



Safer Internet Day 2022

**Befragung von 14- bis 24-Jährigen
zu Falschmeldungen und Demokratie**

Zentrale Ergebnisse

Auftraggeber: EU-Initiative klicksafe der Landesanstalt für Medien NRW und Medienanstalt Rheinland-Pfalz



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Untersuchungsdesign

Zielgruppe:	Deutschsprachige Internetnutzer*innen zwischen 14 und 24 Jahren in Deutschland
Stichprobengröße:	750 Befragte (2022) 752 Befragte (2021)
Befragungsmethode:	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Befragungszeitraum:	11. bis 22. Januar 2022 (2022) 20. bis 26. Januar 2021 (2021)
Gewichtung:	nach Region, Alter und Geschlecht



Wie häufig sind jungen Nutzer*innen persönlich schon Falschnachrichten aufgefallen?

ALTER

14- bis 19-Jährige (381 Befragte)

20- bis 24-Jährige (369 Befragte)

GESCHLECHT

männliche Befragte (390 Befragte)

weibliche Befragte (360 Befragte)

Bei der Häufigkeit der Wahrnehmung von Falschmeldungen hat sich innerhalb eines Jahres fast nichts verändert: 88 Prozent geben dieses Jahr an, dass ihnen schon mal Falschmeldungen aufgefallen sind (Vorjahr: 86 %). Männliche Befragte geben deutlich öfter als weibliche Befragte an, dass ihnen solche Meldungen häufig aufgefallen sind (20 % vs. 12 %). Unter 20-Jährigen sind Falschmeldungen – laut eigener Angabe – insgesamt weniger häufig aufgefallen als Älteren.

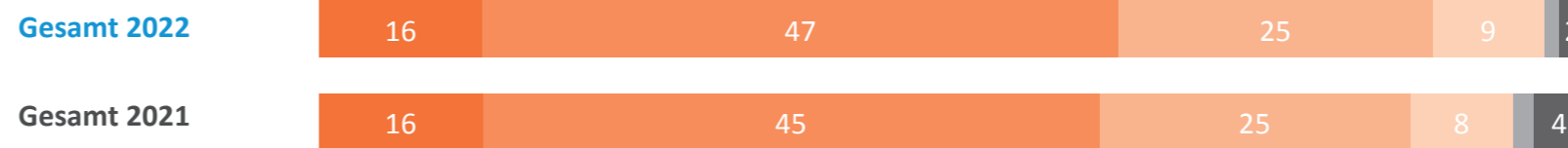
Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Häufigkeit der Wahrnehmung von Falschnachrichten

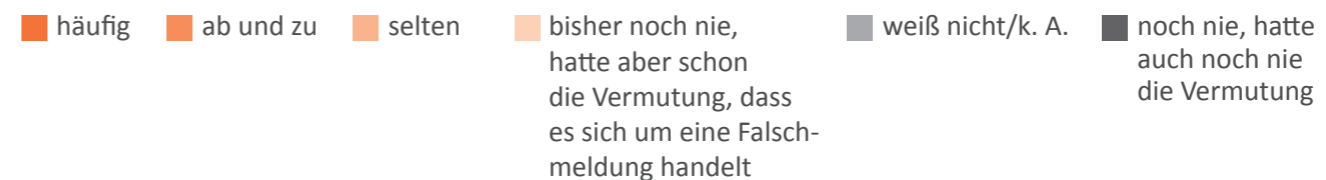
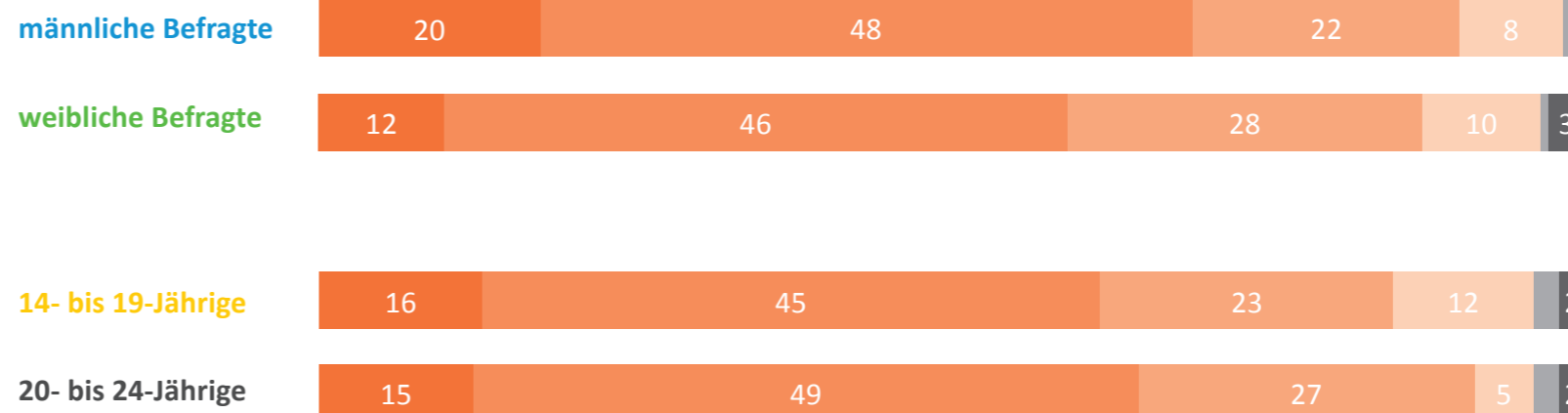
Gesamt

2022 | Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent
2021 | Basis: 752 Befragte, Angaben in Prozent

Falschmeldungen sind aufgefallen ...



Detailergebnisse 2022





Und wo sind jungen Nutzer*innen solche (vermutlichen) Falschmeldungen schon einmal begegnet?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (372 Befragte in 2022)

■ 20- bis 24-Jährige (363 Befragte in 2022)

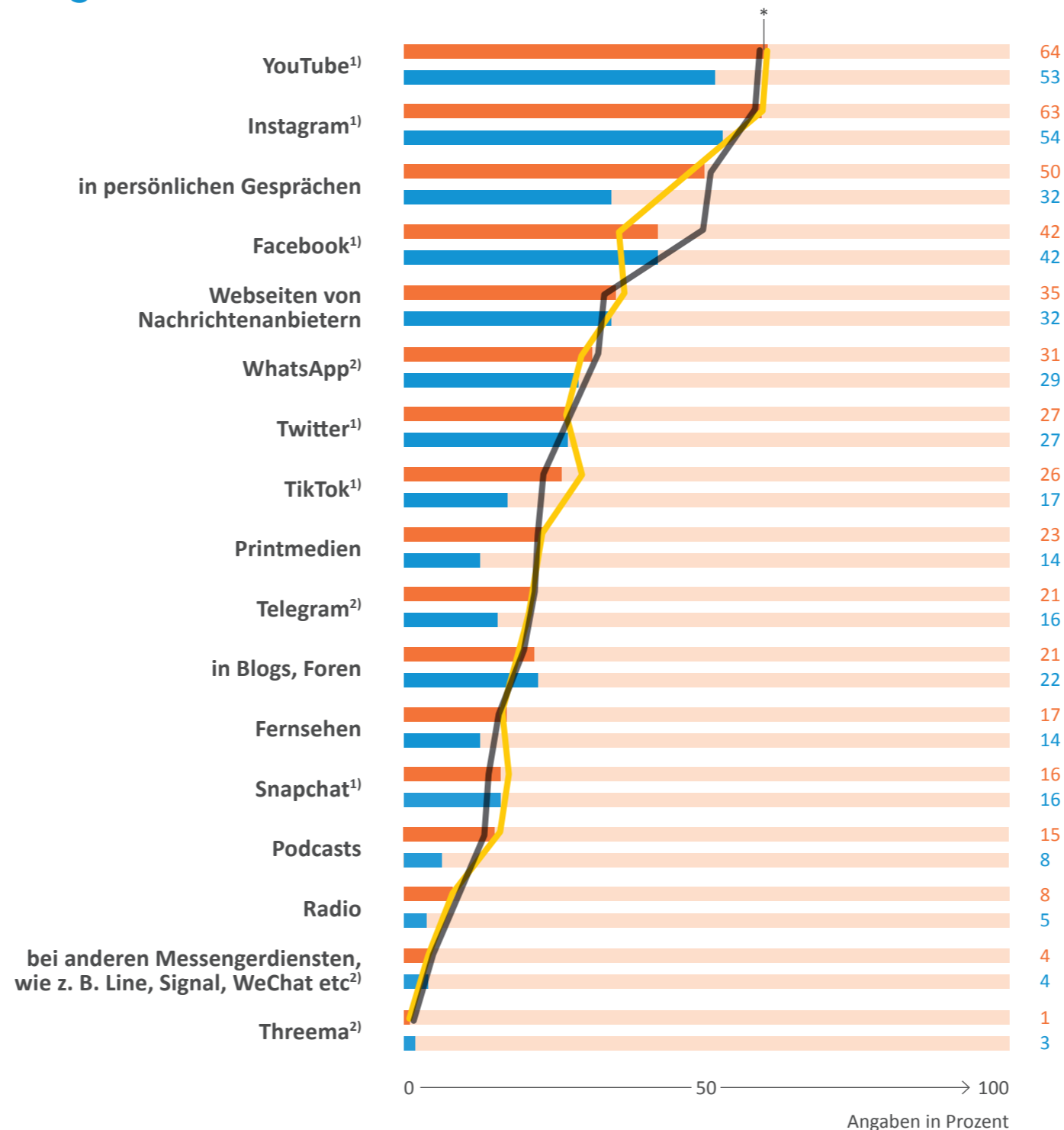
Bei (fast) allen angefragten Quellen sind gegenüber 2021 höhere Werte zu verzeichnen. YouTube und Instagram dominieren weiterhin. Besonders bemerkenswert ist der sehr markante Anstieg in persönlichen Gesprächen – von 32 % auf nun 50 %. Auch TikTok, Telegram und Printmedien werden erkennbar häufiger genannt.

Altersspezifische Unterschiede zeichnen sich – wie auch in 2021 – wieder vor allem bei Facebook ab: Erwartungsgemäß sind den 20- bis 24-Jährigen hier deutlich häufiger Falschmeldungen aufgefallen als den Jüngeren – diese nennen hingegen (wie auch im Vorjahr) öfter TikTok und Snapchat (weil von ihnen ja auch deutlich häufiger genutzt).

Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Bei folgenden Quellen sind schon einmal Falschmeldungen aufgefallen ...



Gesamt

■ 2022 | Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent

■ 2021 | Basis: 752 Befragte, Angaben in Prozent

¹⁾ Zsfg. Social Media (89 %)

²⁾ Zsfg. Messengerdienste (43 %)

woanders (4 %)
weiß nicht/k. A. (3 %)

* Die Verlaufslinien beziehen sich nur auf das Jahr 2022





Was könnten nach Auffassung der jungen Nutzer*innen negative Auswirkung von Falschnachrichten sein?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (381 Befragte in 2022)

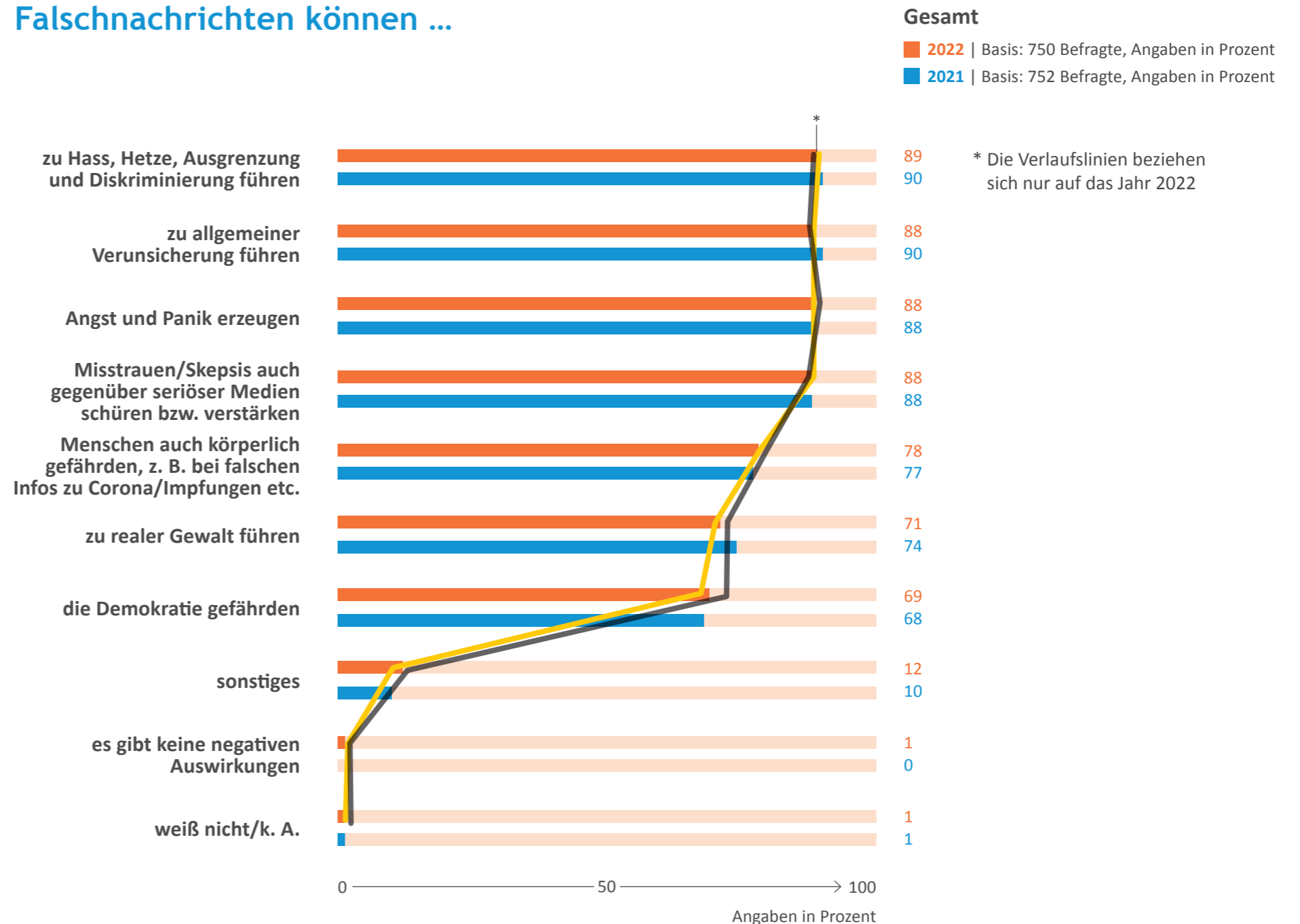
■ 20- bis 24-Jährige (369 Befragte in 2022)

Bei der Einschätzung negativer Auswirkungen von Falschmeldungen zeichnet sich ein nahezu identisches Bild wie 2021: (Fast) niemand denkt, dass diese keine negativen Auswirkungen haben. Stattdessen glaubt eine überwältigende Mehrheit an Gefahren wie allgemeine Verunsicherung, Hass und Hetze, das Schüren von Misstrauen auch gegenüber seriöser Medien und das Erzeugen von Angst und Panik. Zwei Drittel sind außerdem der Meinung, dass Falschmeldungen die Demokratie gefährden können.

Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Falschnachrichten können ...





Wie wichtig ist es jungen Nutzer*innen persönlich, dass sie in einer Demokratie leben – also in einer Gesellschaft, in der jede*r mitbestimmen, die eigene Meinung äußern und sich beteiligen kann?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (381 Befragte)

■ 20- bis 24-Jährige (369 Befragte)

Ganz klar: Der deutlichen Mehrheit ist es **sehr** wichtig, in einer Demokratie zu leben! Manche sehen es als wichtig an. Weniger oder gar nicht wichtig ist es so gut wie **niemandem**. Niedriger fällt die hohe Relevanz bei denen aus, die Falschnachrichten nicht als Gefahr für die Demokratie sehen.

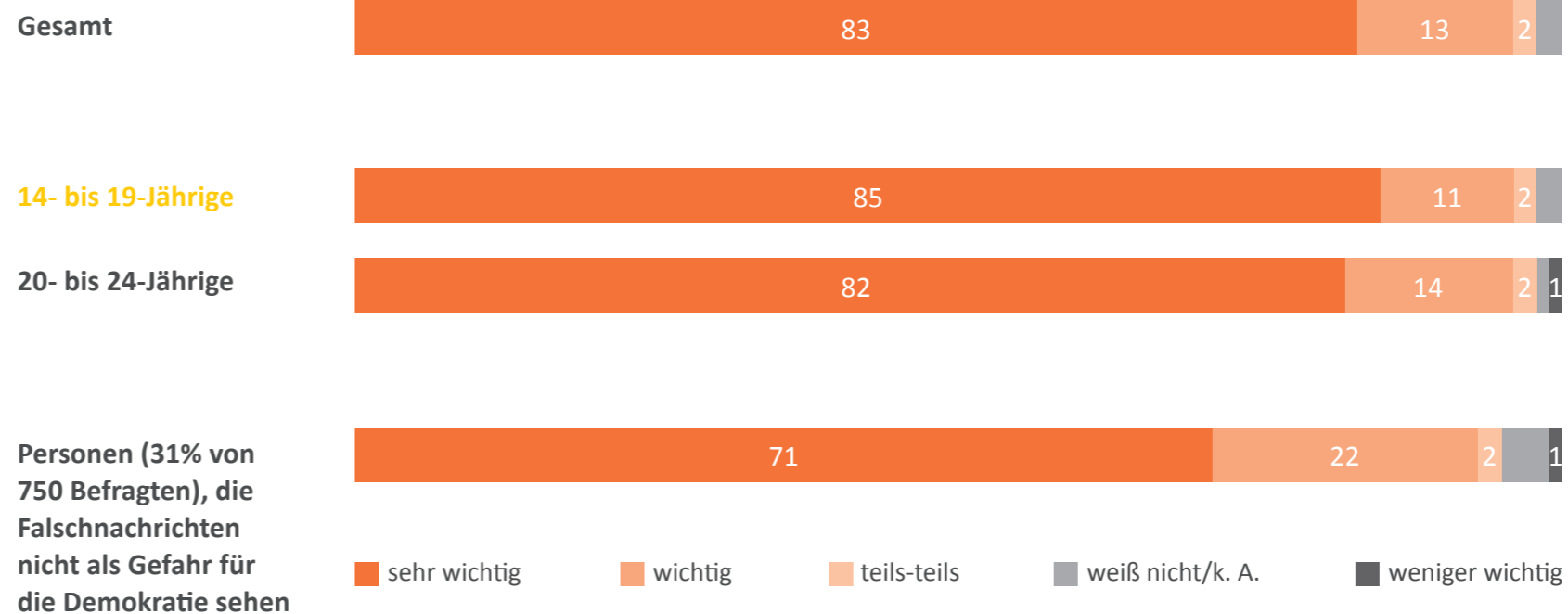
Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Persönliche Relevanz: Leben in einer Demokratie

■ Gesamt (750 Befragte)

Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent

In einer Demokratie zu leben, ist persönlich ...





Haben junge Nutzer*innen das Gefühl, persönlich etwas in unserer demokratischen Gesellschaft verändern zu können, wenn sie sich aktiv für etwas einsetzen?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (381 Befragte)

■ 20- bis 24-Jährige (369 Befragte)

Über ein Fünftel der Befragten haben das Gefühl, durch eigenes Engagement etwas verändern zu können. Deutlich mehr Befragte (46 %) sind zwar optimistisch, aber nicht völlig überzeugt davon. 30 Prozent haben aber (eher) nicht den Eindruck, etwas verändern zu können.

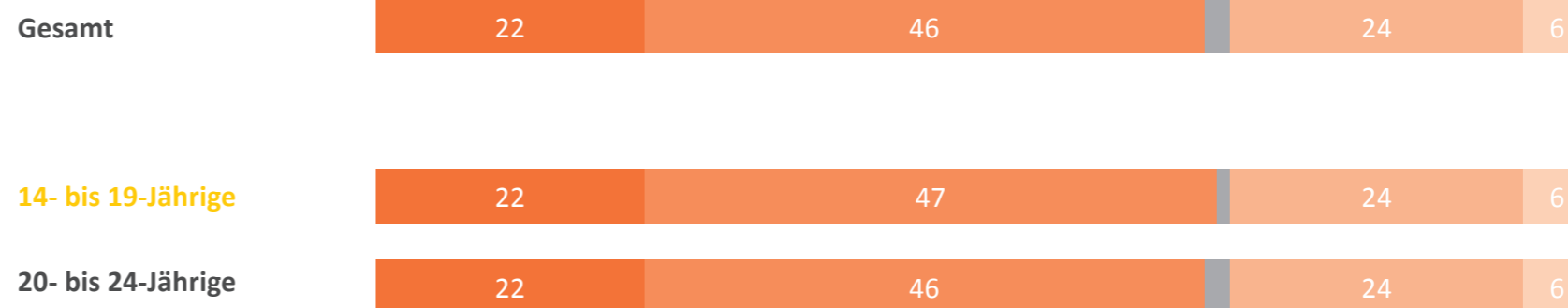
Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Veränderung durch eigenes Engagement

■ Gesamt (750 Befragte)

Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent

Es haben das Gefühl, persönlich in unserer demokratischen Gesellschaft etwas verändern zu können, wenn man sich aktiv für etwas einsetzt ...



Wichtigkeit von Demokratie





FRAGE
6

Haben junge Nutzer*innen sich bereits für ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt – egal in welcher Form?

GESCHLECHT



männliche Befragte (390 Befragte)



weibliche Befragte (360 Befragte)

Über zwei Drittel geben an, sich für eines dieser Themen (oder andere) schon einmal stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt zu haben – weibliche Befragte sind insgesamt (etwas) engagierter. Für den Bereich Klima-/Umwelt-schutz wurde sich bislang am häufigsten eingesetzt (38 %). Auffallend ist, dass sich weibliche Befragte erkennbar öfter gegen Rassismus und für die Vielfalt der Gesellschaft engagierten als männliche Befragte.

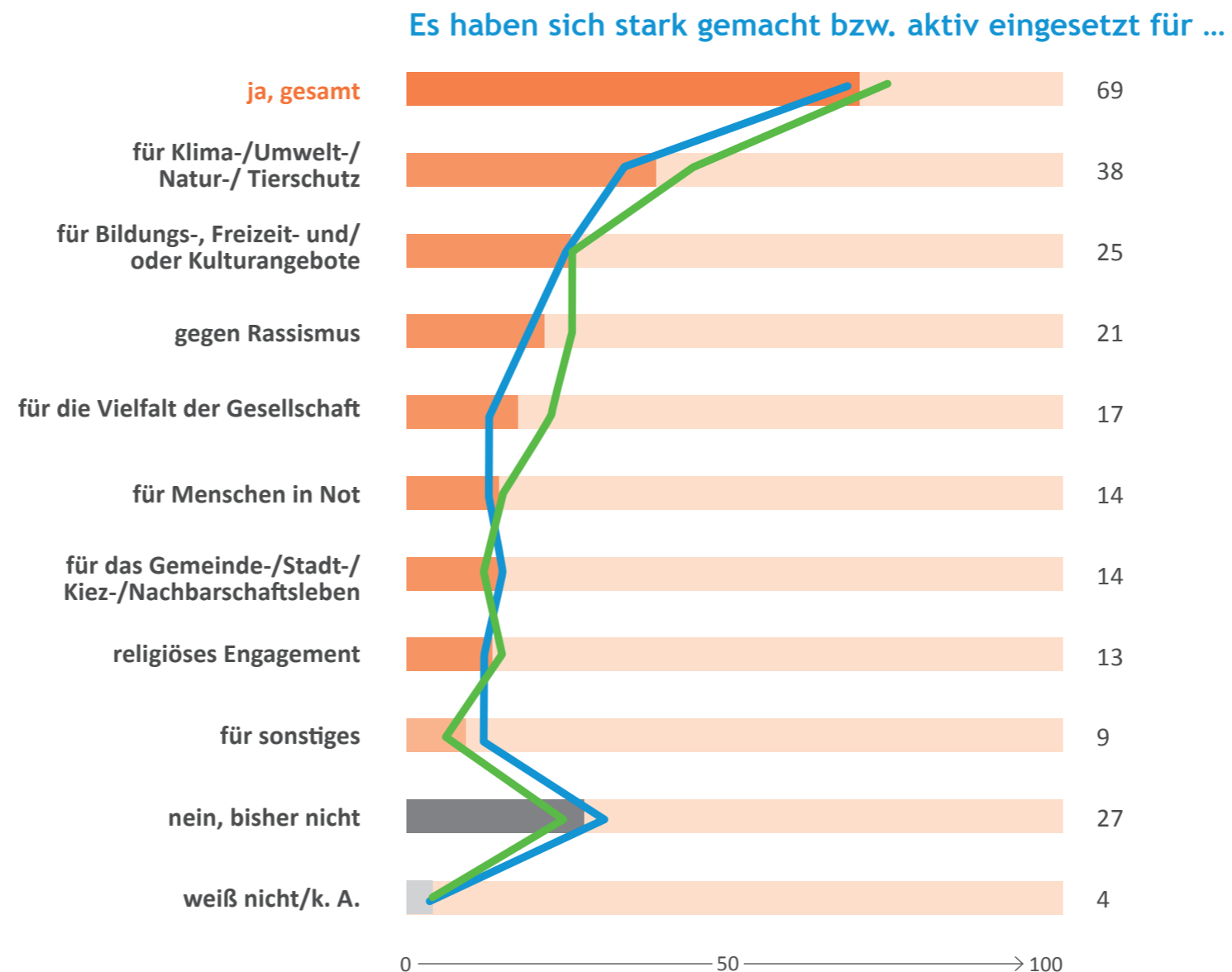
Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Gesellschaftliches Engagement (1/2)

■ Gesamt (750 Befragte)

Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent



Angaben in Prozent





Haben junge Nutzer*innen sich bereits für ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt – egal in welcher Form?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (381 Befragte)

■ 20- bis 24-Jährige (369 Befragte)

Insgesamt scheint das Engagement der 20- bis 24-Jährigen etwas höher auszufallen als bei den Jüngeren – abgesehen vom Bereich Klima-/Umweltschutz: Hier waren die Jüngeren bislang aktiver.

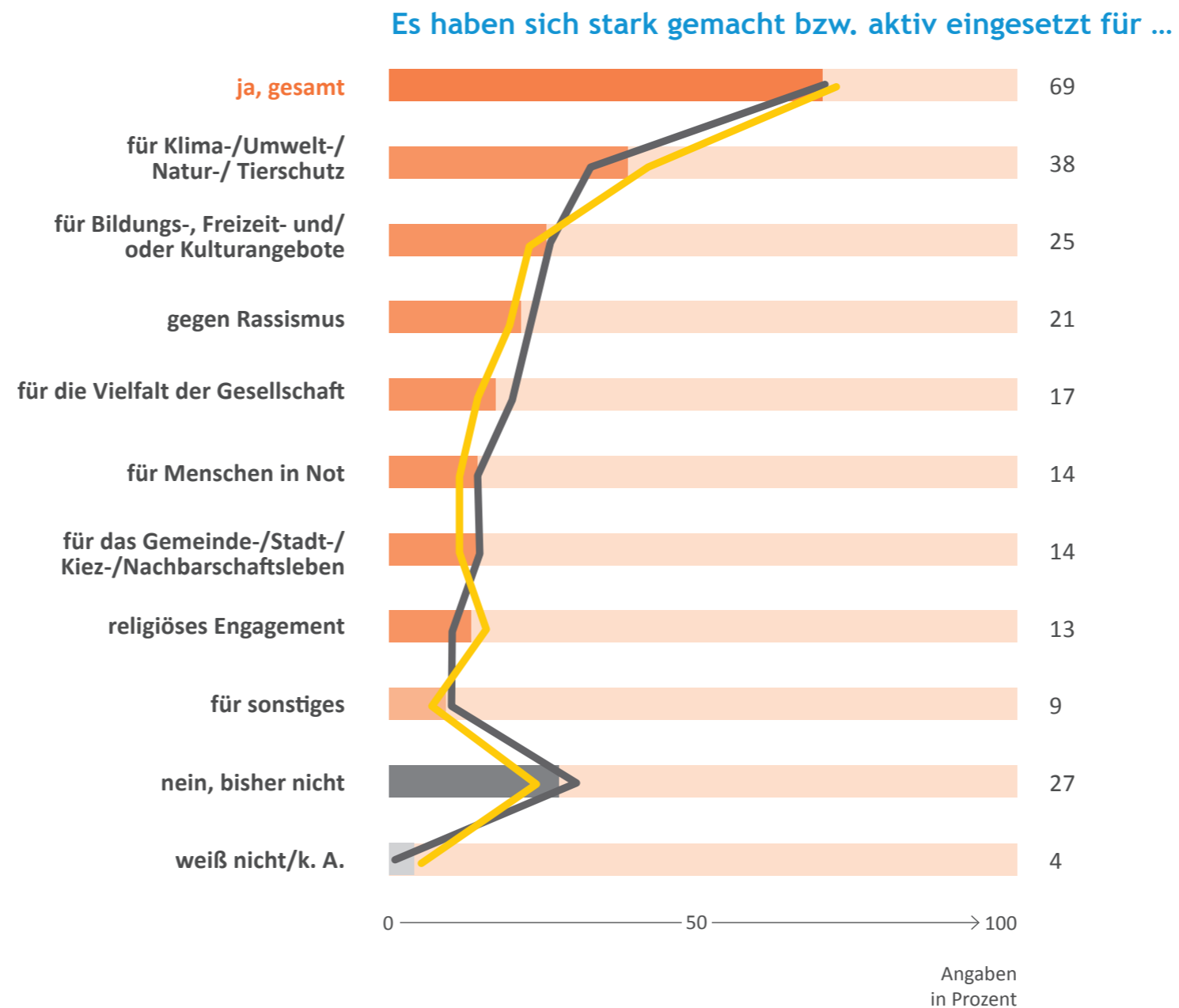
Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Gesellschaftliches Engagement (2/2)

■ Gesamt (750 Befragte)

Basis: 750 Befragte, Angaben in Prozent





In welcher Form haben sich junge Nutzer*innen bereits für ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt?

GESCHLECHT

 **männliche Befragte** (257 Befragte)

 **weibliche Befragte** (258 Befragte)

Bei der Art des Engagements rangiert das Unterzeichnen von Online-Petitionen auf Rang 1 gefolgt von Liken/Teilen von Beiträgen in sozialen Netzwerken (beides v. a. weibliche Befragte) – aber es wird auch auf die Straße gegangen (wiederum v. a. weibliche Befragte). Auch die Übernahme eines Ehrenamts spielt beim Engagement eine nicht geringe Rolle, ebenso wie Sach- oder Geldspenden.

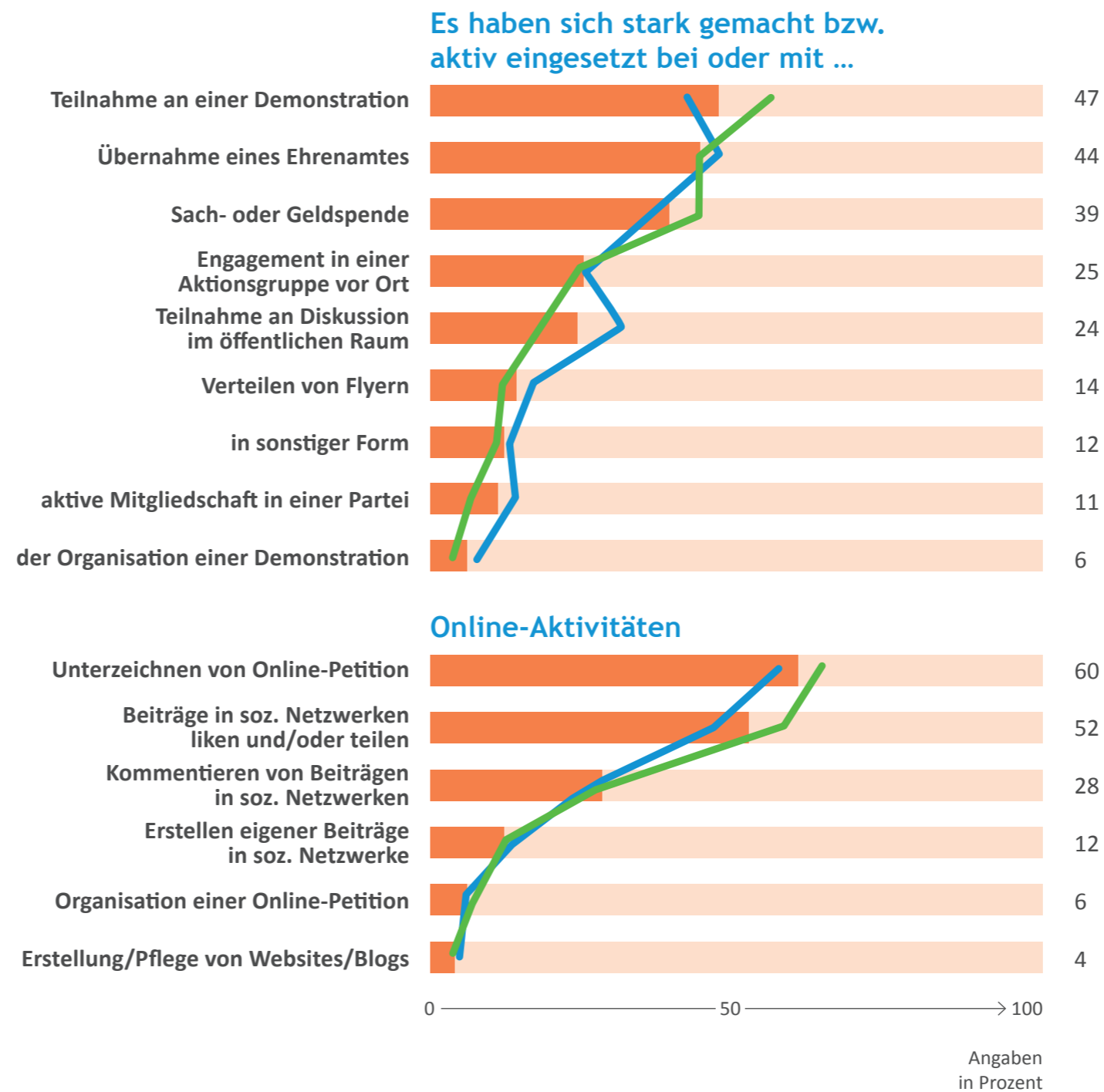
Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Form des gesellschaftlichen Engagements (1/2)

 **Gesamt** (515 Befragte)

Basis: 515 Befragte, die sich für mindestens ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt haben





In welcher Form haben sich junge Nutzer*innen bereits für ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt?

ALTER

■ 14- bis 19-Jährige (265 Befragte)

■ 20- bis 24-Jährige (250 Befragte)

Während Jüngere sich häufiger durch Teilnahme an (und Organisation von) Demonstrationen für etwas einsetzen, zeigen die 20- bis 24-Jährigen ihr Engagement öfter durch die Unterzeichnung von Online-Petitionen oder die Übernahme eines Ehrenamts sowie durch Sach- oder Geldspenden.

Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: forsa-Befragung von 14- bis 24-Jährigen zu Falschmeldungen und Demokratie im Auftrag von **klicksafe**

Form des gesellschaftlichen Engagements (2/2)

■ Gesamt (515 Befragte)

Basis: 515 Befragte, die sich für mindestens ein Thema stark gemacht bzw. aktiv eingesetzt haben

