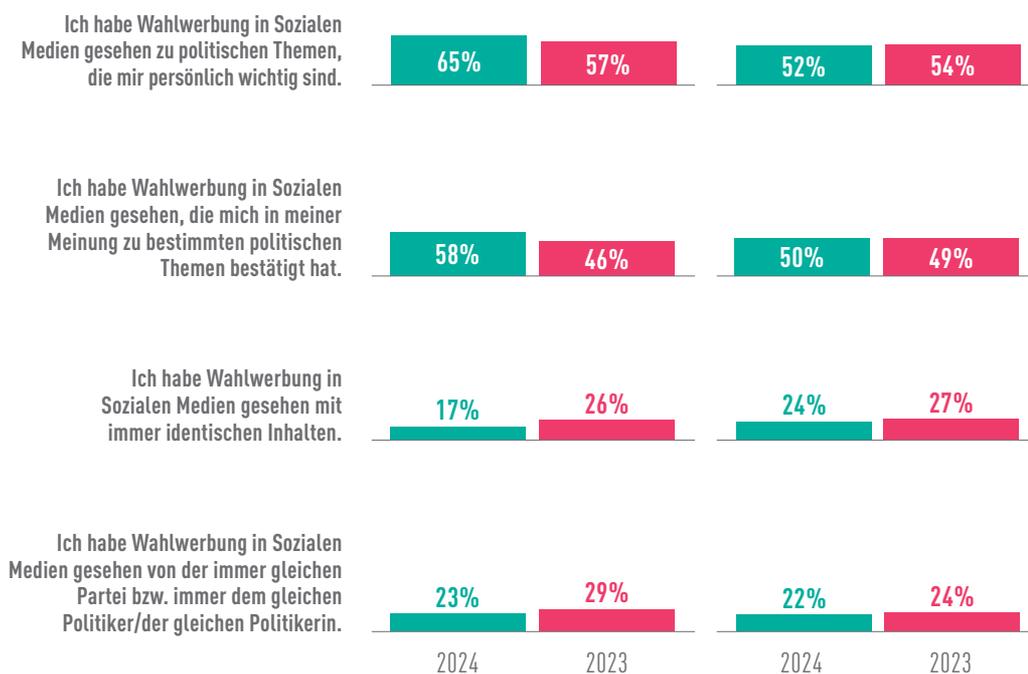
Es treffen folgende Aussagen zu:

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.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2024: 428 / 2023: 470 / \*) geringe Basis in 2021

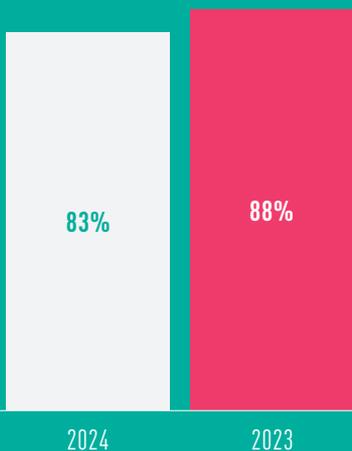
# IN DEN MEISTEN AUSSAGEN ZUR WAHLWERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN STIMMEN DIE GESCHLECHTER WEITGEHEND MITEINANDER ÜBEREIN.

AM GRÖSSTEN IST DIE DIFFERENZ BEI DER ZUSTIMMUNG ZUR AUSSAGE, DASS MAN WAHLWERBUNG VON PARTEIEN UND POLITIKER/INNEN GESEHEN HAT, DIE MAN GEWÄHLT HAT BZW. SICH VORSTELLEN KÖNNTE ZU WÄHLEN. DER ANTEIL DER MÄNNER LIEGT HIER DEUTLICH ÜBER DEN DER FRAUEN, DIE ALLERDINGS DEN ABSTAND VERRINGERT HABEN.

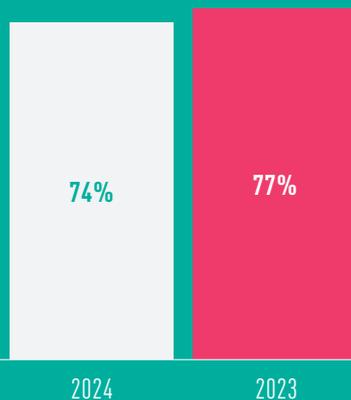
## Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

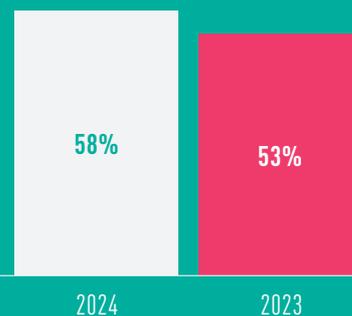
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien politische Wahlwerbung im Internet oder in Sozialen Netzwerken angezeigt wird.



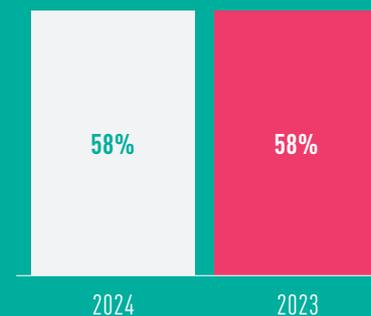
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Ich habe Wahlwerbung in Sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



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.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



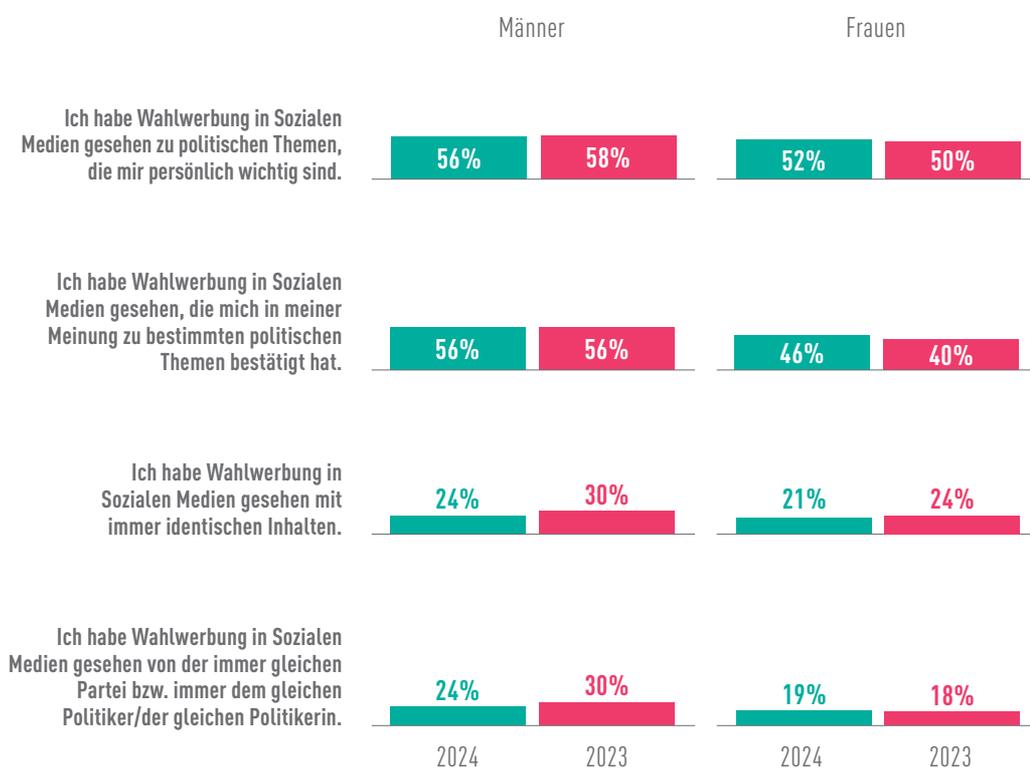
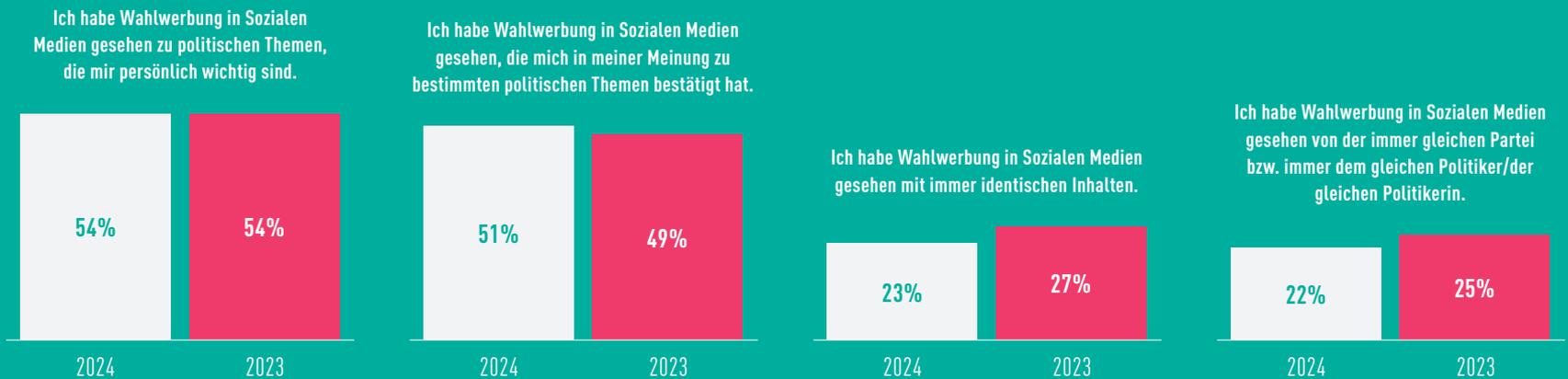
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

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

ALLERDINGS NIMMT HIER BEI DEN FRAUEN IM VORJAHRESVERGLEICH – ANDERS ALS BEI DEN MÄNNERN – DER ANTEIL ZU. BESONDERS BEI DEN MÄNNERN GEHT ZUDEM DER ANTEIL DERJENIGEN ZURÜCK, DIE IMMER IDENTISCHE INHALTE UND WAHLWERBUNG VON IMMER DEN GLEICHEN PARTEIEN/POLITIKER/INNEN WAHRNEHMEN.

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.“

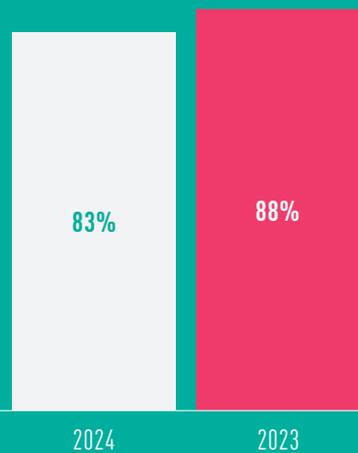
# EINE DEUTLICHERE KENNZEICHNUNG UND KLARE KENNUNG DER KRITERIEN POLITISCHER WAHLWERBUNG IM INTERNET WIRD VON DEN ÜBER 59-JÄHRIGEN WENIGER GEFORDERT.

BEI IHNEN IST AUCH DER ANTEIL ZURÜCK GEGANGEN, DER EINE REGULIERUNG POLITISCHER ONLINEWERBUNG FÜR NÖTIG ERACHTET.

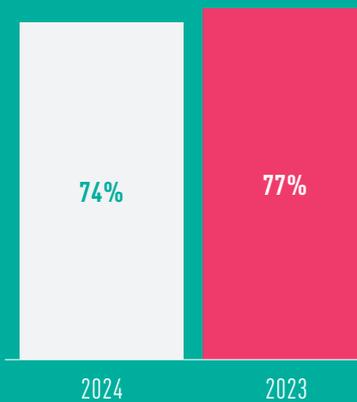
Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt

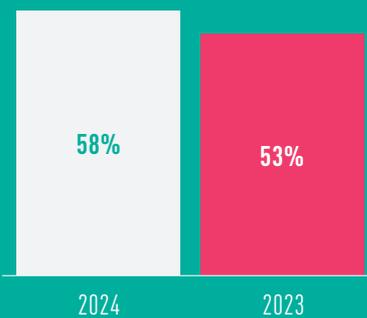
Jeder Nutzer sollte klar erkennen können, nach welchen Kriterien politische Wahlwerbung im Internet oder in Sozialen Netzwerken angezeigt wird.



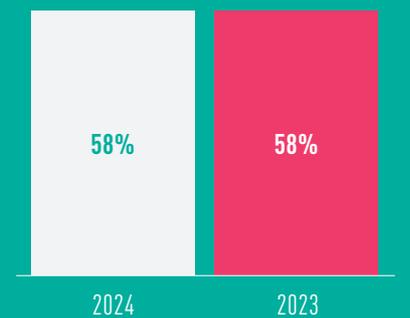
Politische Werbung sollte deutlicher als solche gekennzeichnet sein.



Ich habe Wahlwerbung in Sozialen Medien gesehen von Parteien bzw. Politikern, die ich gewählt habe oder ich mir vorstellen könnte zu wählen.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



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.



Es braucht eine Regulierung von politischer Onlinewerbung (so wie z.B. im TV oder Radio).



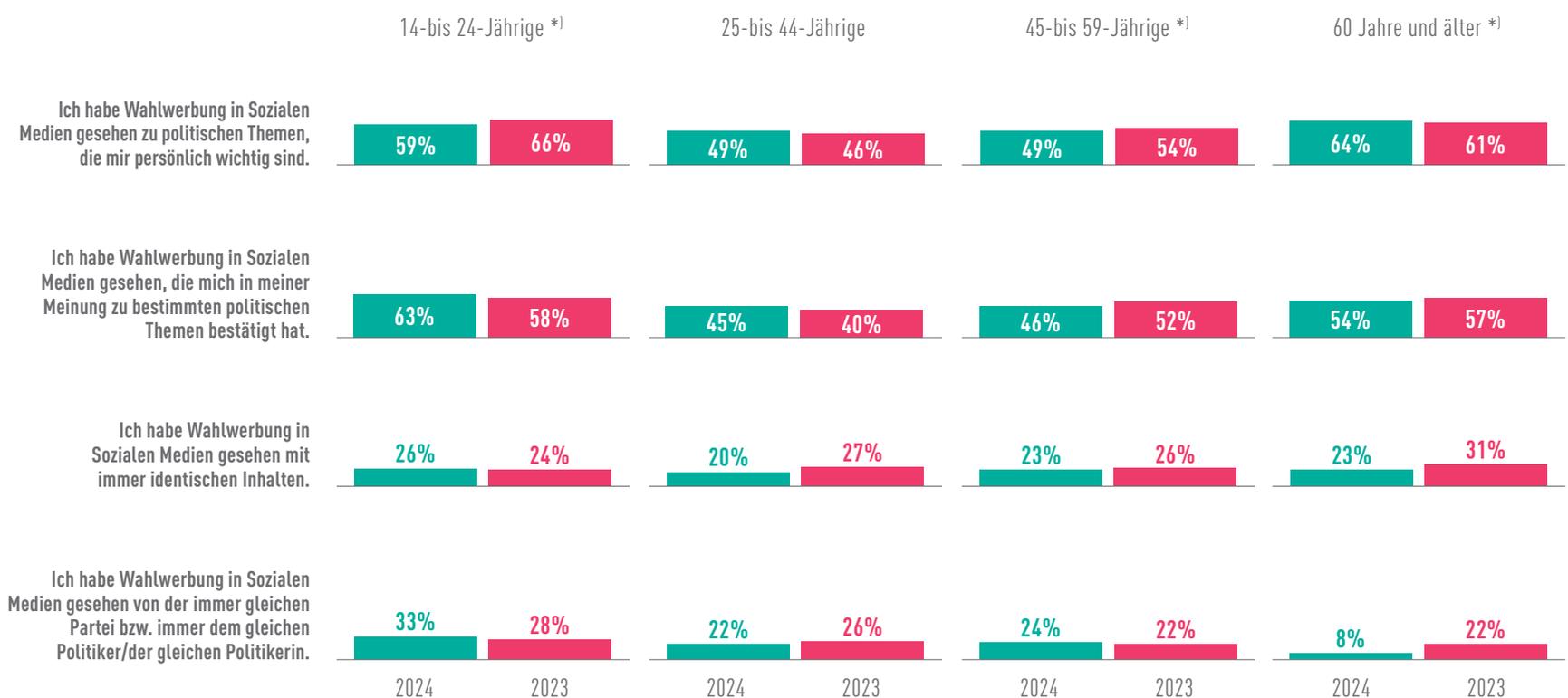
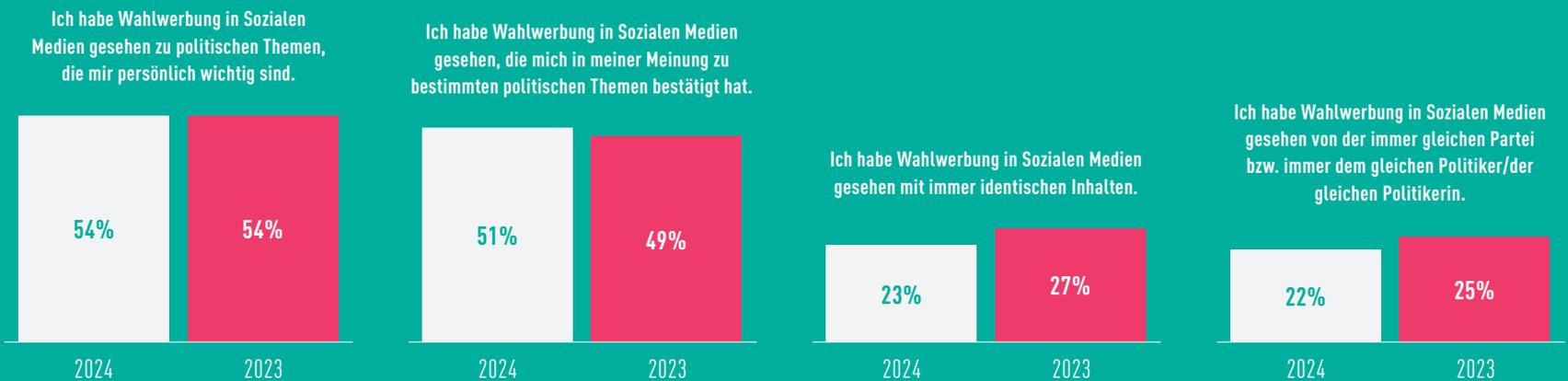
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

# BESONDERS BEI DEN UNTER 25-JÄHRIGEN GEHT DER ANTEIL DERJENIGEN ZURÜCK, DIE IN SOZIALEN MEDIEN WAHLWERBUNG ZU THEMEN GESEHEN HABEN, DIE IHNEN WICHTIG SIND.

BEI DEN UNTER 45-JÄHRIGEN STEIGT DER ANTEIL DERER, DIE WERBUNG WAHRNAHMEN, DIE SIE IN IHRER MEINUNG ZU POLITISCHEN THEMEN BESTÄTIGT HABEN, WOHINGEGEN DER ANTEIL BEI DEN ÜBER 44-JÄHRIGEN ETWAS ZURÜCK GEHT.

Es treffen folgende Aussagen zu:

Gesamt



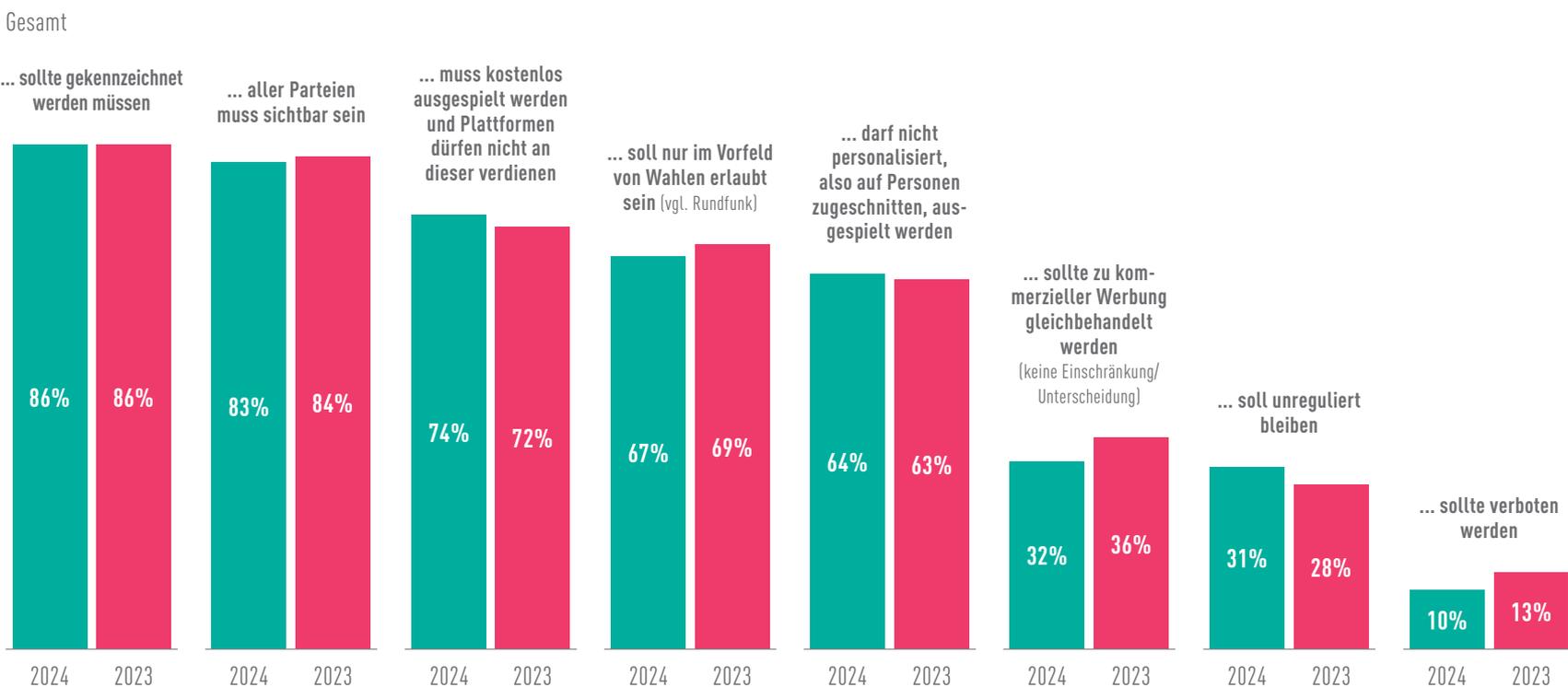
Frage 6: „Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Aussagen zu Wahlwerbung in sozialen Medien. Bitte geben Sie jeweils an, ob diese Aussagen auf Sie zutreffen.“

Basis: Befragte, die bereits politische Wahlwerbung in sozialen Medien wahrgenommen haben: 2024: 428 / 2023: 470 / \*) geringe Basis in 2021

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

IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN GING DER ANTEIL DERJENIGEN ZUM VORJAHR DEUTLICH ZURÜCK, DIE ZUSTIMMEN, DASS POLITISCHE WERBUNG IM INTERNET NUR VOR WAHLEN ERLAUBT SEIN SOLLTE. AM STÄRKSTEN IST JETZT DER UNTERSCHIED ZWISCHEN OST UND WEST BEI DER ZUSTIMMUNG ZU UNREGULIERTER POLITISCHER WERBUNG.

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

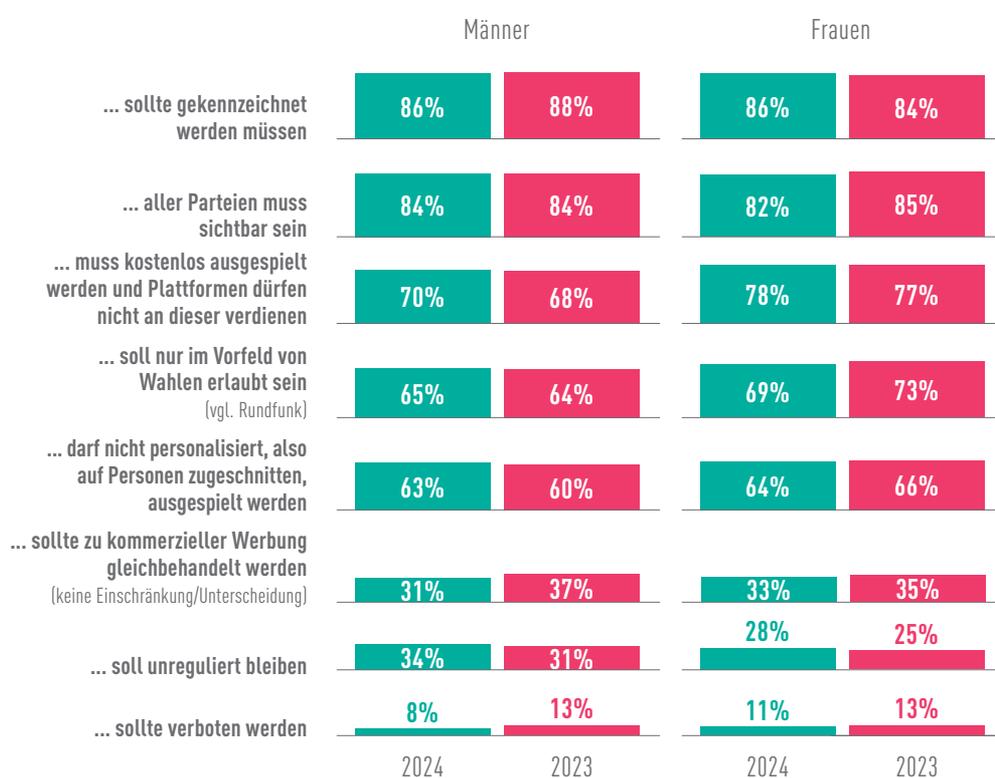
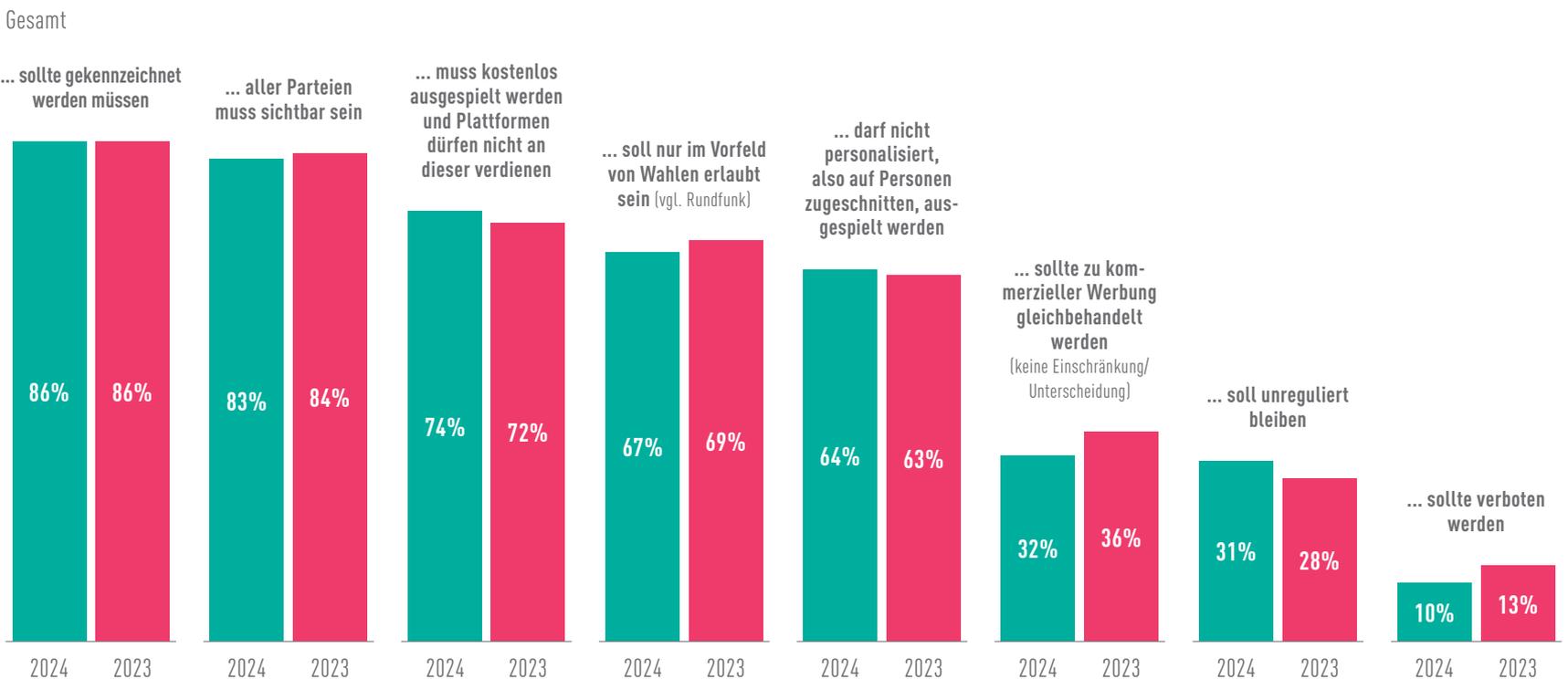


**Frage 7:** „Wie sollte mit politischer Werbung im Internet Ihrer Meinung verfahren werden?  
Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu politischer Werbung zu?“

# FRAUEN WÜNSCHEN SICH EINE KOSTENLOSE AUSSPIELUNG SOWIE EINE EINSCHRÄNKUNG VON POLITISCHER WERBUNG VOR WAHLEN STÄRKER ALS MÄNNER.

MÄNNER STIMMEN HÄUFIGER ZU, DASS POLITISCHE WERBUNG UNREGULIERT BLEIBEN SOLLTE.

## 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?“

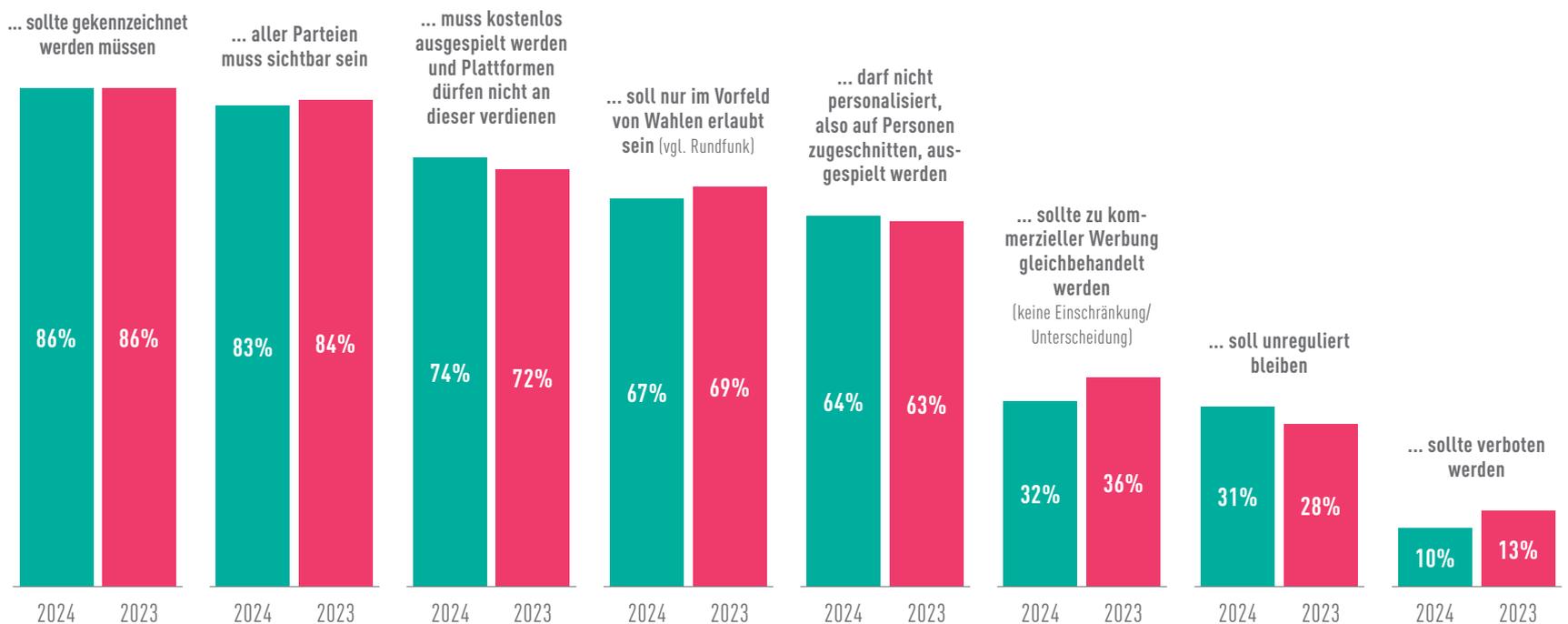
Aussagen zu politischer Werbung im Internet – Gesamt vs. Alter

# BESONDERS DIE UNTER 25-JÄHRIGEN WOLLEN EINE KOSTENLOSE AUSSPIELUNG POLITISCHER WERBUNG OHNE DASS PLATTFORMEN DARAN VERDIENEN.

HINGEGEN STIMMEN SIE DER AUSSAGE AM WENIGSTEN ZU, DASS WAHLWERBUNG WIE IM RUNDfunk NUR IM VORFELD VON WAHLEN ERLAUBT SEIN SOLLTE.

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?“

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

# AUF HOHEM NIVEAU BEWEGT SICH DIE SORGE, DASS SICH ANDERE DURCH POLITISCHE DESINFORMATIONSKAMPAGNEN BEEINFLUSSEN LASSEN UND DASS DESINFORMATION DIE DEMOKRATIE BEDROHT.

GLEICHFALLS AUF HOHEM NIVEAU WIRD BEFÜRCHTET, DASS DESINFORMATIONEN DIE MEINUNGEN ODER EINSTELLUNGEN IN DER BEVÖLKERUNG VERÄNDERN.

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

Gesamt

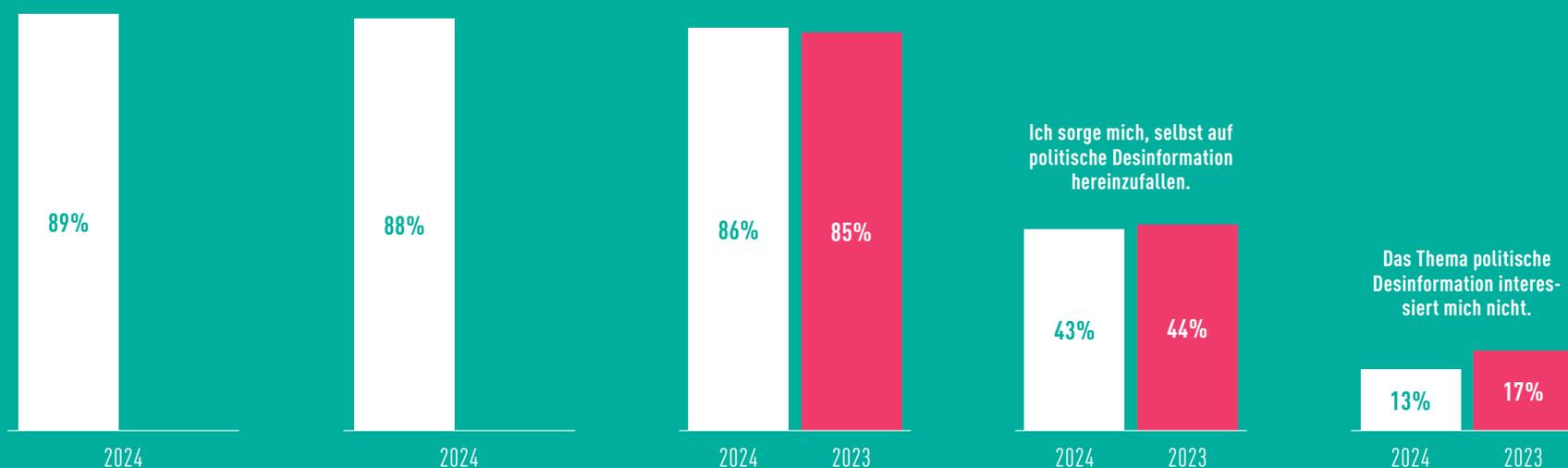
Ich habe Sorge, dass politische Desinformationskampagnen die Wahlentscheidung von anderen beeinflussen. \*)

Ich befürchte, dass andere durch politische Desinformation ihre Meinungen oder Einstellungen ändern. \*)

Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.

Ich Sorge mich, selbst auf politische Desinformation hereinzufallen.

Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.



Ost

West

Ich habe Sorge, dass politische Desinformationskampagnen die Wahlentscheidung von anderen beeinflussen. \*)

Ich befürchte, dass andere durch politische Desinformation ihre Meinungen oder Einstellungen ändern. \*)

Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.

Ich Sorge mich, selbst auf politische Desinformation hereinzufallen.

Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.



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.“

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

# BEI DEN AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION IM INTERNET GIBT ES NUR GERINGFÜGIGE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GESCHlechTERN.

ETWAS GRÖSSER IST DER UNTERSCHIED BEI DER AUSSAGE, DASS MAN SICH SORGT, SELBER AUF POLITISCHE DESINFORMATION HEREINZUFALLEN. HIER IST EIN GRÖSSERER TEIL DER FRAUEN BESORGT ALS BEI DEN MÄNNERN.

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

Gesamt

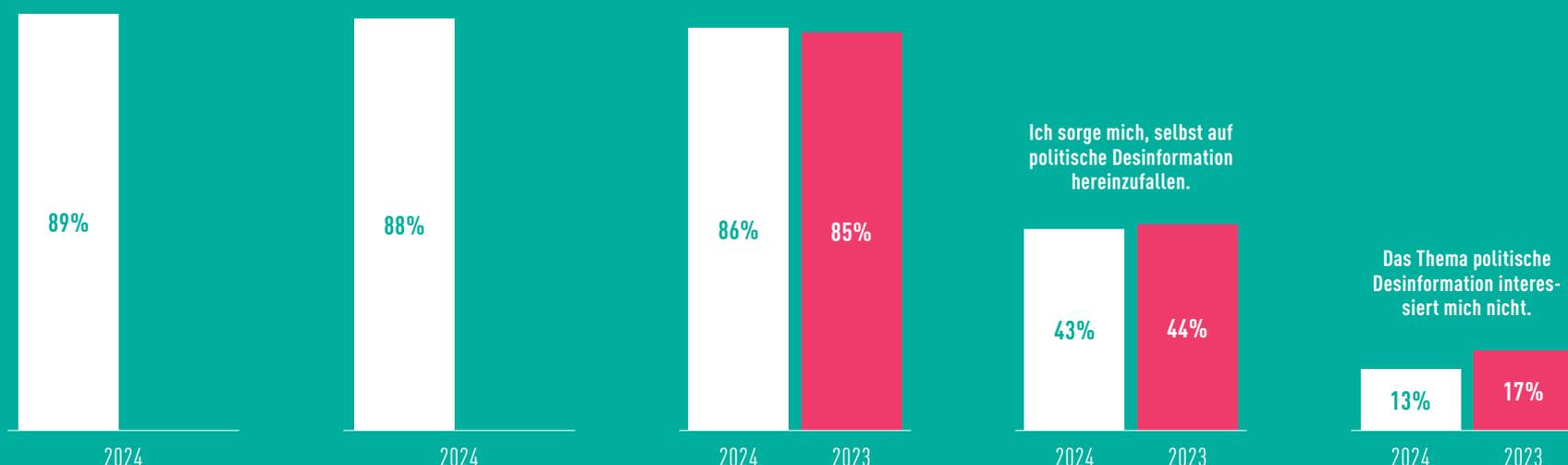
Ich habe Sorge, dass politische Desinformationskampagnen die Wahlentscheidung von anderen beeinflussen. \*)

Ich befürchte, dass andere durch politische Desinformation ihre Meinungen oder Einstellungen ändern. \*)

Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.

Ich Sorge mich, selbst auf politische Desinformation hereinzufallen.

Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.



Männer

Frauen

Ich habe Sorge, dass politische Desinformationskampagnen die Wahlentscheidung von anderen beeinflussen. \*)

88%

90%

Ich befürchte, dass andere durch politische Desinformation ihre Meinungen oder Einstellungen ändern. \*)

87%

88%

Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.

86%

87%

86%

84%

Ich Sorge mich, selbst auf politische Desinformation hereinzufallen.

39%

43%

47%

46%

Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.

13%

16%

13%

17%

2024

2023

2024

2023

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.“

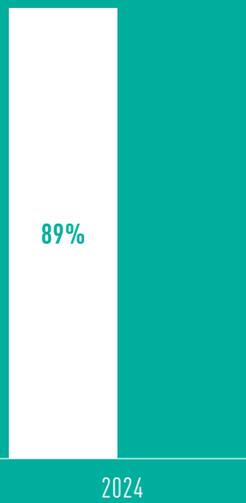
# AUCH DIE ALTERSUNTERSCHIEDE BEI DEN AUSSAGEN ZU POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION SIND GERING.

ALLERDINGS ZEIGT SICH BEI DER SORGE, SELBST AUF POLITISCHE DESINFORMATION HEREINZUFALLEN, DASS DIE UNTER 25-JÄHRIGEN HÄUFIGER ZUSTIMMEN ALS ÄLTERE BEFRAGTE.

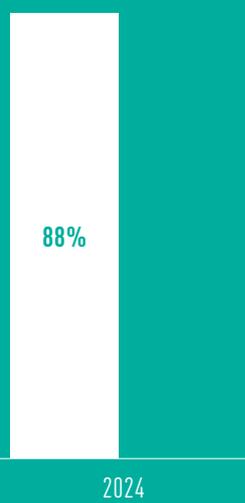
Es stimmen den folgenden Aussagen voll und ganz bzw. eher zu:

Gesamt

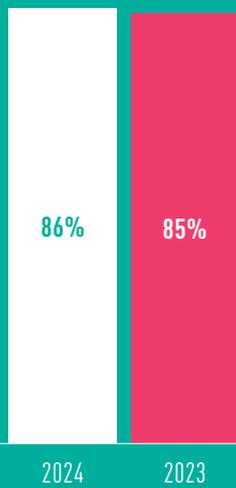
Ich habe Sorge, dass politische Desinformationskampagnen die Wahlentscheidung von anderen beeinflussen. \*)



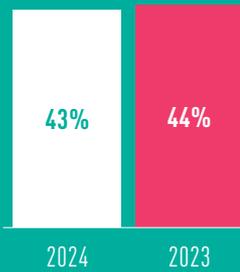
Ich befürchte, dass andere durch politische Desinformation ihre Meinungen oder Einstellungen ändern. \*)



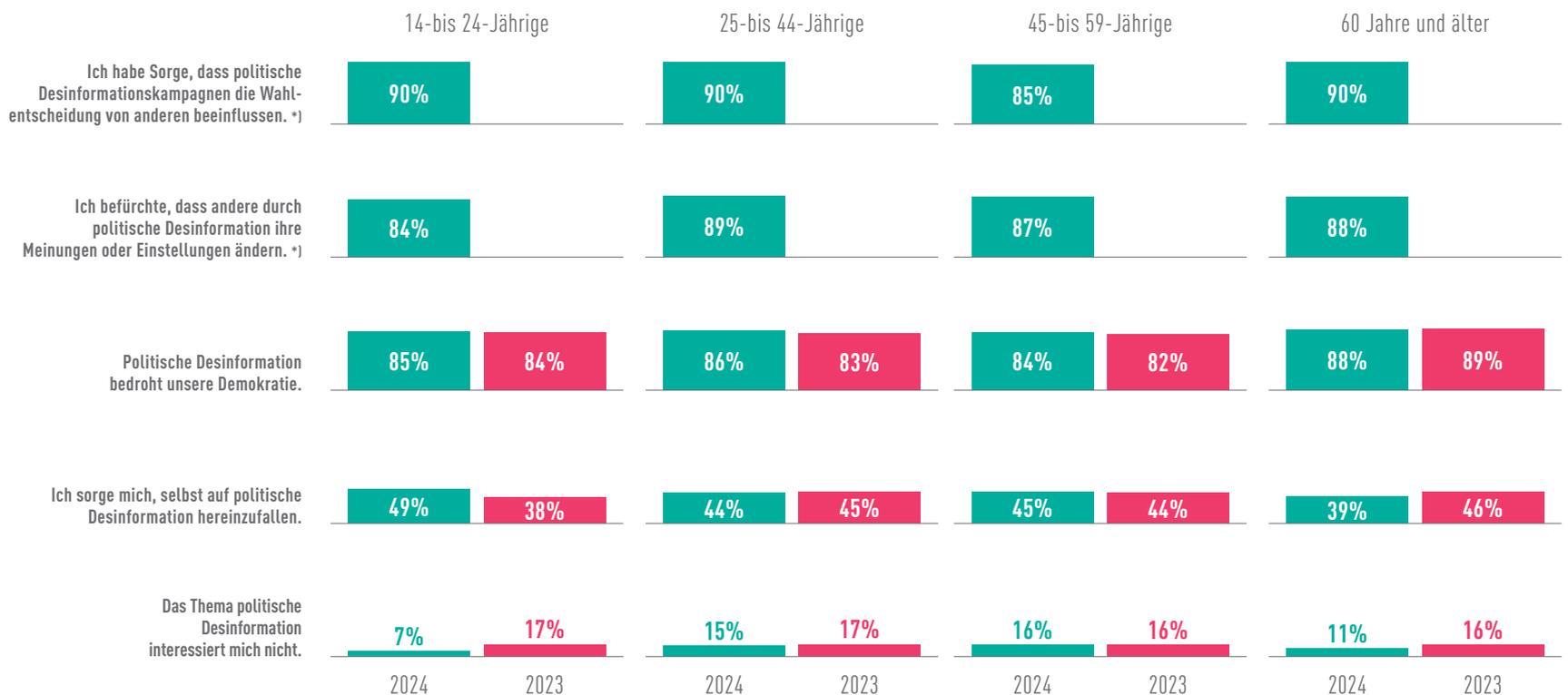
Politische Desinformation bedroht unsere Demokratie.



Ich Sorge mich, selbst auf politische Desinformation hereinzufallen.



Das Thema politische Desinformation interessiert mich nicht.



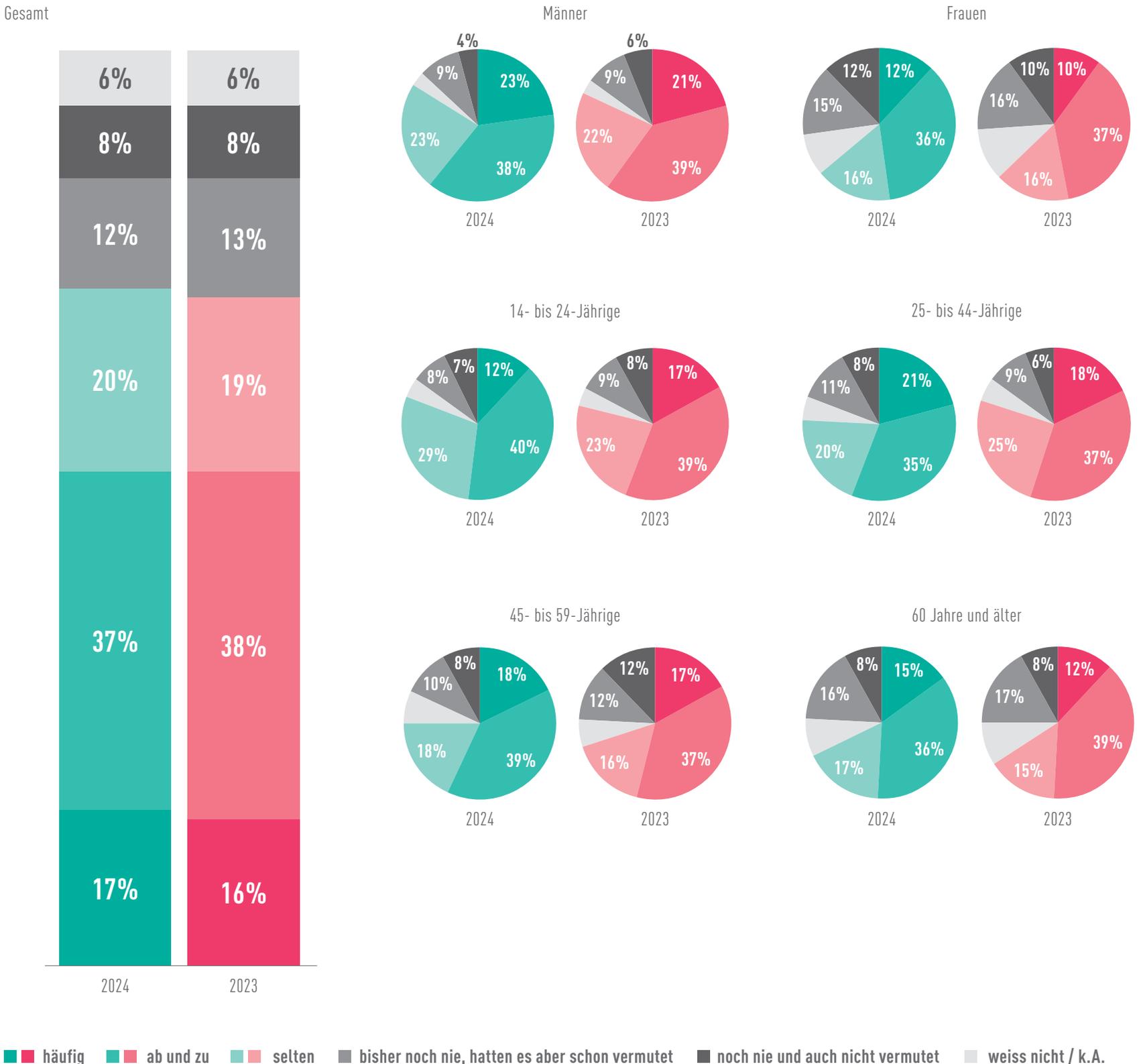
Frage 8: „Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen zu politisch motivierter Desinformation im Internet. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der Aussage zustimmen.“

\*1 Neu in 2024  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# DIE WAHRNEHMUNG POLITISCH MOTIVIERTER DESINFORMATION BLEIBT AUF EINEM KONSTANTEN NIVEAU.

BEI DEN ÄLTEREN BEFRAGTEN IST DER ANTEIL, DENEN POLITISCHE DESINFORMATION „HÄUFIG“ AUFGEFALLEN IST, GESTIEGEN.

Es sind schon politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen:



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?“

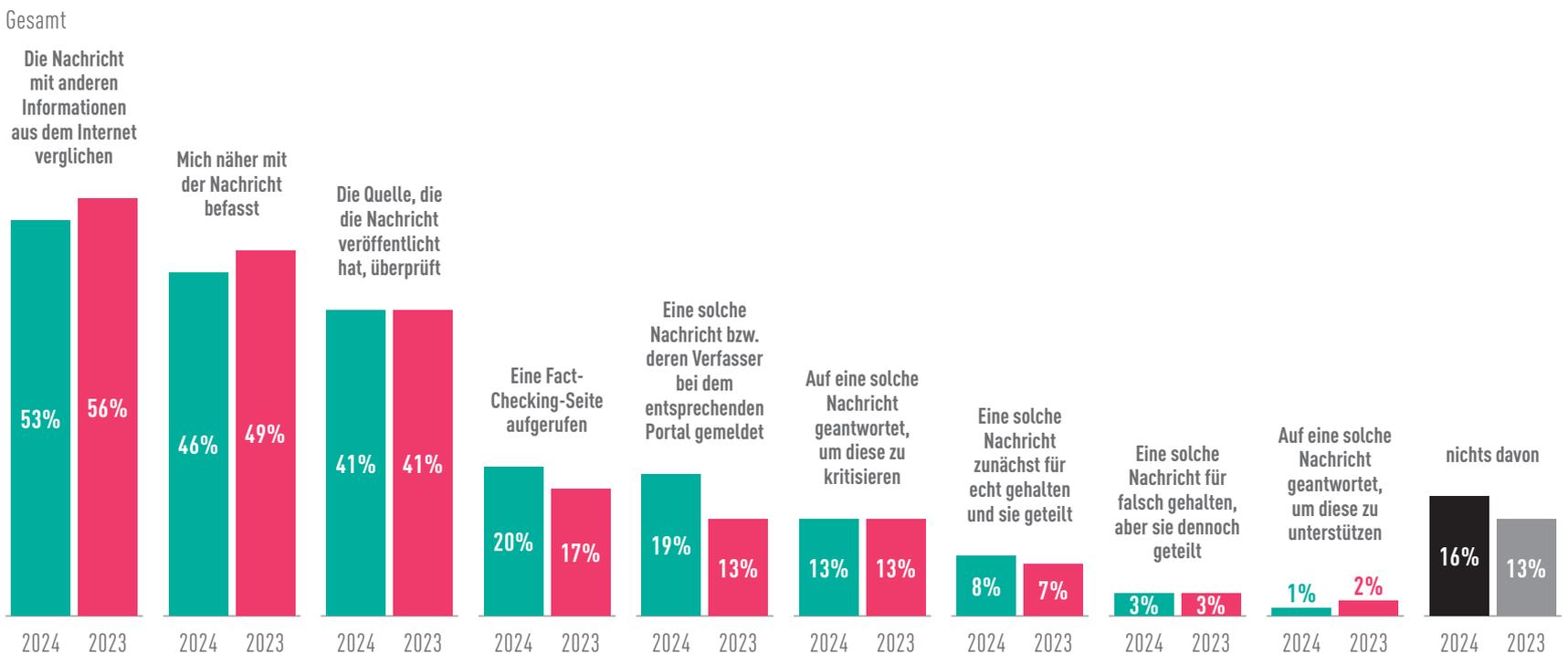
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Region <sup>\*)</sup>

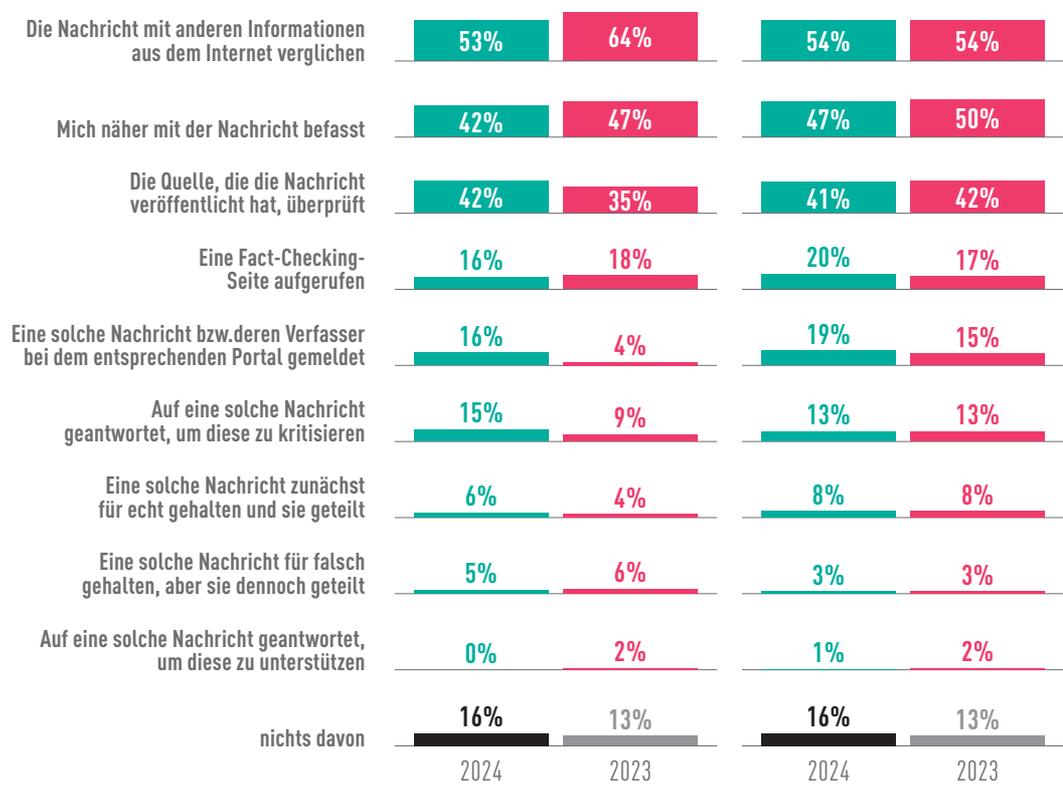
# BEI DER FRAGE NACH REAKTIONEN AUF POLITISCHE DESINFORMATIONEN VERÄNDERTE SICH IM VERGLEICH ZUM VORJAHR SEHR WENIG.

LEICHT SANKEN DIE ANTEILE DERER, DIE DESINFORMATIONEN MIT ANDEREN INFORMATIONEN IM NETZ VERGLEICHEN UND SICH NÄHER DAMIT BESCHÄFTIGEN. HINGEGEN STIEG DER ANTEIL DER PERSONEN, DIE EINE FACT-CHECKING SEITE AUFGERUFEN HABEN UND DIE EINE NACHRICHT BZW. DEREN VERFASSER AN DIE ENTSPRECHENDE PLATTFORM MELDETEN.

## Es haben schon einmal:



## Ost West



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

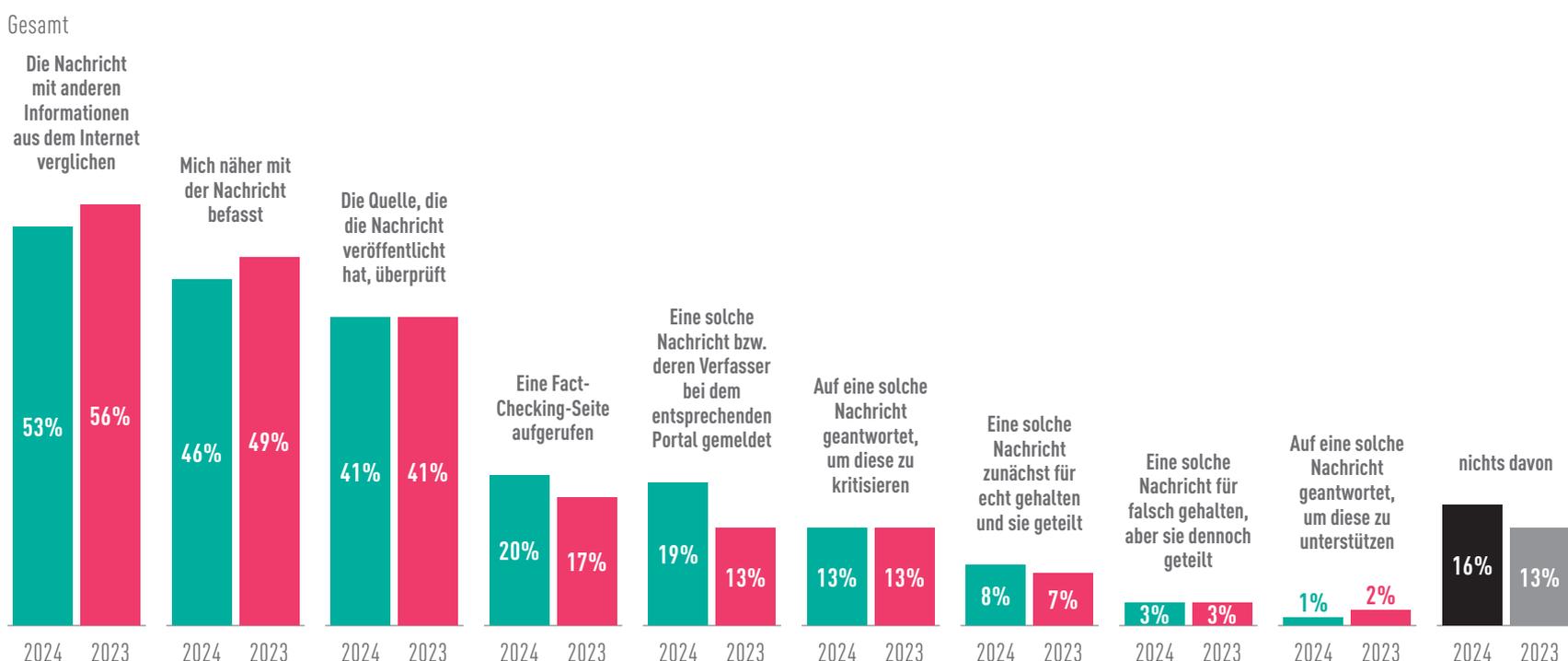
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2024: 742 Befragte / 2023: 730 Befragte

Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Geschlecht <sup>1)</sup>

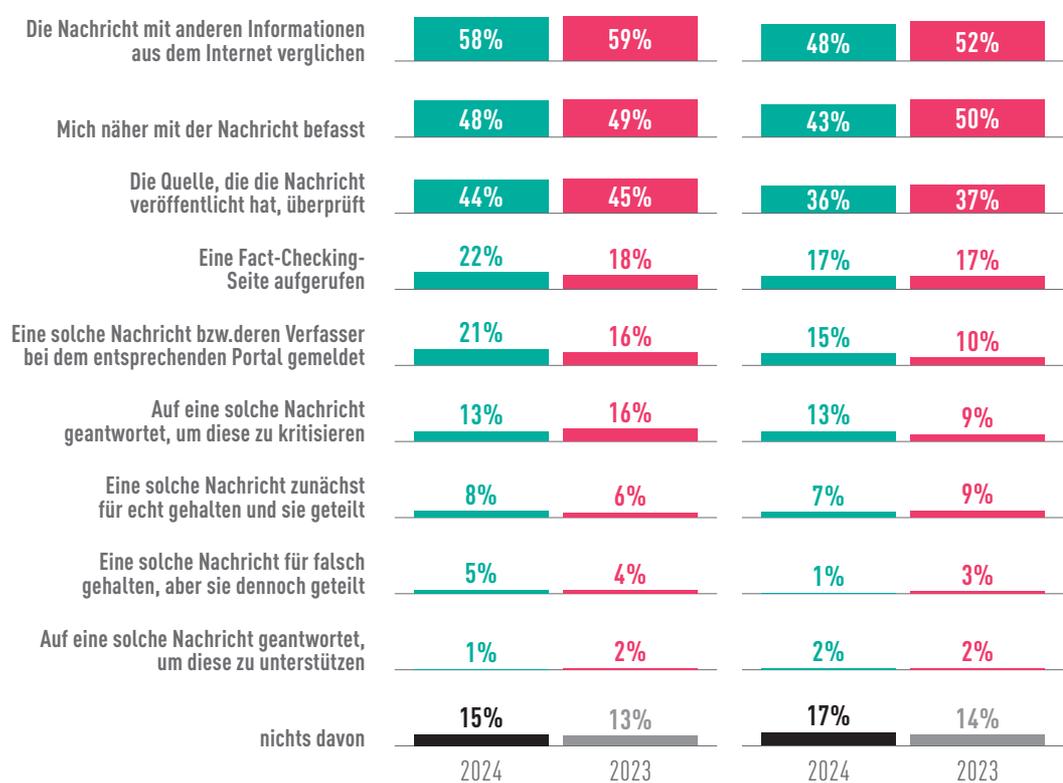
# WIE SCHON IM JAHR 2023 LAGEN DIE ANTEILE BEI DEN ABGEFRAGTEN REAKTIONEN AUF POLIT. DESINFORMATIONEN BEI MÄNNERN FAST ÜBERALL HÖHER ALS BEI FRAUEN.

BESONDERS GROSS IST DER UNTERSCHIED ZWISCHEN DEN GESCHLECHTERN WEITERHIN BEIM ABGLEICH DER NACHRICHTEN MIT ANDEREN VERFÜGBAREN INFORMATIONEN, DER PRÜFUNG DER ABSENDERQUELLE UND NÄHEREN BEFASSEN MIT EINER NACHRICHT.

## Es haben schon einmal:



## Männer Frauen



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

<sup>1)</sup> Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2024: 742 Befragte / 2023: 730 Befragte

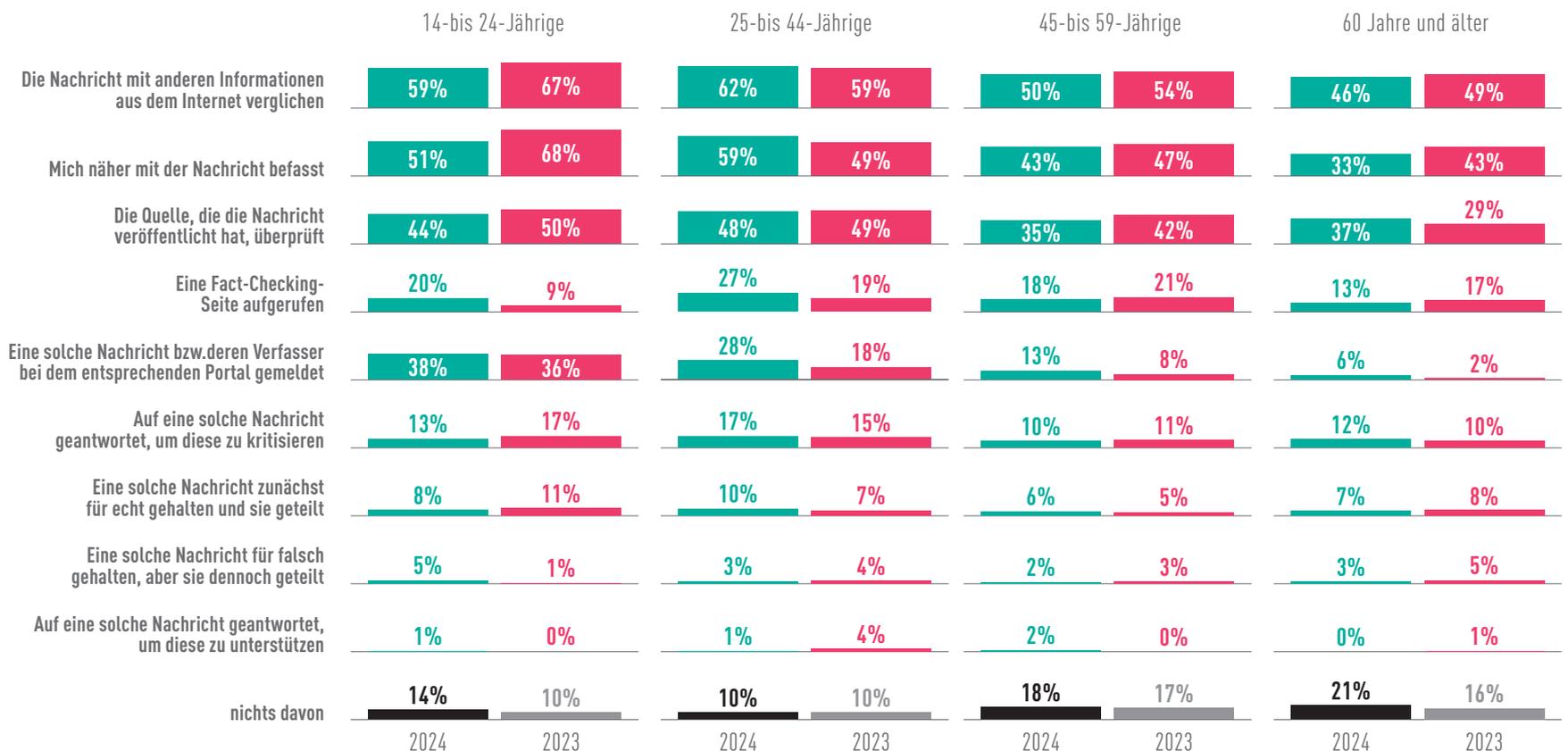
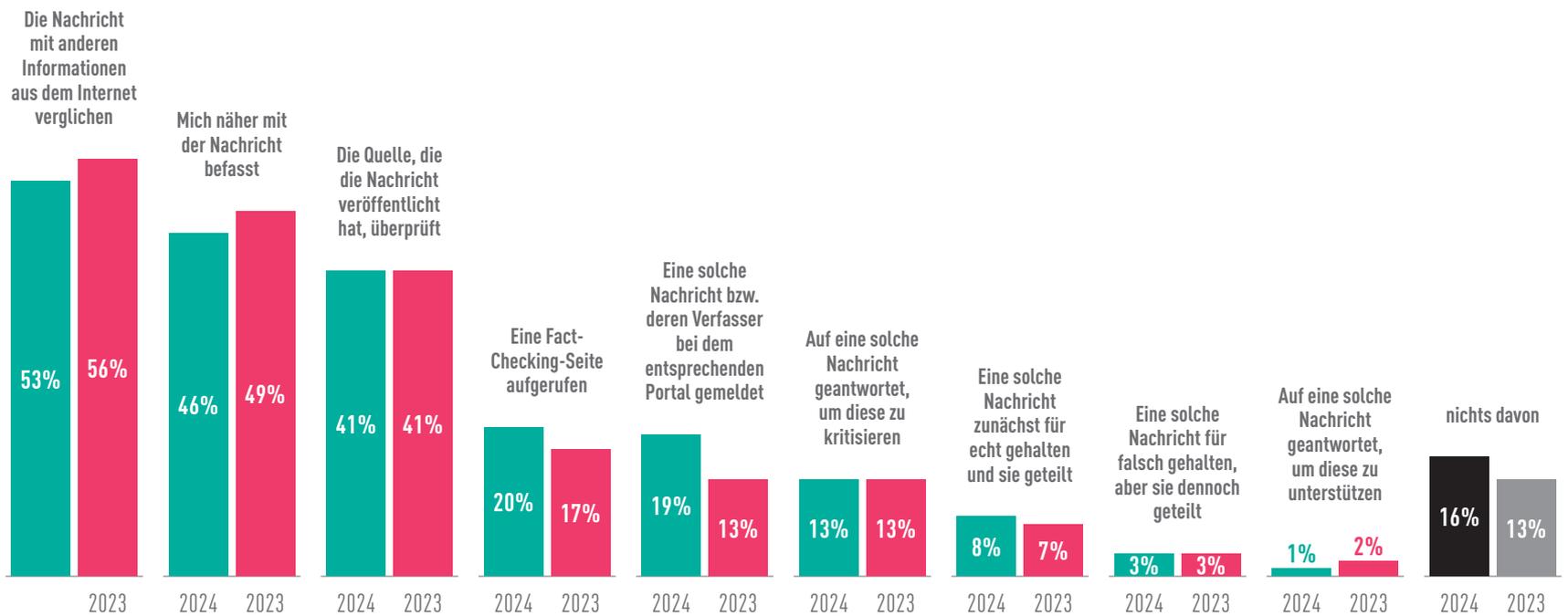
Bisheriges Verhalten beim Wahrnehmen von Desinformationen im Internet – Gesamt vs. Alter <sup>\*)</sup>

# GENERELL SIND DIE UNTER 45-JÄHRIGEN WEITERHIN AKTIVER UND ERGREIFEN HÄUFIGER MASSNAHMEN, WENN SIE POLITISCHER DESINFORMATION BEGEGNEN.

INSBESONDERE DIE ÜBER 59-JÄHRIGEN ERGREIFEN HIER KAUM EINE DER VORGEGEBENEN MASSNAHMEN – DIESER ANTEIL STEIGT ZUM VORJAHR NOCH AN.

## Es haben schon einmal:

Gesamt



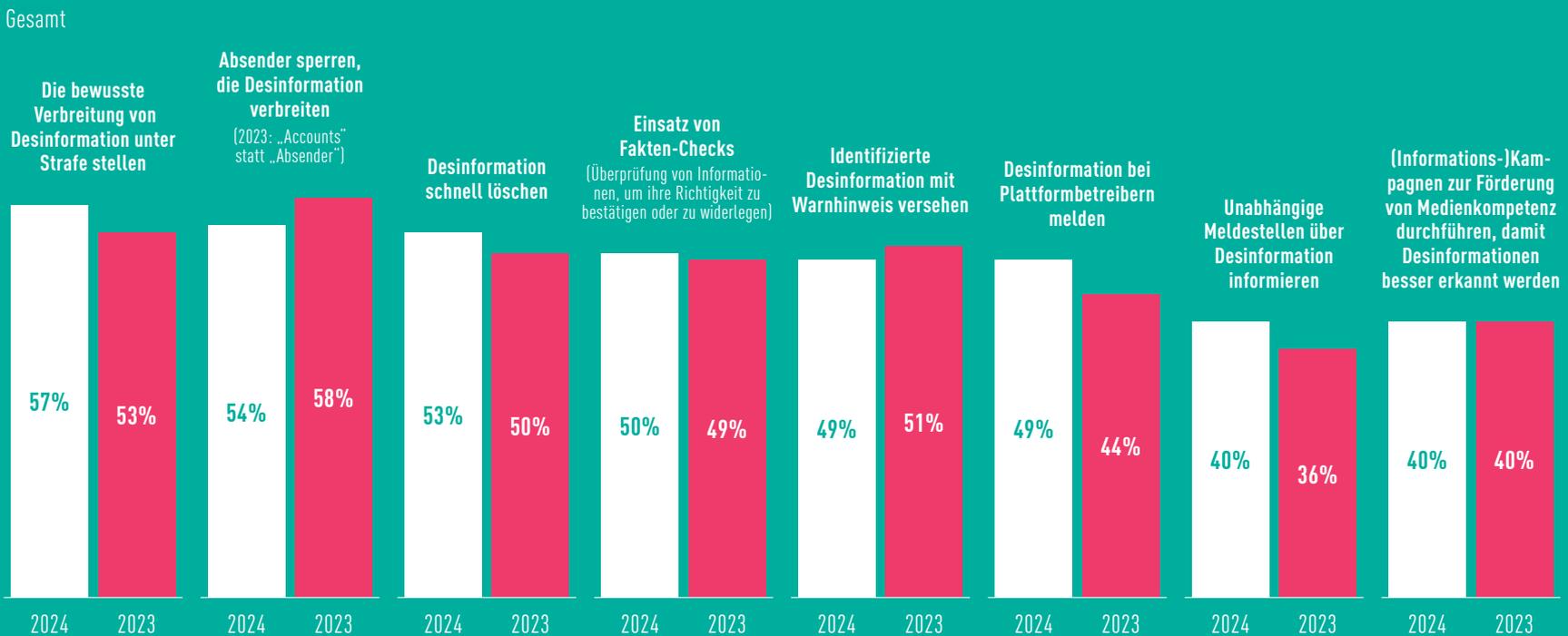
**Frage 10:** „Bitte geben Sie an, welche der folgenden Dinge Sie im Zusammenhang mit Desinformationen, also bewusst irreführenden Nachrichten, schon einmal getan haben.“

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich / Basis: Befragte, die schon einmal Desinformationen im Internet wahrgenommen haben: 2024: 742 Befragte / 2023: 730 Befragte

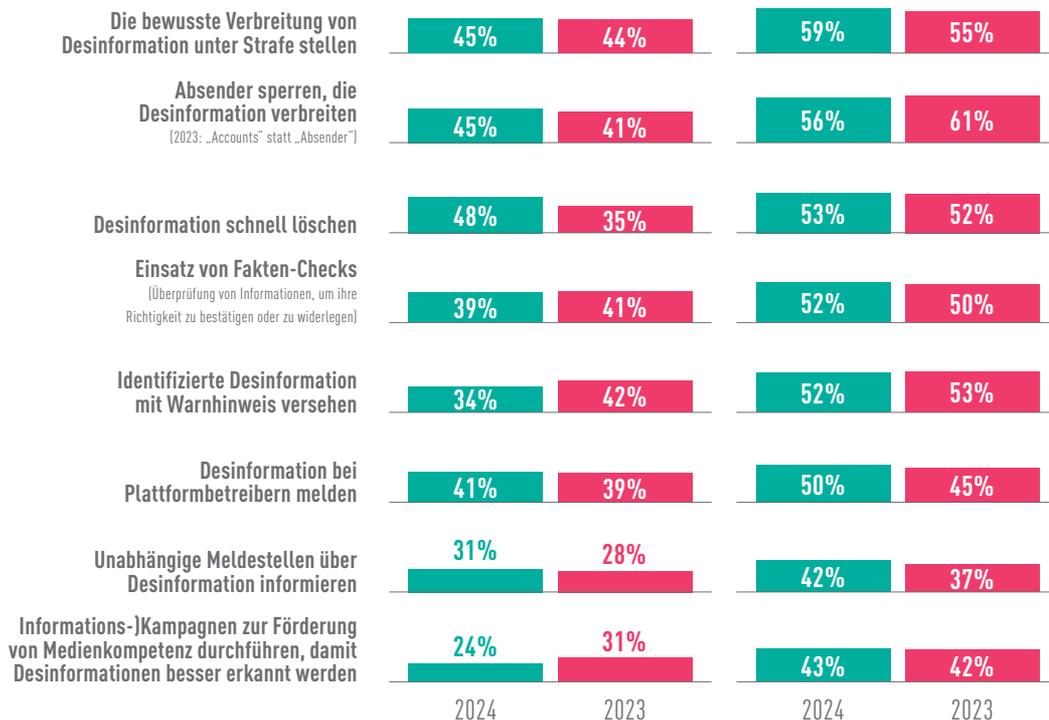
# BEI DER FRAGE NACH WIRKSAMEN STRATEGIEN GEGEN DESINFORMATION LIEGEN DIE WERTE IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN BEI ALLEN VORGESCHLAGENEN MASSNAHMEN ERNEUT ÜBER DENEN DER NEUEN BUNDESLÄNDER.

BESONDERS GROSS IST DER UNTERSCHIED BEI DER FÖRDERUNG VON INFORMATIONSKAMPAGNEN ZUM BESSEREN ERKENNEN VON DESINFORMATION UND DEM KENNZEICHNEN VON DESINFORMATION MIT EINEM WARNHINWEIS.

## Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:



## Ost West



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

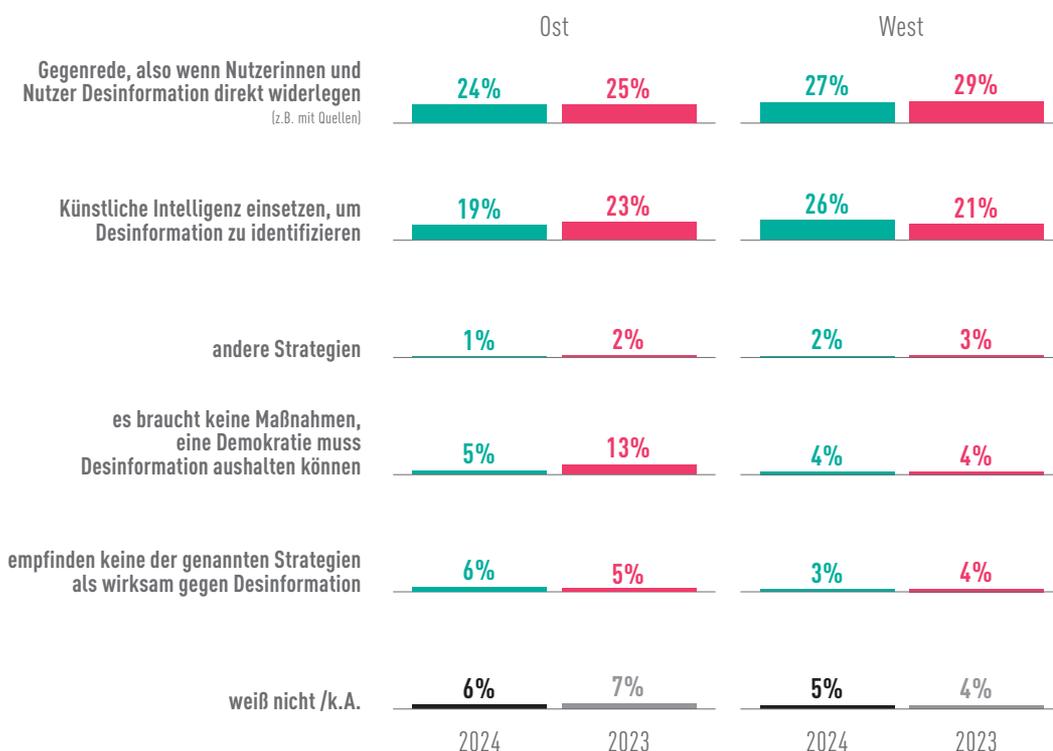
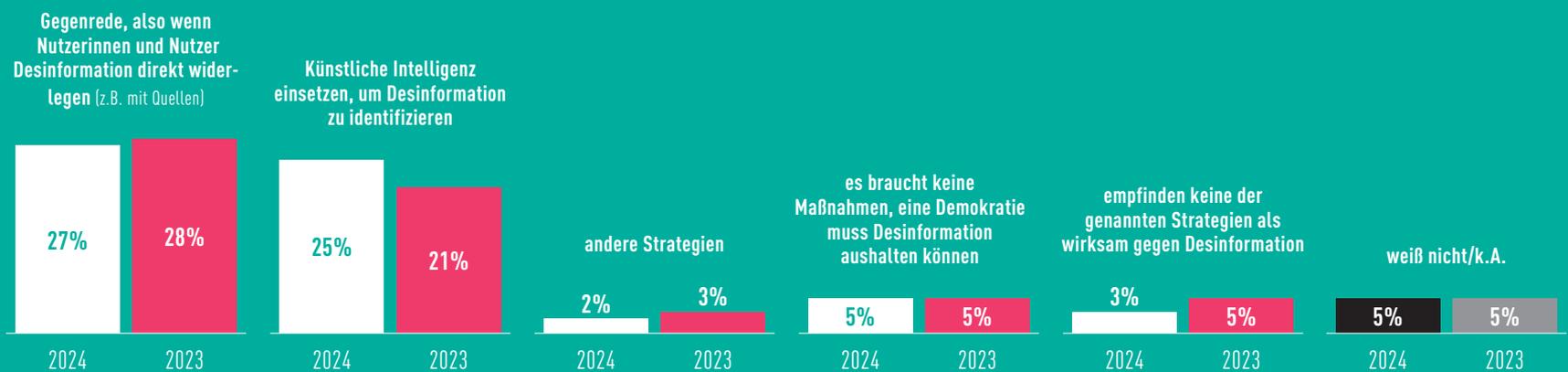
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# AUCH DIE WEITEREN VORGESCHLAGENEN STRATEGIEN FINDEN IN DEN NBL WENIGER UNTERSTÜTZUNG ALS IM WESTEN.

ALLERDINGS HAT IM VERGLEICH ZUM VORJAHR AUCH IN DEN NBL DER ANTEIL ABGENOMMEN, DER ÜBERHAUPT KEINE GEGENMASSNAHMEN ERGREIFEN WILL, DA EINE DEMOKRATIE DESINFORMATIONEN AUSHALTEN MÜSSE. DER WERT BEWEGT SICH JETZT AUF DEM NIVEAU WIE IN DEN ALTEN BUNDESLÄNDERN.

## Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



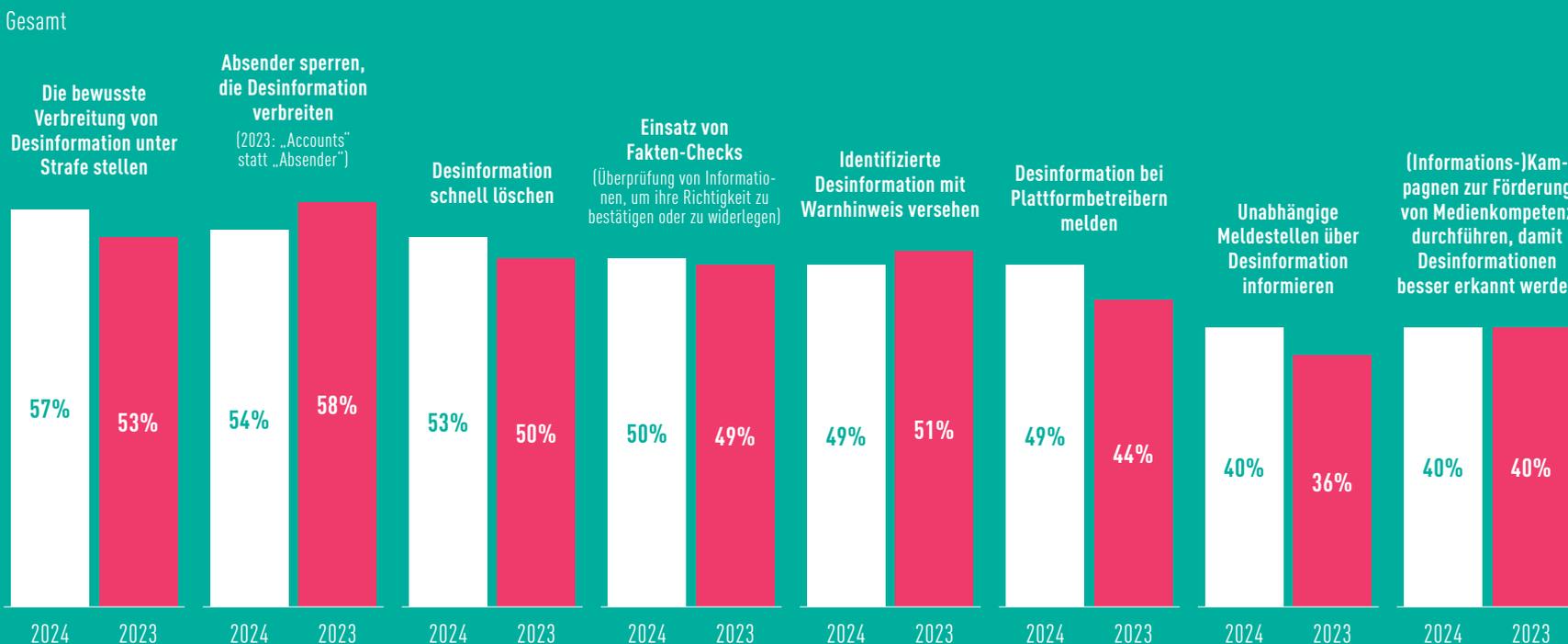
Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführenden Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

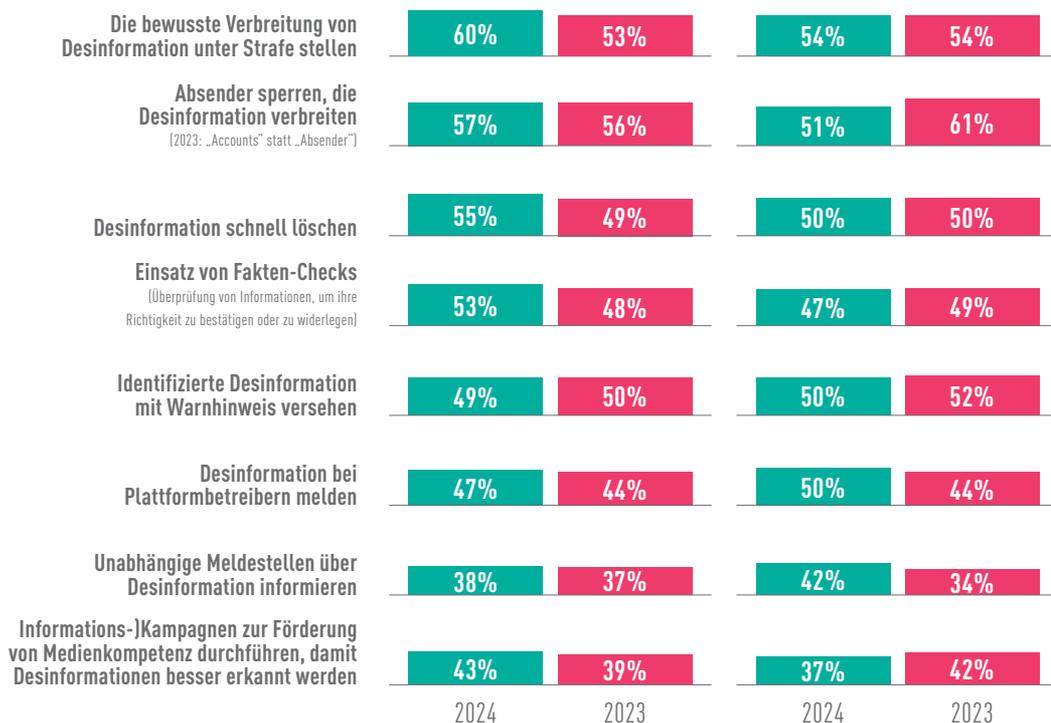
# BEI MÄNNERN NIMMT VOR ALLEM DER ANTEIL DERJENIGEN ZU, DIE DAS BEWUSSTE VERBREITEN VON DESINFORMATION UNTER STRAFE STELLEN WOLLEN SOWIE DEN EINSATZ VON FAKTEN-CHECKS UND DAS LÖSCHEN VON DESINFORMATIONEN FÜR WIRKSAM HALTEN.

BEI FRAUEN STEIGT DER ANTEIL DERJENIGEN, DIE DESINFORMATIONEN BEI PLATTFORMBETREIBERN ODER AUCH AN UNABHÄNGIGE MELDESTELLEN MELDEN MÖCHTEN BZW. DIESE MASSNAHMEN ALS WIRKSAM ANSEHEN.

## Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:



## Männer Frauen



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

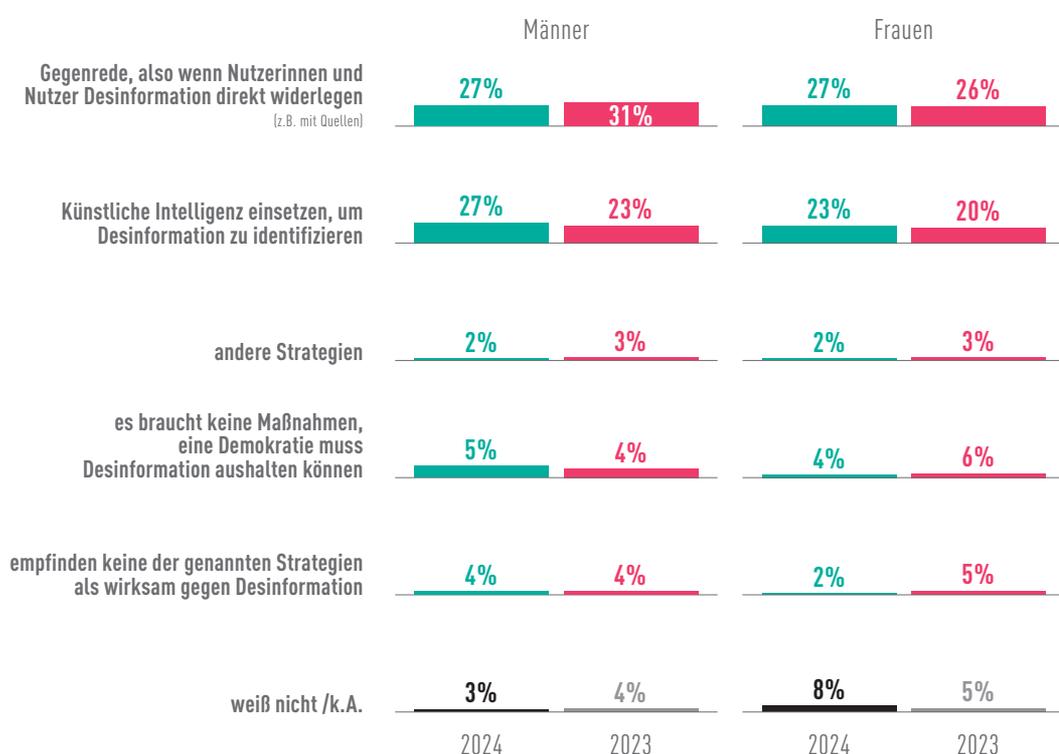
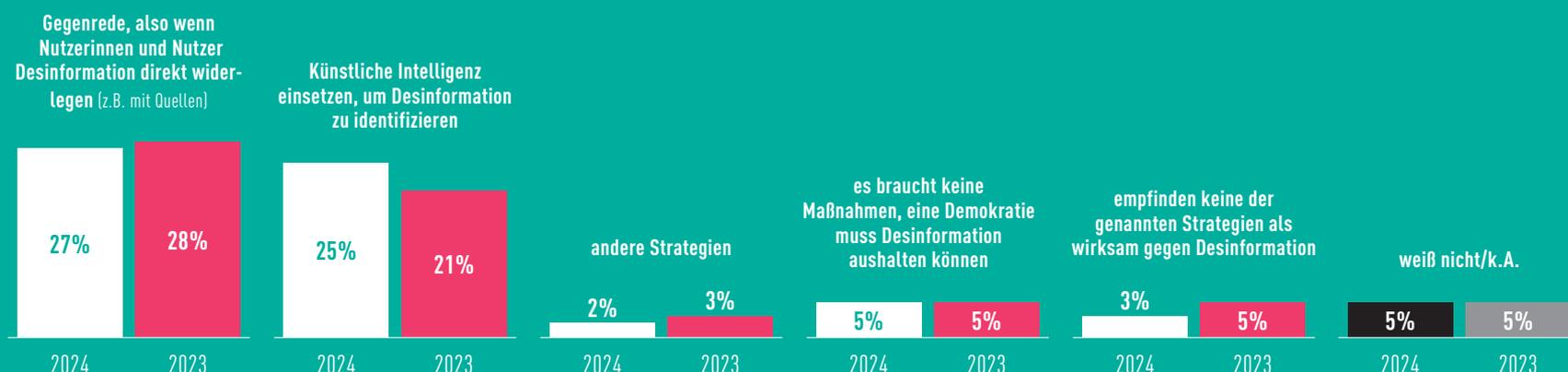
Strategien gegen Desinformation – Gesamt vs. Geschlecht (2/2) \*)

# UNABHÄNGIG VOM GESCHLECHT HALTEN MEHR BEFRAGTE IM VORJAHRESVERGLEICH DEN EINSATZ KÜNSTLICHER INTELLIGENZ, UM DESINFORMATION ZU IDENTIFIZIEREN, FÜR HILFREICH.

AUCH GIBT ES KEINE SPEZIFISCHEN UNTERSCHIEDE BEI DEN GESCHlechTERN BEI DER AUffASSUNG DARÜBER, DASS NICHT GEGEN DESINFORMATION Vorgegangen werden sollte. Auffällig ist nur, dass ein HöHERER ANTEIL AN FRAUEN DIESE FRAGE MIT „WEISS NICHT /K.A.“ BEANTWORTET HABEN.

Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



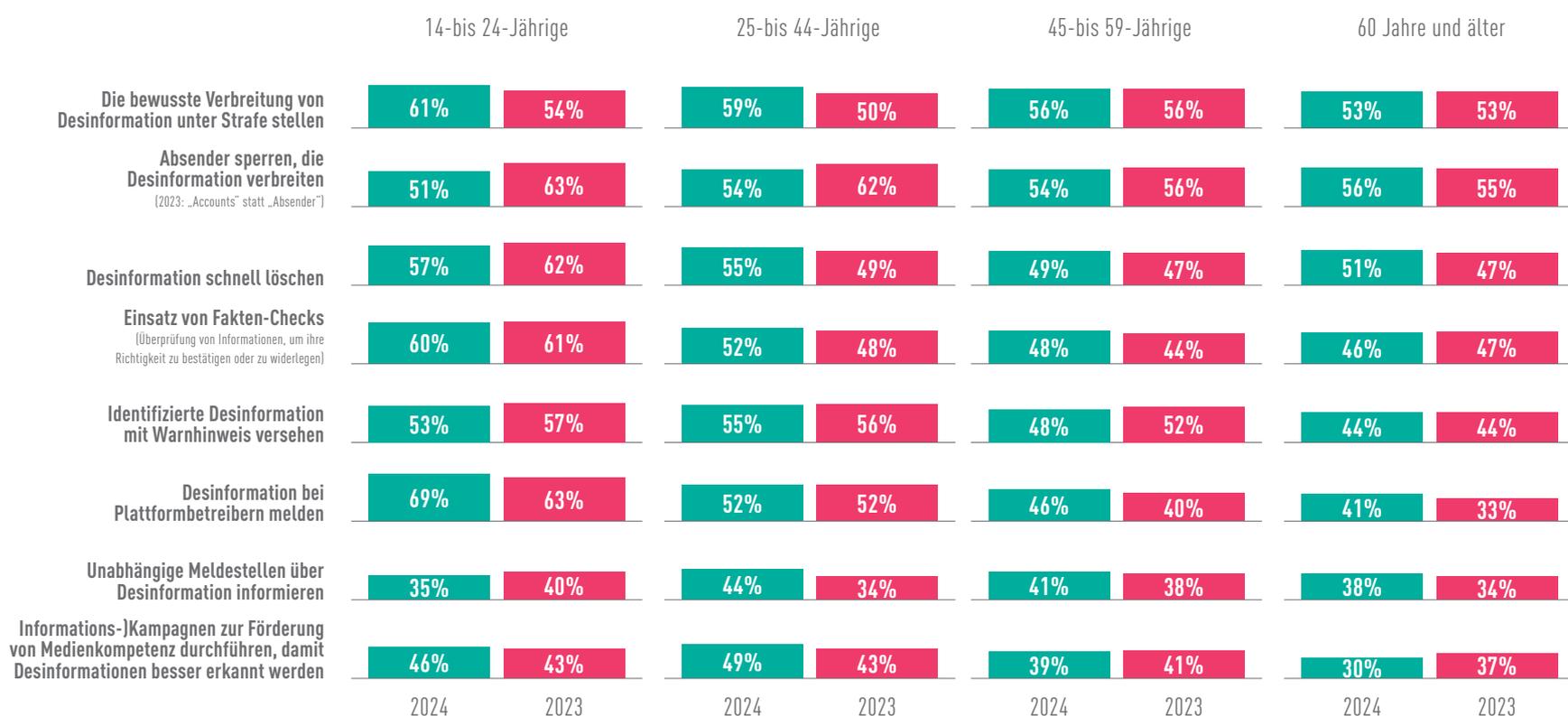
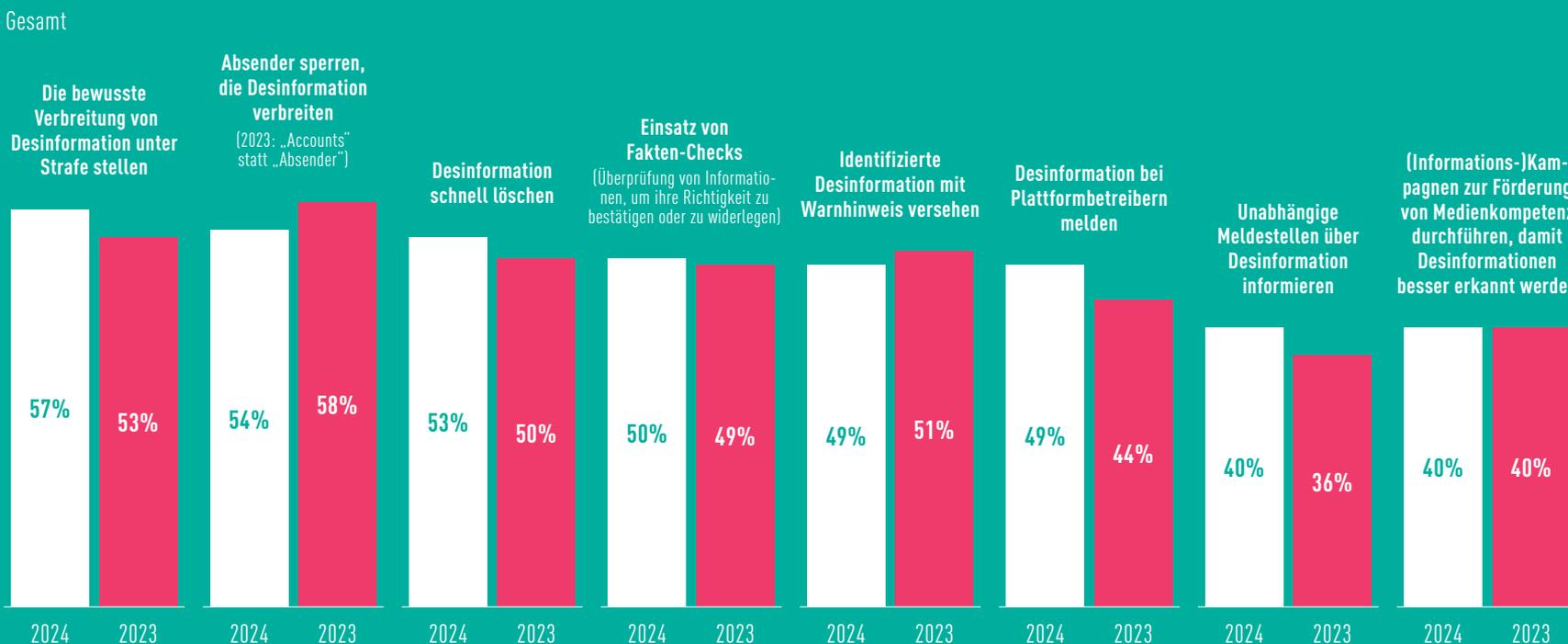
Frage 11: „Was sind Ihrer Meinung nach die wirksamsten Strategien um Desinformation, also bewusst irreführenden Nachrichten, im Internet zu begegnen?“

\*) Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# EINE REIHE VON STRATEGIEN ODER MASSNAHMEN WIRD VON DEN JÜNGEREN ZIELGRUPPEN ALS WIRKSAMER ERACHTET ALS VON DEN ÄLTEREN BEFRAGTEN.

BESONDERS DIE BESTRAFUNG BEI BEWUSSTER VERBREITUNG VON DESINFORMATION, DER EINSATZ VON FAKTEN-CHECKS UND VOR ALLEM DAS MELDEN BEI PLATTFORMBETREIBERN WERDEN VON DEN UNTER 25-JÄHRIGEN ALS WIRKSAME MASSNAHMEN GESEHEN.

## Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:



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

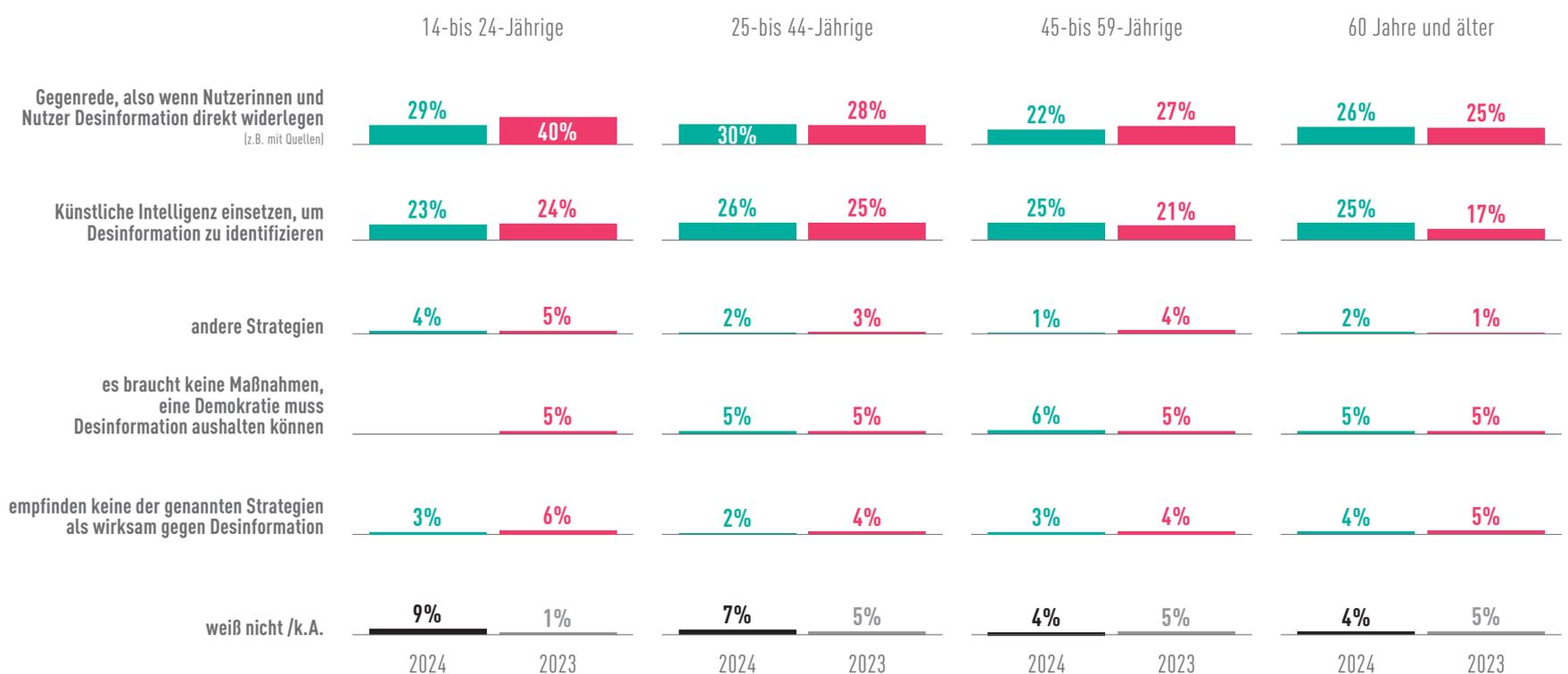
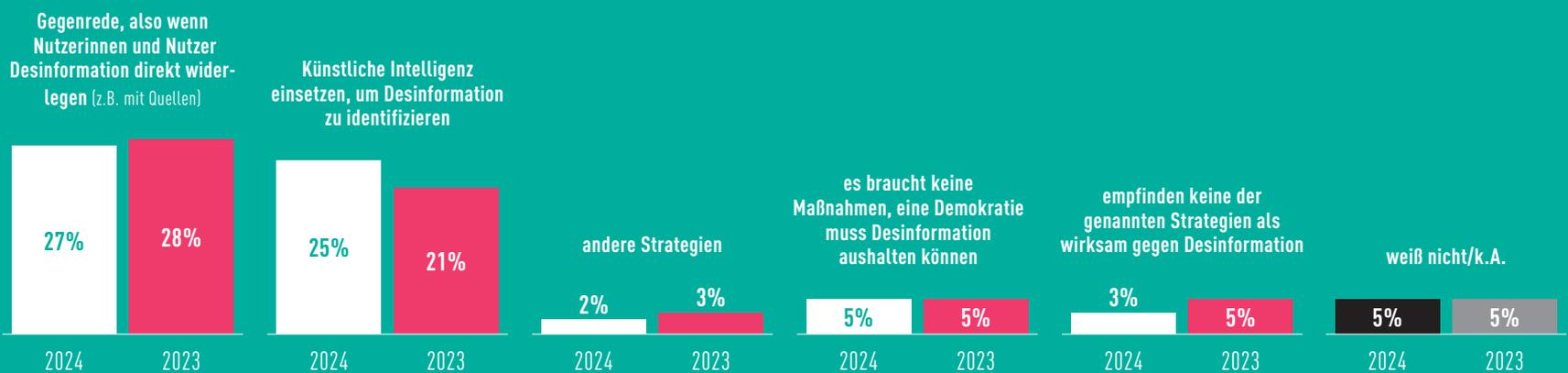
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: alle Befragten: 2024: 1.003 / 2023: 1.002

# DIE BEFRAGTEN SIND SICH WEITESTGEHEND EINIG, DASS MASSNAHMEN NÖTIG SIND, UM GEGEN DESINFORMATION IM NETZ VORZUGEHEN.

ES BESTEHEN ALLERDINGS DIFFERENZEN ZWISCHEN DEN ALTERSGRUPPEN HINSICHTLICH DESSEN, WELCHE STRATEGIEN DAFÜR AM BESTEN GEEIGNET SIND.

## Wirksame Strategien gegen Desinformationen sind:

Gesamt



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

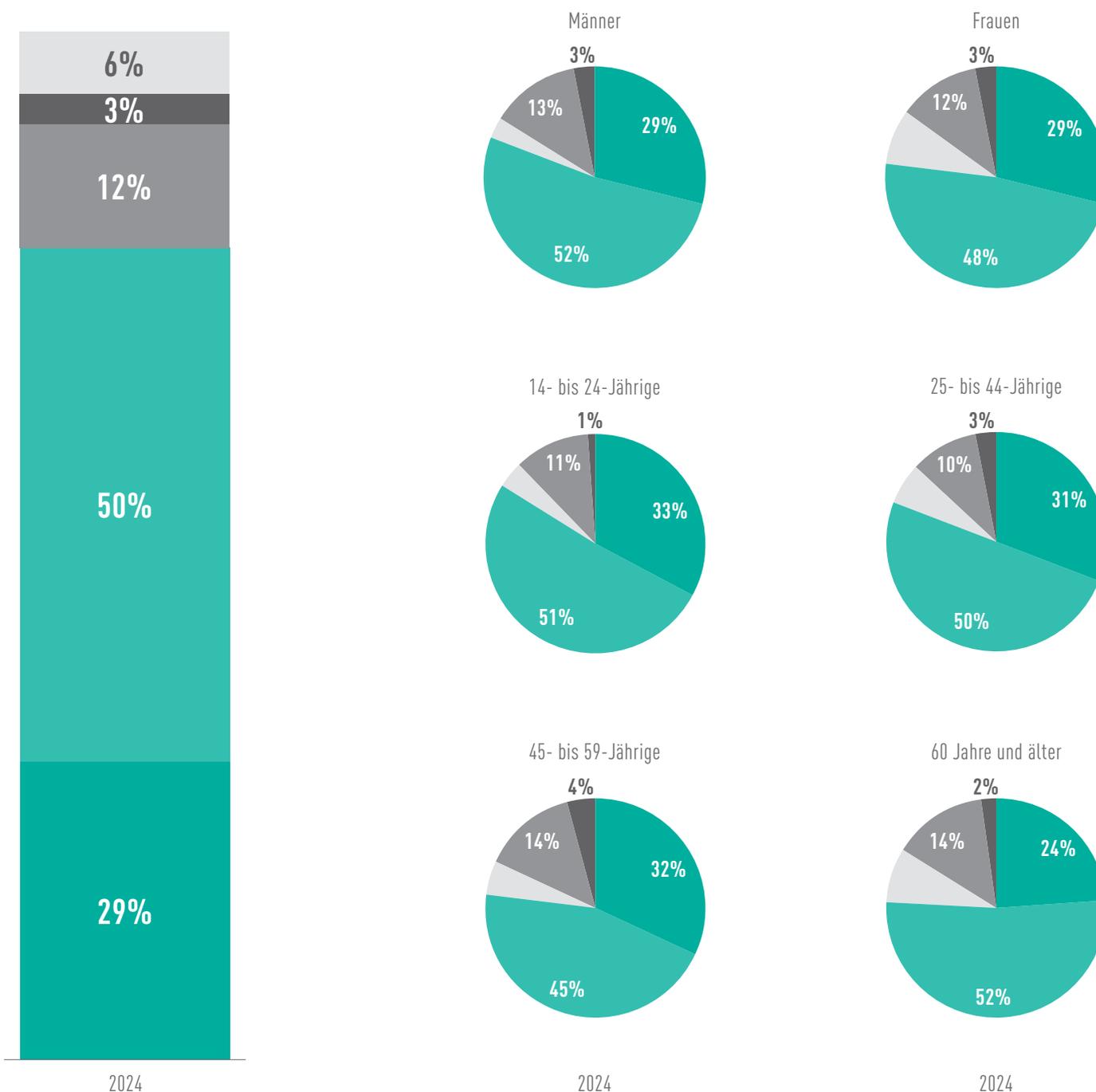
<sup>\*)</sup> Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 2024: 1.003 Befragte / 2023: 1.002 Befragte

# VIER VON FÜNF BEFRAGTEN GLAUBEN, DASS DESINFORMATION AUF DIE ANSTEHENDE EUROPAWAHL EINFLUSS NIMMT.

MIT ZUNEHMENDEM ALTER SINKT DER ANTEIL DERER, DIE EINE BEEINFLUSSUNG VERMUTEN.

Es stimmen folgender Aussage zu: 'Desinformation im Internet beeinflusst die Ergebnisse der anstehenden Europawahlen'

Gesamt



■ voll und ganz ■ eher ■ eher nicht ■ überhaupt nicht zu ■ weiss nicht / k.A.

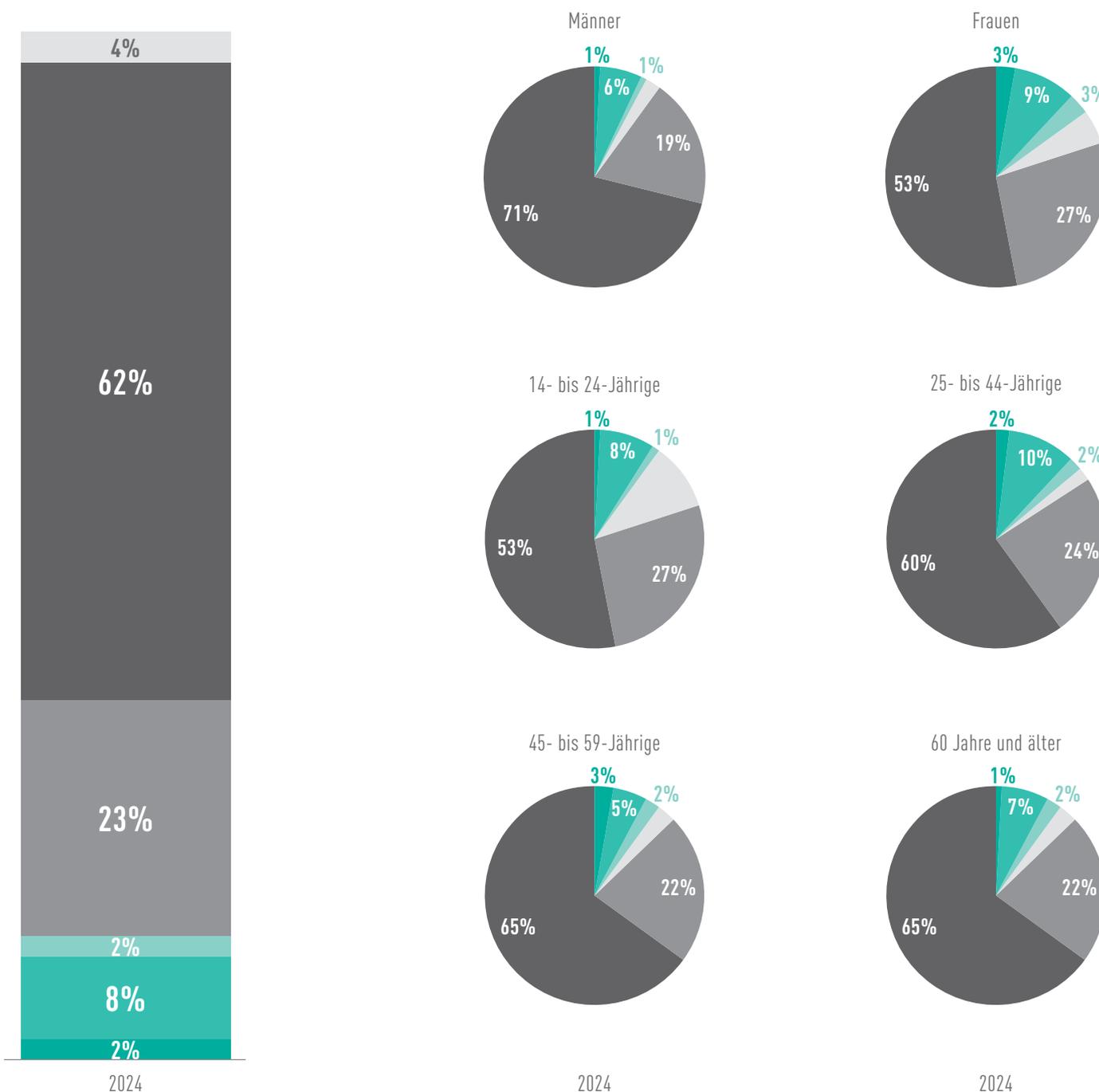
Frage 12: „Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Desinformation im Internet beeinflusst die Ergebnisse der anstehenden Europawahlen?“

# DIE BEEINFLUSSUNG DURCH DESINFORMATION AUF DIE EIGENE WAHLENTSCHEIDUNG BEI DER EUROPAWAHL 2024 SCHÄTZEN DIE MEISTEN BEFRAGTEN ALS EHER GERING EIN.

RUND EIN ZEHNTTEL STIMMT ZU, DASS DESINFORMATION SIE PERSÖNLICH BEI DER WAHLENTSCHEIDUNG VERUNSICHERT. ETWAS GRÖßSER IST DABEI DIE VERUNSICHERUNG BEI DEN FRAUEN UND DEN 25- BIS 44-JÄHRIGEN.

Es stimmen folgender Aussage zu: „Aufgrund von Desinformation im Internet bin ich unsicher, welche Partei ich bei der Europawahl wählen soll“

Gesamt



■ voll und ganz ■ eher ■ werde nicht wählen gehen ■ eher nicht ■ überhaupt nicht zu ■ weiss nicht / k.A.

Frage 13: „Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Aufgrund von Desinformation im Internet bin ich unsicher, welche Partei ich bei der Europawahl wählen soll?“

Basis: Befragten, denen politisch motivierte Desinformationen im Internet aufgefallen ist: 2024: 913 Befragte ab 16 Jahren

# 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 (2024). Ergebnisse der forsa-Befragung zu

Informationsverhalten bei Wahlen und politischer Desinformation

[URL: <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>