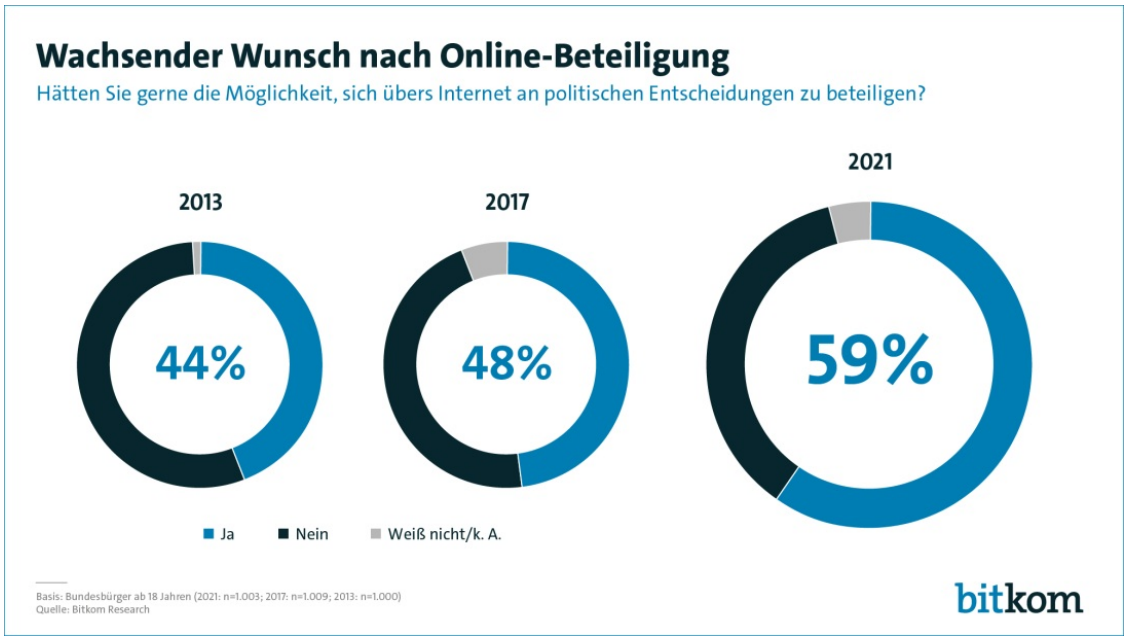
Bitkom e.V. |

Bitkom stellt Studie zu E-Democracy vor

- **61 Prozent der Bevölkerung würden online wählen gehen**
- **45 Prozent engagieren sich online im Wahlkampf 2021**
- **Parteien erhalten eine Drei minus für ihre Digitalkompetenz**



Berlin, 9. September 2021 - In der Bevölkerung ist kurz vor der Bundestagswahl der Wunsch gewachsen, sich online an politischen Entscheidungen beteiligen zu können. 59 Prozent der Personen ab 18 Jahren in Deutschland und damit erstmals eine klare Mehrheit fordern diese Möglichkeit. Vor der Wahl vor vier Jahren lag der Anteil nur bei 48 Prozent, vor acht Jahren waren es 44 Prozent. Zugleich können sich aktuell 3 von 5 (61 Prozent) vorstellen, ihre Stimme bei Kommunal-, Landtags- oder Bundestagswahlen online abzugeben, unter den Jüngeren zwischen 18 und 29 Jahren sind es sogar 3 von 4 (73 Prozent). Als wichtigste Gründe für Online-Wahlen gelten schnellere Ergebnisse (64 Prozent), eine bequemere (56 Prozent) und zeitgemäße (49 Prozent) Wahlmethode sowie die Chance auf eine höhere Wahlbeteiligung (37 Prozent). Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, für die mehr als 1.000 Personen in Deutschland ab 18 Jahren befragt wurden. „Unser Berufsleben und unser ganzer Alltag haben sich in den vergangenen vier Jahren stark digitalisiert – aber unser politisches System verharrt in weiten Teilen noch im Analogen“, sagt Bitkom-Präsident Achim Berg bei der Vorstellung der Ergebnisse. „Die Digitalisierung bietet die Chance auf ein Update unserer Demokratie, und diese Chance sollten wir ergreifen.“

31 Prozent sagen: Die Bundestagswahl wird im Internet entschieden

Fast ein Drittel (31 Prozent) sind der Überzeugung, die Bundestagswahl wird im Internet entschieden. Unter den Jüngeren von 18 bis 29 Jahren liegt der Anteil mit 39 Prozent noch deutlich darüber, aber auch unter den Älteren ab 65 Jahren ist mehr als ein Fünftel (22 Prozent) dieser Meinung. Zugleich sind aber nur 36 Prozent der Befragten mit den digitalen Angeboten der Parteien rund um die Bundestagswahl zufrieden. Und auch die Digitalkompetenz der Parteien wird kritisch gesehen: Die im Bundestag vertretenen Parteien erhalten auf der Schulnotenskala im Schnitt eine Drei minus (3,5). „Die Politik reagiert bislang nur unzureichend auf die Bedeutung, die die Wahlberechtigten dem Internet beimessen. Die Politik hat Lücken im Digitalen und verschenkt damit Möglichkeiten und Chancen, bei Wählerinnen und Wählern zu punkten“, so Berg. „Digitalkompetenz

bekommt man nicht, indem man eine Agentur mit einem Social-Media-Clip beauftragt, sondern durch eine ernsthafte Beschäftigung mit digitalpolitischen Themen und glaubwürdigem Personal. In den Parteien haben es die Digital-Expertinnen und -Experten leider oft noch schwer, sich Gehör zu verschaffen."

Viele Bürgerinnen und Bürger beteiligen sich aktiv am digitalen Wahlkampf. Rund die Hälfte (45 Prozent) gibt an, sich online aktiv politisch zu beteiligen – vor vier Jahren lag der Anteil bei gerade einmal 33 Prozent. Unter den 18- bis 29-Jährigen sind sogar 62 Prozent online aktiv (2017: 52 Prozent). Am häufigsten werden Messenger-Nachrichten mit politischen Inhalten weitergeleitet (35 Prozent), dahinter folgen das Teilen, Liken oder Kommentieren von politischen Inhalten in sozialen Netzwerken (22 Prozent) und das Weiterleiten von E-Mails mit politischem Inhalt (21 Prozent). 15 Prozent kommentieren Artikel in Online-Medien, 12 Prozent melden Fake-News, 7 Prozent verfassen eigene Posts zur politischen Lage in sozialen Netzwerken, 3 Prozent im eigenen Blog – und 6 Prozent sehen sich als Mitglied der Internet-Wahlkampagne einer politischen Partei. „Ob Online-Shopping, digitale Lernplattform oder Videocall – wenn sich immer mehr Bereiche des Lebens in die digitale Welt verlagern, dann ist es nur logisch, wenn auch das politische Engagement im digitalen Raum wächst. Dieses Potenzial gilt es, im Sinne einer lebendigen Demokratie zu nutzen", sagte Berg.

Frage nach Glaubwürdigkeit von Online-Informationen spaltet die Bevölkerung

Gespalten ist die Bevölkerung, was das Vertrauen in Medien und Online-Quellen angeht. 28 Prozent sind der Meinung, echte Informationen gebe es nur außerhalb der offiziellen Medien im Internet, etwa bei YouTube, in Blogs oder bei Telegram. Aber genauso viele (28 Prozent) geben an, dass sie Informationen im Internet grundsätzlich nicht vertrauen. Und 30 Prozent stimmen der Aussage zu, die deutschen Medien seien in ihrer Berichterstattung nicht frei, sondern würden von der Regierung kontrolliert. Berg: „Das Internet bietet die Möglichkeit, sich einfach, schnell und kostengünstig zu informieren und dabei Quellen zu nutzen, die den Menschen noch vor wenigen Jahren verschlossen waren. Zugleich ist das Internet aber auch ein Raum für Verschwörungstheorien und Fake-News. Die Vermittlung von Medienkompetenz gehört daher zu den zentralen Aufgaben einer modernen Demokratie."

Für Jüngere sind Online-Informationen wichtigste Quelle zu politischen Themen

Die Jüngeren von 18 bis 29 Jahren informieren sich bereits heute am häufigsten in Online-Quellen über politische Themen. Für 74 Prozent sind Online-Angebote „sehr wichtig" oder „eher wichtig", dahinter folgen das persönliche Gespräch mit Freunden oder Familie (72 Prozent) sowie das Fernsehen (72 Prozent). In der Gesamtbevölkerung liegen persönliche Gespräche und Fernsehen mit jeweils 73 Prozent noch vor den Online-Quellen (60 Prozent). Dahinter folgen Radio (48 Prozent), Tageszeitungen (46 Prozent), gedruckte Informationen der Parteien (39 Prozent) sowie Wochenzeitungen oder Magazine (36 Prozent) und Bücher (22 Prozent).

Wer sich online über Politik informiert, tut das meist sehr regelmäßig. 15 Prozent schauen dort stündlich nach, die Hälfte (50 Prozent) zumindest täglich. 18 Prozent informieren sich mehrmals pro Woche, 8 Prozent mehrmals pro Monat. Die Webseiten bzw. Apps von TV-Sendern werden dabei von 80 Prozent als „sehr wichtig" oder „wichtig" eingeschätzt, dahinter folgen die Angebote klassischer Printmedien (69 Prozent) sowie die Angebote von NGOs wie zum Beispiel Gewerkschaften oder Initiativen (65 Prozent). Eine hohe Bedeutung haben auch die Startseiten von Internet- und E-Mail-Anbietern, wo sich rund zwei Drittel (63 Prozent) über Politik informiert. Sie liegen damit noch vor den Mediatheken der Rundfunkanstalten, wo sich gut die Hälfte (53 Prozent) politisch schlau macht. Soziale Netzwerke sind für 44 Prozent eine wichtige Online-Quelle, dahinter folgen die Webseiten von Parteien und Politikerinnen und Politikern (39 Prozent) und Wahlhilfen wie der Wahl-O-Mat (38 Prozent). Ein Viertel (25 Prozent) greift auf Podcasts und Webseiten bzw. Apps von Radiosendern zurück, 23 Prozent lesen in Blogs und 19 Prozent informieren sich ganz allgemein auf Videoportalen und 18 Prozent halten die politischen Informationen, die sie über Messenger wie Telegram oder WhatsApp erreichen, für wichtig. Prominente YouTuber, die politische Inhalte verbreiten, wie Rezo oder LeFloid sind hingegen lediglich für 6 Prozent bedeutend. Während es bei den wichtigsten Online-Quellen kaum Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt, spielen einige spezielle Angebote bei Jüngeren eine besondere Rolle. So kommen soziale Netzwerke bei den 18- bis 29-Jährigen auf 70 Prozent, Messenger auf 31 Prozent und YouTuber wie Rezo oder LeFloid auf 15 Prozent.

Online-Dialog mit Politikerinnen und Politikern spielt wichtige Rolle

Auch im Kontakt mit Politikerinnen und Politikern spielen digitale Wege eine wichtige Rolle. Rund die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger (47 Prozent) würde ein eigenes politisches Anliegen gerne im Online-Dialog zusammen mit anderen vorbringen, ein Drittel (36 Prozent) per direktem Video-Anruf und ein Viertel (25 Prozent) über E-Mail. 6 Prozent wollen in einem sozialen Netzwerk Kontakt aufnehmen, 3 Prozent per Messenger und 2 Prozent über die App einer Partei. Am beliebtesten bleiben aber das persönliche Gespräch (68 Prozent) und Telefon, Brief oder Fax (47 Prozent). Bei den Jüngeren von 18 bis 29 Jahre liegt zwar ebenfalls das persönliche Gespräch vorne (60 Prozent), knapp dahinter folgt aber bereits der Online-Dialog (54 Prozent) vor dem Video-Anruf (42 Prozent), erst dahinter folgen die klassischen Wege wie Telefon, Brief oder Fax (34 Prozent). Die E-Mail kommt auf 27 Prozent, soziale Netzwerke sind mit 11 Prozent ebenso beliebter als in der Gesamtbevölkerung wie auch Messenger und Partei-Apps (je 5 Prozent). Berg: „Wer als Politikerin oder Politiker wirklich den Austausch mit den Menschen sucht, der muss heute auch über digitale Kanäle erreichbar sein. Und zwar direkt, nicht nur mit einer notdürftig zusammengezimmerten Social-Media-Präsenz. Eine Multi-Channel-Strategie ist der erfolgversprechendste Weg politischer Kommunikation.“

Breites Interesse an direkter politischer Online-Partizipation – auf allen Ebenen

Großes Potenzial gibt es zudem bei der direkten politischen Partizipation über das Internet. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) der Bürgerinnen und Bürger haben bereits auf Kommunal-, Landes-, Bundes- oder Europaebene online direkten Einfluss auf Politik genommen. Und weitere 54 Prozent können sich das für die Zukunft vorstellen. Dabei unterscheidet sich die Online-Partizipation deutlich zwischen den jeweiligen politischen Ebenen. 17 Prozent haben sich auf kommunaler Ebene online eingebracht, etwa durch die Beteiligung an einem Bürgerhaushalt. 38 Prozent können sich das für die Zukunft vorstellen. Auf Landesebene haben sich erst 9 Prozent online beteiligt, zum Beispiel bei einem digitalen Bürgerforum. 39 Prozent würden das aber in Zukunft tun. Am höchsten ist die Mitwirkung über das Internet bislang auf Bundesebene, etwa mit Online-Petitionen. 33 Prozent haben dies bereits getan, weitere 31 Prozent können sich das für die Zukunft vorstellen. Auf EU-Ebene, etwa bei Online-Konsultationen, fallen Beteiligung (9 Prozent) und Interesse (22 Prozent) vergleichsweise gering aus. „Gerade auf Bundesebene gibt es bereits eine Reihe von Online-Beteiligungsmöglichkeiten, etwa mit Petitionen. Solche Angebote werden angenommen. Wenn wir uns mehr Engagement und Mitsprache von Bürgerinnen und Bürgern wünschen, dann müssen wir die Möglichkeiten zur Online-Beteiligung auf allen politischen Ebenen deutlich ausbauen“, so Berg.

Politische Top-Themen: Digitalisierung der Schulen und der Verwaltung

Für die kommende Legislaturperiode haben die Bürgerinnen und Bürger eine lange Liste an digitalpolitischen Maßnahmen, um die sich die Politik kümmern soll. Ganz oben steht die Digitalisierung der Schulen (99 Prozent, 2017: 93 Prozent), 92 Prozent wünschen sich zudem die Vermittlung von Digitalkompetenz an Kinder und Jugendliche (2017: 88 Prozent). Ebenfalls hohe Priorität haben die Bekämpfung der Internetkriminalität (97 Prozent, 2017: 95 Prozent) sowie der Schutz der persönlichen Daten (96 Prozent, 2017:92 Prozent), allerdings wünschen sich auch 85 Prozent eine Überprüfung der Datenschutzrichtlinien. Die Sicherung von Arbeitsplätzen im digitalen Zeitalter gehört für 93 Prozent auf die Agenda (2017: 88 Prozent), 89 Prozent wollen die Stärkung der digitalen Grundrechte (2017: 90 Prozent) und 88 Prozent die Digitalisierung des Gesundheitswesens (2017: 90 Prozent). Die deutlichste Veränderung gibt es bei dem Wunsch nach einer Digitalisierung der Verwaltung – von 72 Prozent im Jahr 2017 auf jetzt 87 Prozent. Den Breitbandausbau halten 84 Prozent für wichtig (2017: 79 Prozent), die Förderung von Startups 74 Prozent (2017: 69 Prozent) und die Förderung intelligenter Mobilität 55 Prozent (2017: 54 Prozent). „Digitalisierung ist kein Problem, das wir lösen müssen. Digitalisierung ist ein dauerhafter Prozess – und Digitalisierung ist vor allem der Schlüssel, um zentrale Herausforderungen in Wirtschaft, Verwaltung und Gesellschaft zu meistern. Das gilt für das Erreichen der Klimaziele ebenso wie für einen wirkungsvollen Kampf gegen Corona und einen effizienten Staat oder den Erhalt einer international wettbewerbsfähigen Wirtschaft“, so Berg. „Ein Weiter-so darf es in der Digitalpolitik nicht geben. Wir müssen nach der Wahl den Einstieg in eine wirklich digitale Dekade schaffen. Auch unser politisches System braucht eine digitale Transformation.“

Wie die im Bundestag vertretenen Parteien zu digitalpolitischen Themen stehen, zeigt der

„Bitkomat“. Das Online-Angebot hilft, ähnlich wie der bekannte „Wahl-O-Mat“, die eigenen digitalpolitischen Präferenzen mit den Positionen der im Bundestag vertretenen Parteien zu vergleichen: www.bitkomat.de

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Im August 2021 wurden dabei 1.007 Personen in Deutschland ab 18 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Fabian Zacharias
Mitglied der Geschäftsleitung Politik & Gesellschaft
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bitkom-stellt-Studie-zu-E-Democracy-vor***