Bitkom e.V. | Presseinformation

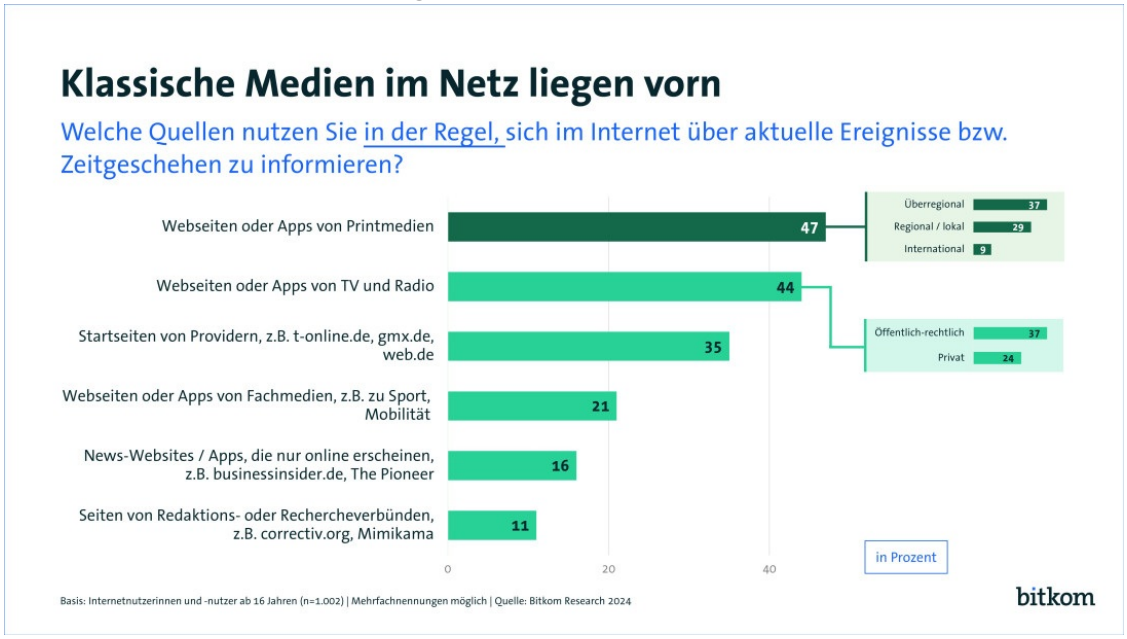
Nachrichtenflut im Netz: Jeder und jede Zweite fühlt sich überfordert

- **78 Prozent informieren sich bei Nachrichtenseiten und Apps, 44 Prozent via Social Media**
- **Durchschnittlich 48 Minuten Nachrichtenkonsum pro Tag**
- **92 Prozent fordern Transparenz bei KI-Einsatz im Journalismus**

Berlin, 22. Mai 2024 - Das Morning-Briefing per Mail, die News-Lektüre auf der Nachrichtenseite, die neueste Tickermeldung im Social-Media-Stream: Ein Großteil der Menschen, die sich im Netz über aktuelle Ereignisse und das Zeitgeschehen informieren, hält sich so regelmäßig up-to-date. 50 Prozent verfolgen mehrmals täglich im Internet die Nachrichten, weitere 32 Prozent tun dies einmal täglich, 13 Prozent immerhin mehrmals pro Woche. Nur 5 Prozent informieren sich seltener. Allerdings fällt es vielen Menschen zunehmend schwer, angesichts der Fülle an Nachrichten, Quellen und Informationen im Netz den Überblick zu bewahren: Die Hälfte (50 Prozent) fühlt sich davon häufig überfordert. 58 Prozent wissen oft nicht, welchen Nachrichten im Internet sie vertrauen können. 62 Prozent reduzieren ihren Nachrichtenkonsum manchmal bewusst, wenn sie die Informationsflut überfordert. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1.002 Internetnutzerinnen und -nutzern in Deutschland ab 16 Jahren, die der Digitalverband Bitkom anlässlich des 75. Jahrestages des Grundgesetzes durchgeführt hat.

„Eine funktionierende Demokratie braucht informierte Bürgerinnen und Bürger. Angesichts der zunehmenden Menge an Informationen aus einer stetig wachsenden Anzahl journalistischer und nicht-journalistischer Quellen im Netz ist es für viele Menschen schwer geworden, Tatsächliches von Falschem zu unterscheiden. Vielen gelingt es nicht mehr, sich im Nachrichtenstrom zurechtzufinden“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Überforderung und ein daraus resultierender Nachrichten-Eskapismus sind insbesondere in Kriegs- und Krisenzeiten zwar nachvollziehbar, ebnen auf lange Sicht aber Desinformation und Fake News den Weg. Wir brauchen deshalb eine umfassende Stärkung der Medienkompetenz, die in der Schule beginnen muss und im Alter nicht aufhören darf.“ Das Bedürfnis nach Orientierung bei Nachrichten im Internet ist aktuell extrem groß: 90 Prozent der Menschen, die online Nachrichten aufnehmen, wünschen sich angesichts der Nachrichtenfülle den einen Ort im Netz, an dem sie verlässliche und wahre Informationen finden.

Klassische Medien im Netz liegen vorn



Insgesamt konsumieren 90 Prozent der deutschen Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren online Nachrichten zu aktuellen Ereignissen und dem Zeitgeschehen aus Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Sport oder Kultur. Das entspricht rund 55 Millionen Menschen. Die Frage danach, welche Quellen sie dafür in der Regel aufrufen, ergibt ein vielfältiges Bild: Am meisten werden Nachrichten-Webseiten oder Apps genutzt (78 Prozent). Dahinter folgen soziale Medien, über die sich 44 Prozent informieren. Ein Viertel (27 Prozent) informiert sich über Messenger-Dienste, 26 Prozent per Video über YouTube-Kanäle und 18 Prozent hören Podcasts zu aktuellen Ereignissen bzw. dem Zeitgeschehen. 17 Prozent haben E-Mail-Newsletter oder spezielle Briefings abonniert.

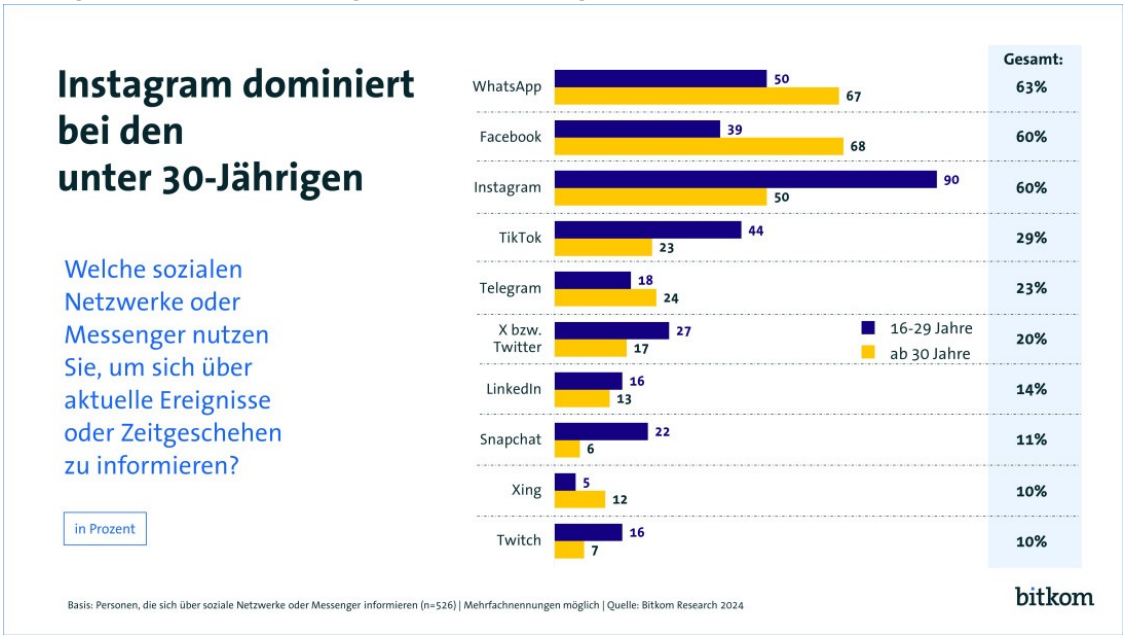
Betrachtet man die überwiegend genutzten Nachrichten-Websites und Apps näher, ergibt sich folgendes Bild: 47 Prozent informieren sich in der Regel über Webseiten und Apps von klassischen überregionalen, lokalen oder internationalen Printmedien, also etwa spiegel.de, bild.de, faz.net und anderen. 44 Prozent informieren sich über Webseiten oder Apps von öffentlich-rechtlichen sowie privaten Fernseh- und Radiosendern, etwa tagesschau.de, wdr.de, n-tv.de und anderen. Dahinter folgen die Startseiten von Internetzugangsprovidern wie t-online.de, gmx.de oder web.de (35 Prozent), Webseiten oder Apps von Fachmedien beispielsweise zu Themen wie Mobilität oder Sport (21 Prozent) sowie News-Webseiten, die ausschließlich online erscheinen (16 Prozent). 11 Prozent geben an, sich auf Seiten von Redaktions- und Recherchеverbünden wie correctiv.org u.a. zu informieren.

Ältere lesen lieber, Jüngere schauen Bilder oder Videos an

In welcher Form werden Nachrichten am liebsten konsumiert? Das Lesen von Texten ist bei 48 Prozent am beliebtesten, wobei dieser Wert bei den Älteren ab 65 Jahren (59 Prozent) mehr als doppelt so hoch ist wie bei den Jüngeren unter 30 Jahren (28 Prozent). 20 Prozent schauen am liebsten Bilder mit kurzen Texten an, wie sie vor allem in sozialen Medien verbreitet werden, wobei dies 30 Prozent der Generation U30 von sich sagt und nur 10 Prozent der Gruppe ab 65 Jahren. 17 Prozent bevorzugen Bewegtbild, also Videos (16-29 Jahre: 26 Prozent; 65+: 15 Prozent). Und jeder und jede Zehnte (11 Prozent) hört am liebsten Audio-Beiträge oder Podcasts.

Wer sich online über aktuelle Ereignisse und das Zeitgeschehen informiert, bringt dafür täglich durchschnittlich 48 Minuten auf. Bei knapp einem Viertel (23 Prozent) sind es sogar mehr als 60 Minuten. Rohleder: „Das grundsätzliche Interesse der Menschen an aktuellen Ereignissen und am Zeitgeschehen ist hoch. Das ist eine gute Nachricht für unsere Gesellschaft und die Demokratie.“

Instagram ist bei den Jüngeren der wichtigste News-Kanal im Bereich Social Media



Unter denjenigen, die sich über soziale Medien oder Messenger zu aktuellen Ereignissen und dem Zeitgeschehen informieren, gibt es klare Favoriten – aber auch klare Altersunterschiede: Bei den unter 30-Jährigen ist Instagram mit 90 Prozent der Spitzenreiter. Mit weitem Abstand folgen in dieser Altersgruppe WhatsApp (50 Prozent), TikTok (44 Prozent), Facebook (39 Prozent), X bzw. Twitter (27 Prozent) und Snapchat (22 Prozent). Bei den über 30-Jährigen spielt Facebook (68 Prozent) die

größte Rolle beim Nachrichtenkonsum in sozialen Medien, gefolgt von WhatsApp (67 Prozent), Instagram (50 Prozent), Telegram (24 Prozent), TikTok (23 Prozent), X (17 Prozent) und LinkedIn (13 Prozent).

Nicht nur in sozialen Medien, sondern generell beim Nachrichtenkonsum im Netz werden regelmäßig nur die Überschriften und nicht die ganzen Artikel gelesen: Mehr als die Hälfte (54 Prozent) tut dies nach eigener Aussage sogar häufig. Gleichzeitig kritisieren 86 Prozent derjenigen, die online Nachrichten konsumieren, dass die Überschriften oft mehr versprechen, als letztlich im Artikel steht. 88 Prozent empfinden Überschriften zu oft als reißerisch und auf Klicks ausgerichtet.

Zwei Drittel nehmen Falschmeldungen wahr

Welche Informationen basieren ausschließlich auf Tatsächlichem – und welche entpuppen sich als beabsichtigt oder unbeabsichtigt falsch oder irreführend? 85 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer stimmen der Aussage zu, es sei insgesamt schwer, den Wahrheitsgehalt einzelner Meldungen zu überprüfen. Ebenso viele (85 Prozent) sind der Meinung, dass Falschmeldungen den gesellschaftlichen Zusammenhalt zerstören. Drei Viertel (76 Prozent) sehen Falschmeldungen als mitverantwortlich dafür, dass extreme Parteien in Deutschland an Einfluss gewinnen.

Zwei Drittel (67 Prozent) derjenigen, die sich im Internet über aktuelle Ereignisse und das Zeitgeschehen informieren, haben in den vergangenen 12 Monaten Falschmeldungen wahrgenommen, davon 11 Prozent häufig, 31 Prozent gelegentlich und 25 Prozent selten. 18 Prozent haben keine Falschmeldungen wahrgenommen, 15 Prozent sind sich nicht sicher oder machen dazu keine Angabe. Im Jahr 2021, während der Hoch-Zeit der Corona-Pandemie und dem Jahr der Bundestagswahl, hatten in einer Bitkom-Studie unter Nutzerinnen und Nutzern sozialer Medien noch 92 Prozent angegeben, auf Fake News gestoßen zu sein. Rohleder: „Fehlerhafte Informationen, die versehentlich in Umlauf gebracht werden, grenzen sich dabei von gezielter Desinformation ab. Die Urheber von Desinformation manipulieren, lügen oder reißen Informationen gezielt aus ihrem Kontext und stellen Sachverhalte dadurch grob verzerrt dar. Sie wollen manipulieren und die Gesellschaft täuschen. Desinformationen sind nicht nur im Vorfeld von Wahlen eine große Gefahr für Demokratie und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Sie unterhöhlen auch die Glaubwürdigkeit der Medien und verleiten dazu, vermeintlich einfachen Antworten auf komplexe Fragen zu glauben."

Zuwanderung, Russland, Israel – zu welchen Themen Falschmeldungen auffallen

Der Mehrheit (51 Prozent) sind in den vergangenen 12 Monaten Falschnachrichten zum Thema Flüchtlinge und Zuwanderung aufgefallen. 47 Prozent haben Falschmeldungen zum Thema Russland und ebenso viele (47 Prozent) zum Angriffskrieg auf die Ukraine bemerkt. 43 Prozent haben auch Falschmeldungen zum Israel-Gaza-Krieg und 41 Prozent insgesamt zum Thema Politik und Parteien in Deutschland wahrgenommen. 40 Prozent haben Falschmeldungen zur Umwelt- und Klimakrise gesehen, 37 Prozent zu Demonstrationen und Protesten in Deutschland, 35 Prozent zu Prominenten. Eine breite Mehrheit von 90 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer spricht sich in diesem Zusammenhang dafür aus, dass bereits in der Schule gelehrt werden sollte, wie man Falschmeldungen und Fake-News identifizieren kann. „Es wird immer wichtiger und dringender, die Medienkompetenz in der gesamten Breite der Gesellschaft zu entwickeln. Internetnutzerinnen und -nutzer müssen befähigt werden, Informationen kritisch zu bewerten und mögliche Falschinformationen selbst zu erkennen", betont Rohleder.

Wer sollte vorrangig dafür verantwortlich sein, Falschmeldungen bzw. Fake News zu überprüfen? Die Internetnutzerinnen und -nutzer haben dazu keine klare Meinung, sondern sehen eine geteilte Verantwortung: 32 Prozent sehen die sozialen Netzwerke in der Pflicht, 16 Prozent eine unabhängige Einrichtung und 12 Prozent den Staat. Fast ein Drittel (31 Prozent) findet, jede einzelne Person sei für die Überprüfung einer Nachricht in sozialen Medien auf ihren Wahrheitsgehalt hin primär selbst zuständig. Nur 3 Prozent meinen, niemand solle Falschmeldungen prüfen – die Netzwerke sollten vielmehr das Teilen aller Meinungen unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt ermöglichen.

Welche Auswirkungen KI auf Nachrichten und Journalismus hat

Welche Rolle Künstliche Intelligenz künftig im Journalismus spielen kann, wird längst in Medienhäusern und Redaktionen diskutiert und erprobt. Viele Internetnutzerinnen und -nutzer zeigen sich von Künstlicher Intelligenz in diesem Zusammenhang zwar verunsichert, sehen die aktuellen

Entwicklungen aber nicht grundsätzlich als negativ an. Zwar können 80 Prozent wegen KI nicht sicher sagen, welche Fotos und Videos im Netz überhaupt echt sind, zugleich würde es aber ein Drittel (33 Prozent) nicht stören, Online-Artikel zu lesen, die von einer KI geschrieben wurden. 30 Prozent fänden es gut, wenn ihnen eine KI passende Nachrichten-Inhalte vorschlägt. Sehr eindeutig ist die Forderung nach Transparenz: 92 Prozent finden, Nachrichten-Artikel sollten gekennzeichnet werden, wenn eine KI an ihrer Erstellung beteiligt war. „Künstliche Intelligenz birgt große Potenziale. Sie kann künftig etwa dabei helfen, Falsch- und Desinformation zu erkennen und Nutzerinnen und Nutzern bessere Orientierung im Nachrichtendschungel bieten“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „In falschen Händen kann KI aber auch ein mächtiges Instrument für Manipulation und Desinformation sein. Daher muss die Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit Quellen besser vermittelt werden. Medienkompetenz muss zentraler Bestandteil des Bildungssystems sein und darf auch KI nicht außer Acht lassen. Die Fähigkeit, Glaubwürdigkeit von Quellen kritisch zu hinterfragen und sie zu überprüfen, ist wichtiger denn je.“

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Konstantin Peveling
Bereichsleiter für Medienpolitik & Plattformen
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.002 Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland ab 16 Jahren online befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 10 bis KW 11 2024 satt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Nachrichtenflut-im-Netz-Jeder-und-jede-Zweite-fuehlt-sich-ueberfordert***