



Demokratie 3.0

Die Bedeutung des Internets für die politische Meinungsbildung und Partizipation von Bürgern –
Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Wahlberechtigten in Deutschland

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| 1. Zentrale Ergebnisse | <u>3</u> |
| 2. Untersuchungsdesign und Methode | <u>5</u> |
| 3. Das Internet als Informationsquelle für Politik-Themen | <u>7</u> |
| 4. Politische Partizipation im Internet | <u>13</u> |
| ▪ Das Internet als Instrument der politischen Partizipation allgemein | |
| ▪ Die Bedeutung des Internets im Wahlkampf bzw. für Wahlen | |
| 5. Netzpolitik und Internetkompetenz | <u>24</u> |

Zentrale Ergebnisse Demokratie 3.0 (1)

Mehrheit informiert sich im Web über Politik-Themen

- In der Gesamtbevölkerung sind die klassischen Medien wie das Fernsehen (91%) oder die Tageszeitung (75%) die wichtigste Informationsquelle für politische Themen. 60% informieren sich im Web. Bei Jüngeren wird das Internet als News-Medium nur vom Fernsehen übertroffen.

Soziale Medien für Jüngere wichtige Informationsquelle

- Die klassischen Medien dominieren auch bei der Informationssuche im Web (84%). Deutlich dahinter folgen Online-Angebote von NGOs (38%) und soziale Netzwerke. Letztere sind für jüngere Zielgruppen sogar die zweitwichtigste Newsquelle im Netz.
- Die Online-Angebote von Parteien, Politikern und Ministerien nutzt bislang nur eine Minderheit.

Das Netz als wichtiges Instrument politischer Teilhabe

- Knapp die Hälfte der Bundesbürger hat Interesse daran, sich im Internet politisch zu beteiligen (44%). Alter und Bildung spielen hier eine entscheidende Rolle: Je höher die Bildung und je jünger die Befragten, desto aufgeschlossener sind sie für Möglichkeiten der Beteiligung im Netz.
- Insgesamt sind bereits 41% der Bundesbürger online politisch aktiv geworden, unter den Jüngeren sind es 55%. Bei den unterschiedlichen Beteiligungsformen steht die E-Petition ganz vorne: Ein Viertel der Bundesbürger hat sich bereits per Online-Petition beteiligt; 15 Prozent haben sich bei ihrer Kommunalverwaltung beschwert oder dort Verbesserungsvorschläge gemacht und 14% haben bei lokalen Bauvorhaben mitdiskutiert.

Zentrale Ergebnisse Demokratie 3.0 (2)

Jeder Dritte beteiligt sich online am Wahlkampf

- 18% der Bundesbürger leiten E-Mails zu politischen Themen weiter. 15% bewerten in sozialen Netzwerken politische Inhalte mit dem „Gefällt mir“-Button oder teilen Inhalte mit anderen. In der Altersgruppe 18- bis 29-Jährige sind es sogar 42%.

Gut ein Drittel hält das Internet für wahlentscheidend

- 37% der Wahlberechtigten sind der Meinung, dass für den Ausgang der Bundestagswahl im September entscheidend ist, wie die Parteien und Politiker das Internet im Wahlkampf nutzen.
- Fast drei Viertel sind der Ansicht, dass Politiker das Internet nutzen sollten, um sich im direkten Dialog mit den Bürgern auszutauschen. Eine knappe Mehrheit (57%) sieht im Internet den Vorteil, aktiver als bisher an politischen Entscheidungen mitzuwirken.

Stimmabgabe im Internet für die meisten vorstellbar

- Mit 55 Prozent kann sich eine klare Mehrheit vorstellen, per Internet zu wählen. Im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2009 sind das acht Prozentpunkte mehr. Bei den Jüngeren ist die Bereitschaft wieder deutlich stärker ausgeprägt. Online-Wahlen bieten somit das Potenzial zur Erhöhung der Wahlbeteiligung.

Top-Priorität der Netzpolitik: Datenschutz

- Fast alle Befragten sagen, dass sich die nächste Bundesregierung noch stärker als bisher um die Themen Datenschutz (96%) und Bekämpfung von Cyberkriminalität (95%) kümmern soll.

Geringes Vertrauen in Internet-Kompetenz der Parteien

- Mehr als die Hälfte der Bürger (54%) hält keine Partei für kompetent bei Internet-Themen oder kann dies nicht einschätzen.

Inhalt

| | |
|---|---------------------------|
| 1. Zentrale Ergebnisse | <u>3</u> |
| 2. Untersuchungsdesign und Methode | <u>5</u> |
| 3. Das Internet als Informationsquelle für Politik-Themen | <u>7</u> |
| 4. Politische Partizipation im Internet | <u>13</u> |
| ▪ Das Internet als Instrument der politischen Partizipation allgemein | |
| ▪ Die Bedeutung des Internets im Wahlkampf bzw. für Wahlen | |
| 5. Netzpolitik und Internetkompetenz | <u>24</u> |

Untersuchungsdesign und Methode

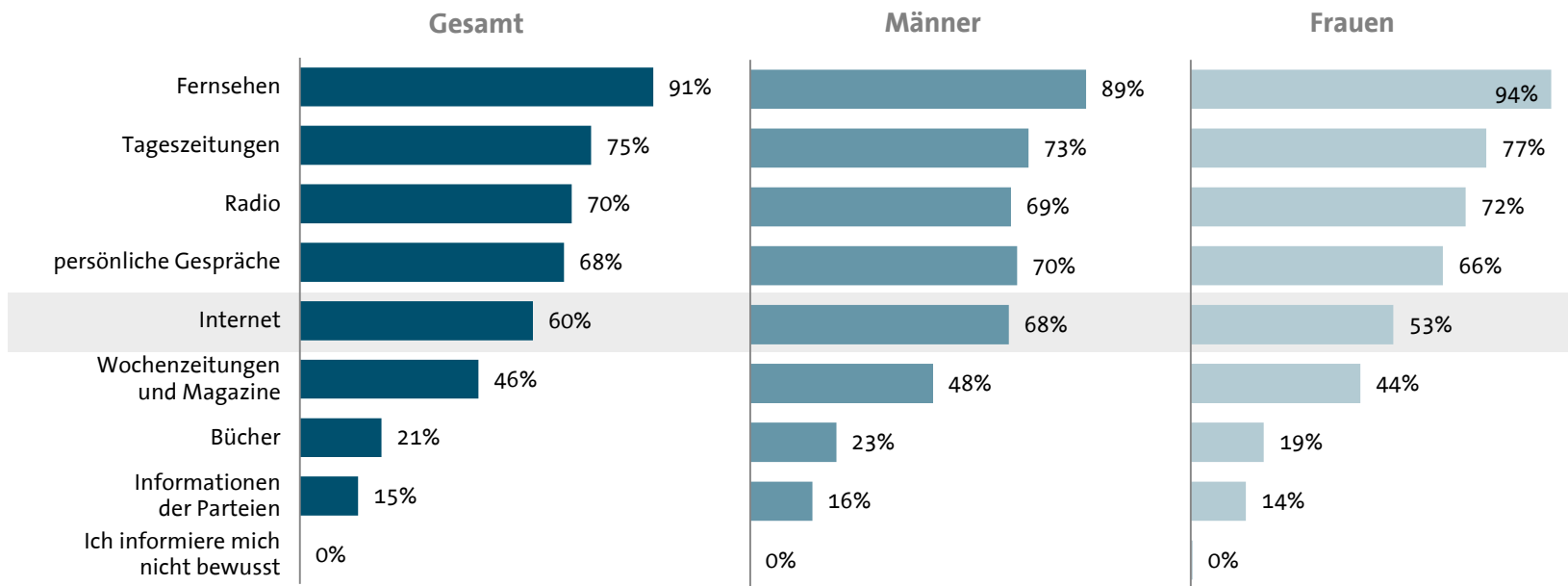
- Auftraggeber: Bitkom Research GmbH für den BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
- Institut: forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
- Erhebungszeitraum: 9. bis 17. April 2013
- Grundgesamtheit: wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland
- Stichprobe: 1.000 Befragte
- Gewichtung: Repräsentative Gewichtung nach Alter, Region und Geschlecht
- Erhebungsmethode: Mündlich-telefonisch nach dem CATI-Verfahren
- Statistische Fehlertoleranz: +/-3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| 1. Zentrale Ergebnisse | <u>3</u> |
| 2. Untersuchungsdesign und Methode | <u>5</u> |
| 3. Das Internet als Informationsquelle für Politik-Themen | <u>7</u> |
| 4. Politische Partizipation im Internet | <u>13</u> |
| ▪ Das Internet als Instrument der politischen Partizipation allgemein | |
| ▪ Die Bedeutung des Internets im Wahlkampf bzw. für Wahlen | |
| 5. Netzpolitik und Internetkompetenz | <u>24</u> |

Klassische Medien sind die Top-Informationsquelle zu politischen Themen bzw. zur Bundestagswahl. Die Mehrheit informiert sich auch im Web.

Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie, um sich über politische Themen zu informieren?*

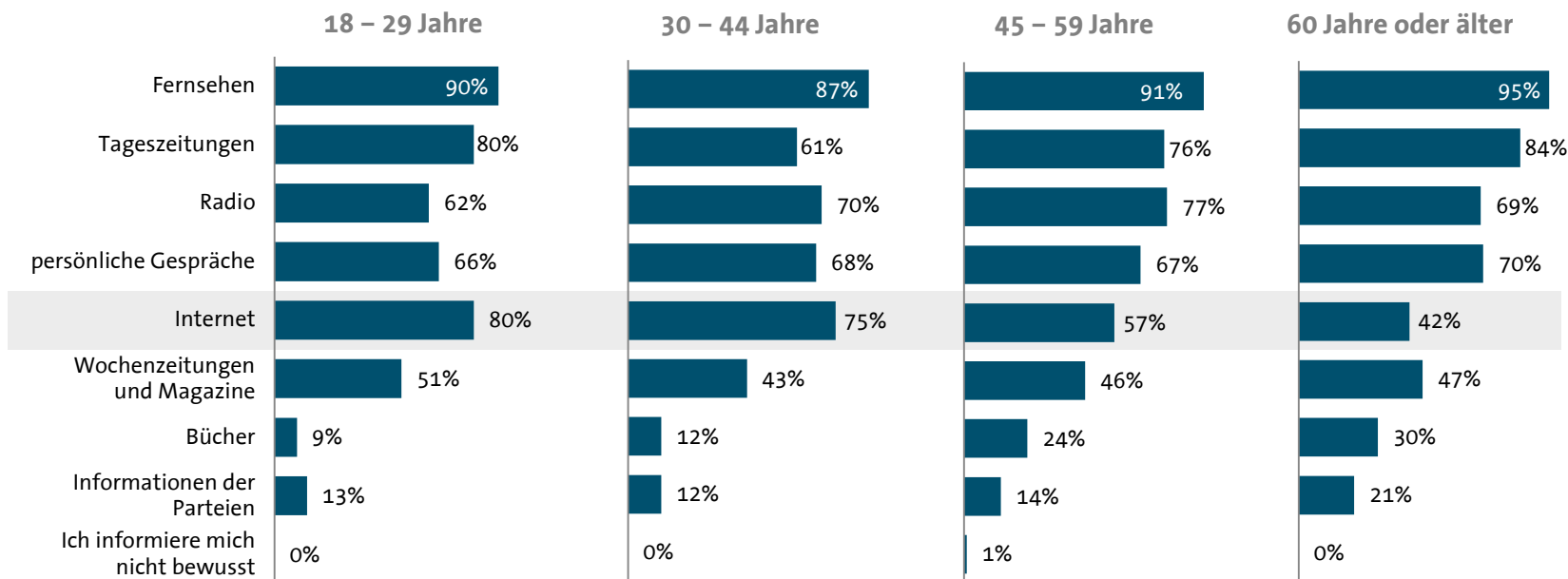


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Bei Jüngeren ist das Internet als News-Medium gleichauf mit den Tageszeitungen und wird nur vom Fernsehen übertroffen.

Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie, um sich über politische Themen zu informieren?*

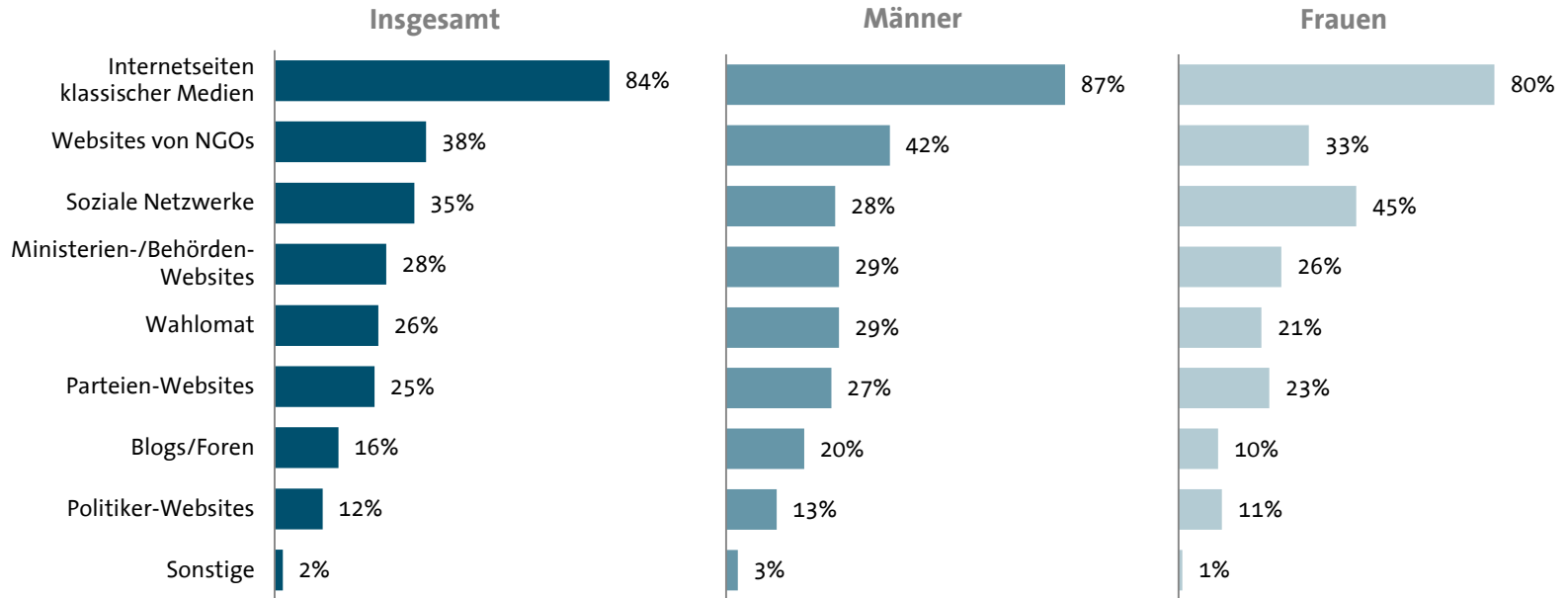


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Klassische Medien dominieren auch im Web bei Politikinformationen. Soziale Netzwerke rangieren noch vor den Websites politischer Akteure.

Welche Internetangebote nutzen Sie, um sich über politische Themen oder den Wahlkampf zu informieren?*

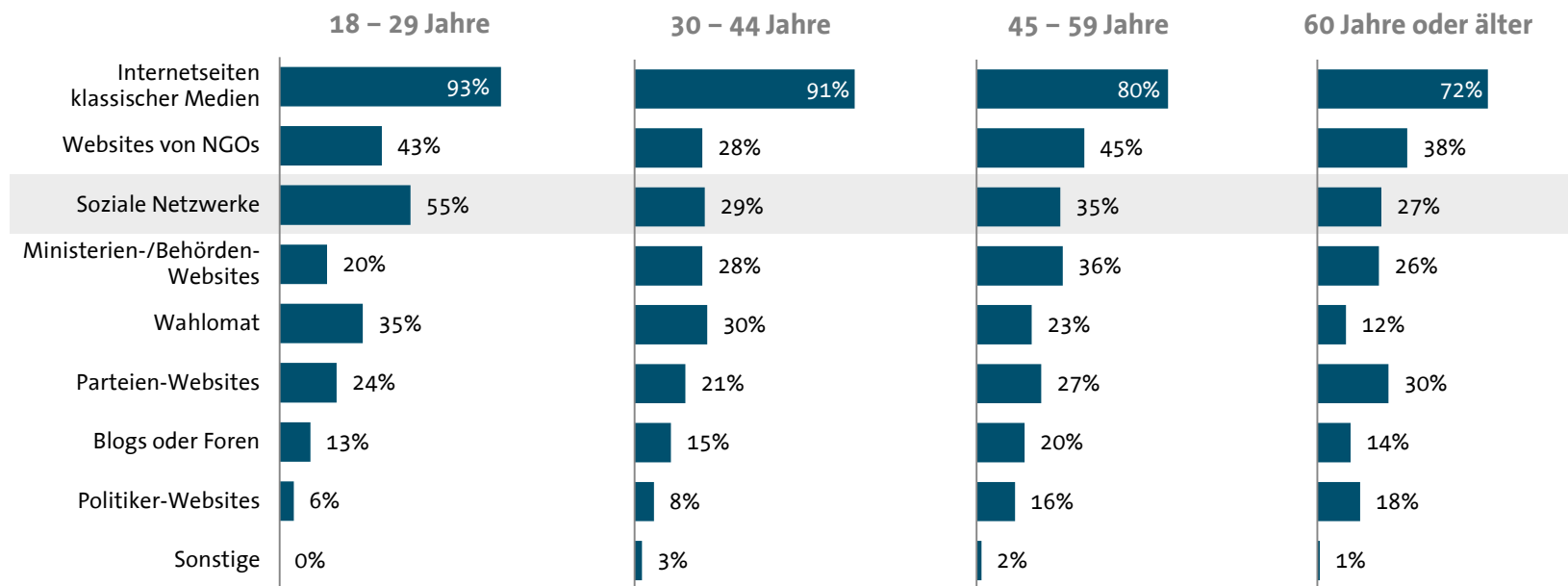


Basis: Alle Befragten, die das Internet als Informationsquelle nutzen (n=603) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Soziale Netzwerke und der Wahlomat dienen vor allem den Jüngeren als Informationsquelle.

Welche Internetangebote nutzen Sie, um sich über politische Themen oder den Wahlkampf zu informieren?*

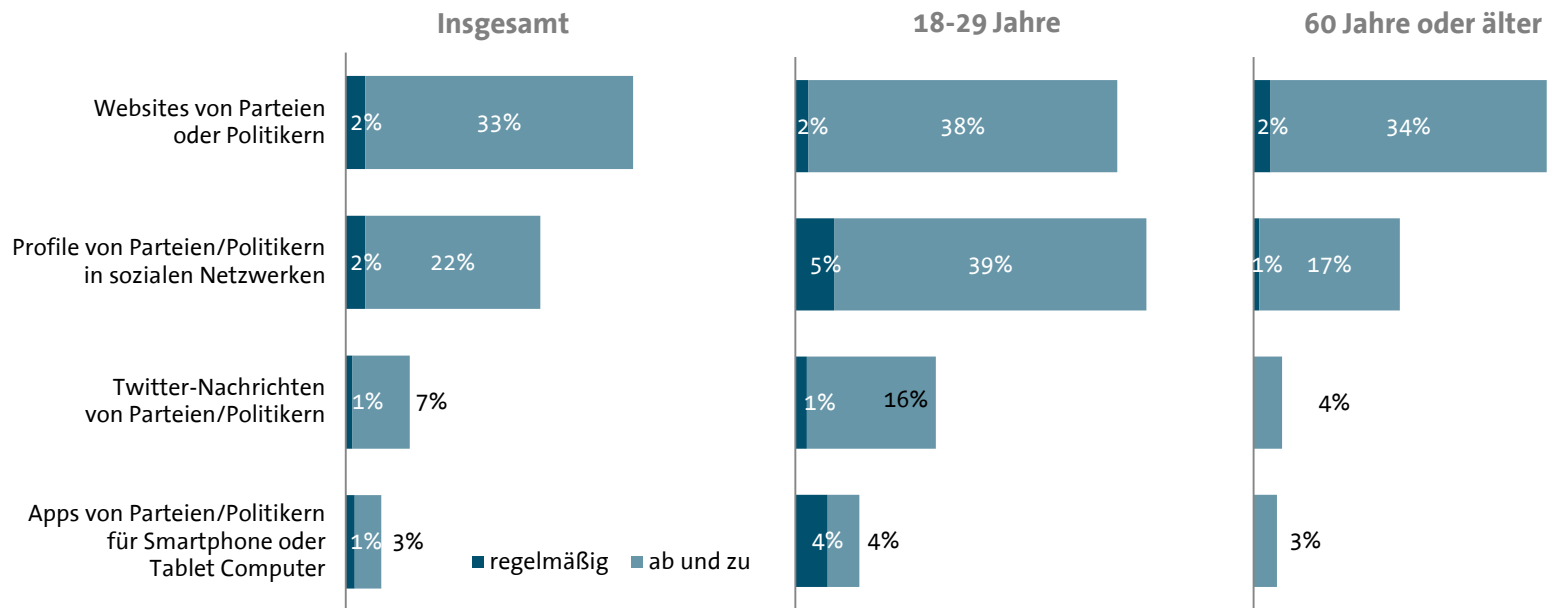


Basis: Alle Befragten, die das Internet als Informationsquelle nutzen (n=603) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Tweets und Apps von Parteien und Politikern werden bislang nur von einer Minderheit genutzt.

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Internetangebote der Parteien oder Politiker?



Basis: Alle Befragten, die das Internet als Informationsquelle nutzen (n=603)

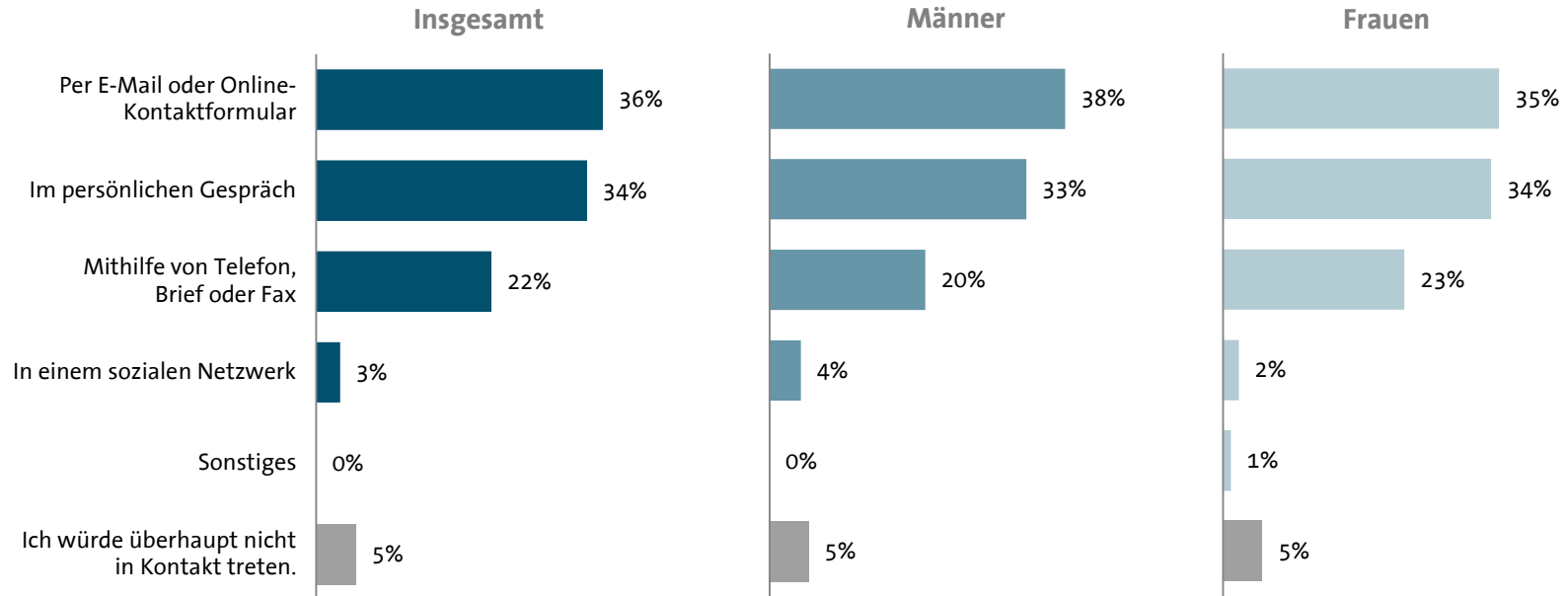
Quelle: BITKOM, forsa

Inhalt

| | |
|---|---------------------------|
| 1. Zentrale Ergebnisse | <u>3</u> |
| 2. Untersuchungsdesign und Methode | <u>5</u> |
| 3. Das Internet als Informationsquelle für Politik-Themen | <u>7</u> |
| 4. Politische Partizipation im Internet | <u>13</u> |
| ▪ Das Internet als Instrument der politischen Partizipation allgemein | |
| ▪ Die Bedeutung des Internets im Wahlkampf bzw. für Wahlen | |
| 5. Netzpolitik und Internetkompetenz | <u>24</u> |

E-Mails und persönliche Gespräche sind die bevorzugten Wege, um mit Politikern in Kontakt zu treten.

Auf welchem Wege würden Sie mit einem Politiker direkt in Kontakt treten?

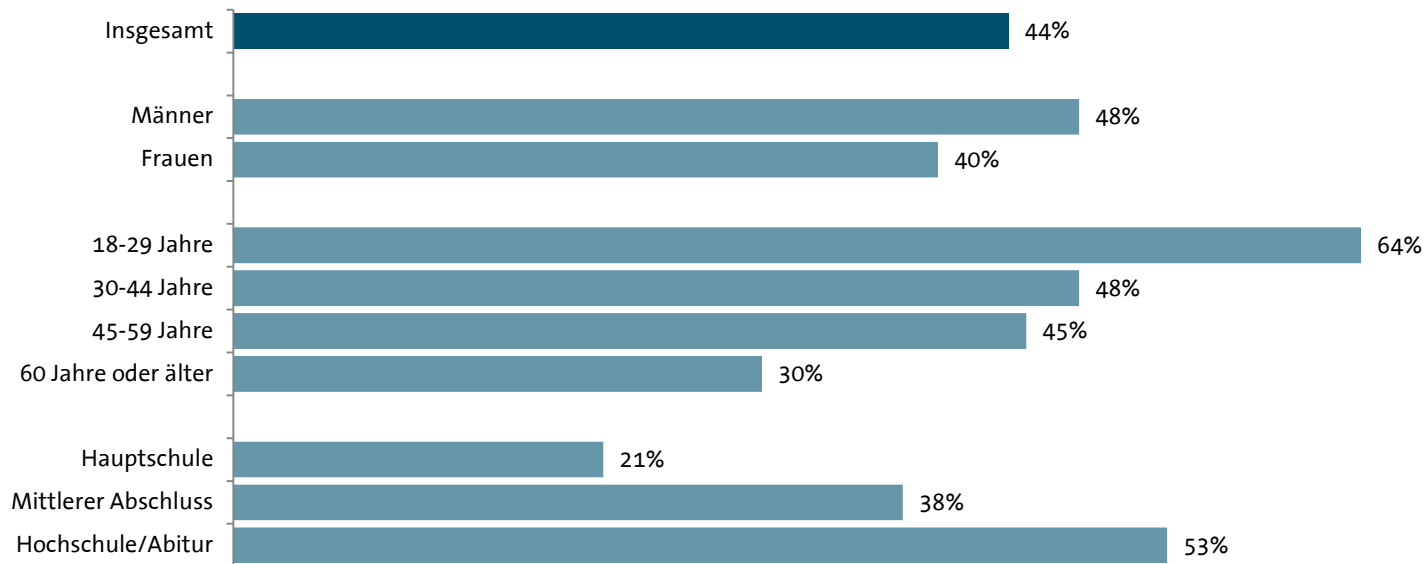


Basis: Alle Befragten (n=1000)

Quelle: BITKOM, forsa

Jüngere sowie Personen mit höherem Bildungsniveau sind generell stärker an politischer Beteiligung am Web interessiert ...

Hätten Sie grundsätzlich gerne die Möglichkeit, sich über das Internet an politischen Entscheidungen zu beteiligen?*

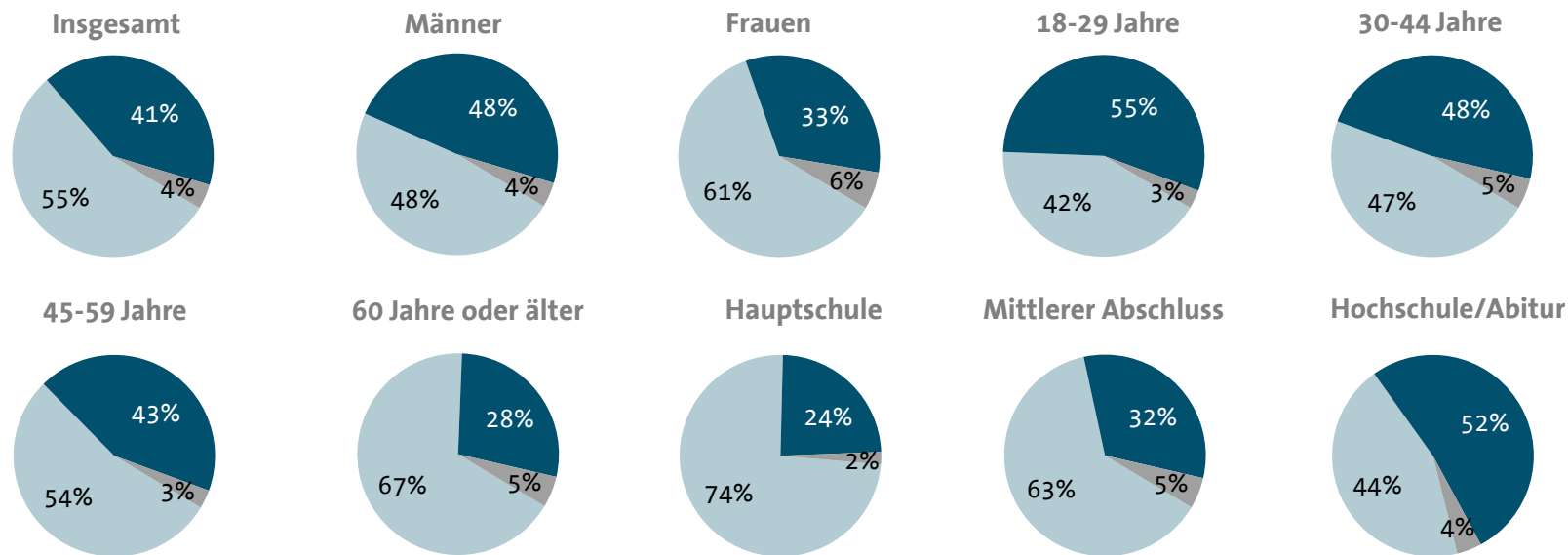


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Prozentangaben der Antwortoption „ja, ich hätte gerne die Möglichkeit“

Quelle: BITKOM, forsa

... und nutzen auch stärker die Möglichkeiten, sich über das Internet zu politischen Themen zu äußern oder Einfluss auf diese zu nehmen.

Haben Sie bereits Möglichkeiten des Internets genutzt, sich zu politischen Themen zu Wort zu melden oder Einfluss nehmen?



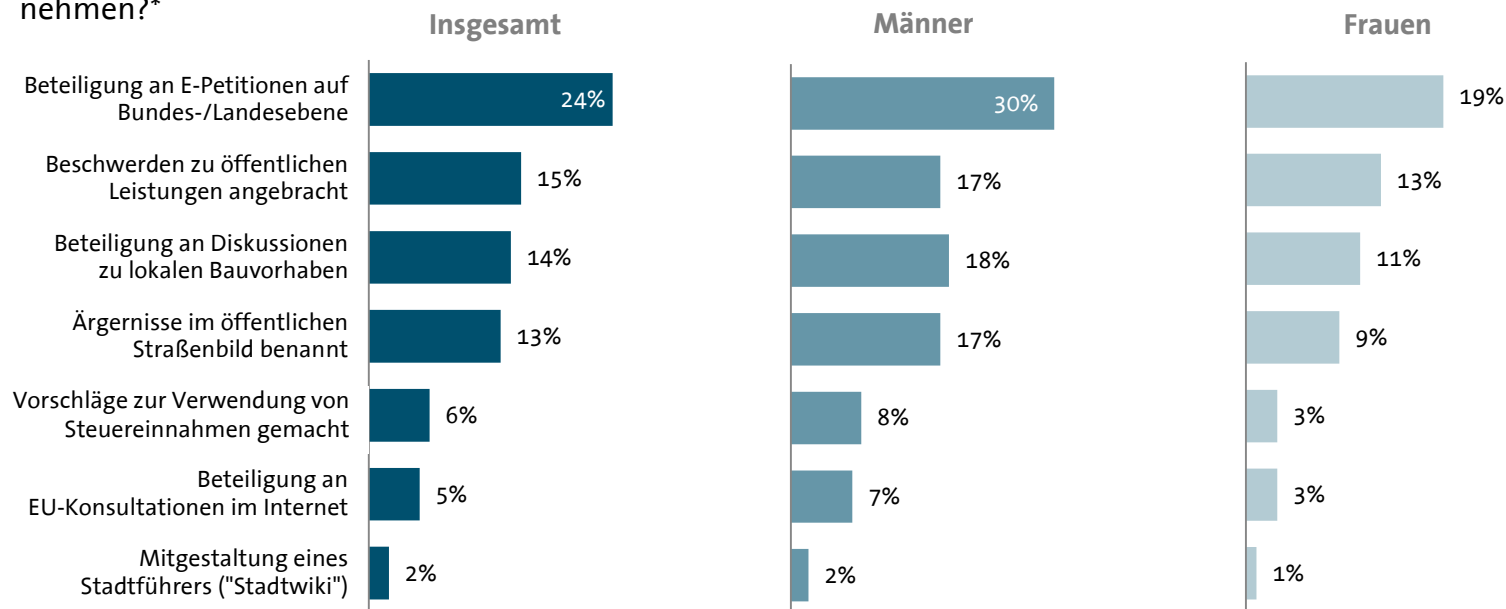
Basis: Alle Befragten (n=1000)

Legende:
■ Möglichkeiten genutzt ■ Keine Möglichkeiten genutzt ■ Weiß nicht/k.A.

Quelle: BITKOM, forsa

Die Online-Petition ist die mit Abstand am meisten genutzte Möglichkeit, sich im Web politisch zu Wort zu melden oder Einfluss zu nehmen.

Welche Möglichkeiten des Internets haben Sie genutzt, um sich zu politischen Themen zu Wort zu melden oder Einfluss nehmen?*

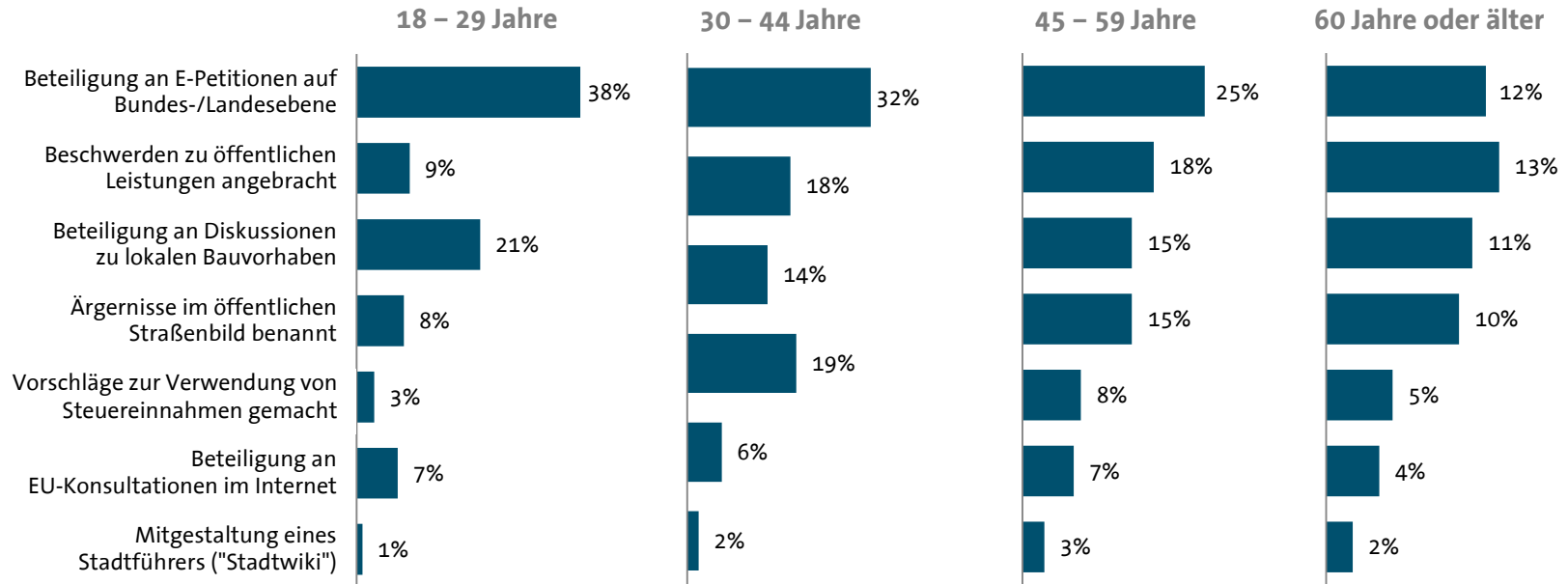


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Die E-Petition wird vor allem von Jüngeren genutzt, um im Web politisch aktiv zu werden.

Welche Internetangebote nutzen Sie, um sich über politische Themen oder den Wahlkampf zu informieren?*

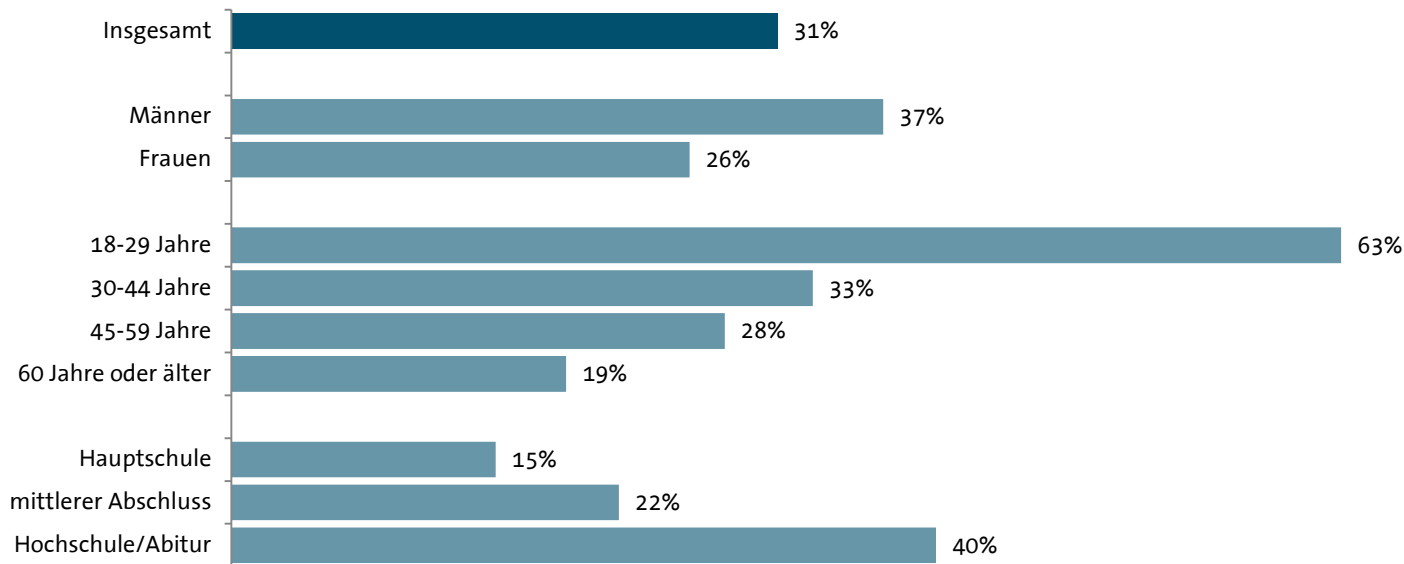


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Jeder Dritte beteiligt sich online am Wahlkampf, bei den Jüngeren sogar 63 Prozent.

Haben Sie bereits Möglichkeiten des Internets genutzt, sich am Wahlkampf zu beteiligen?*

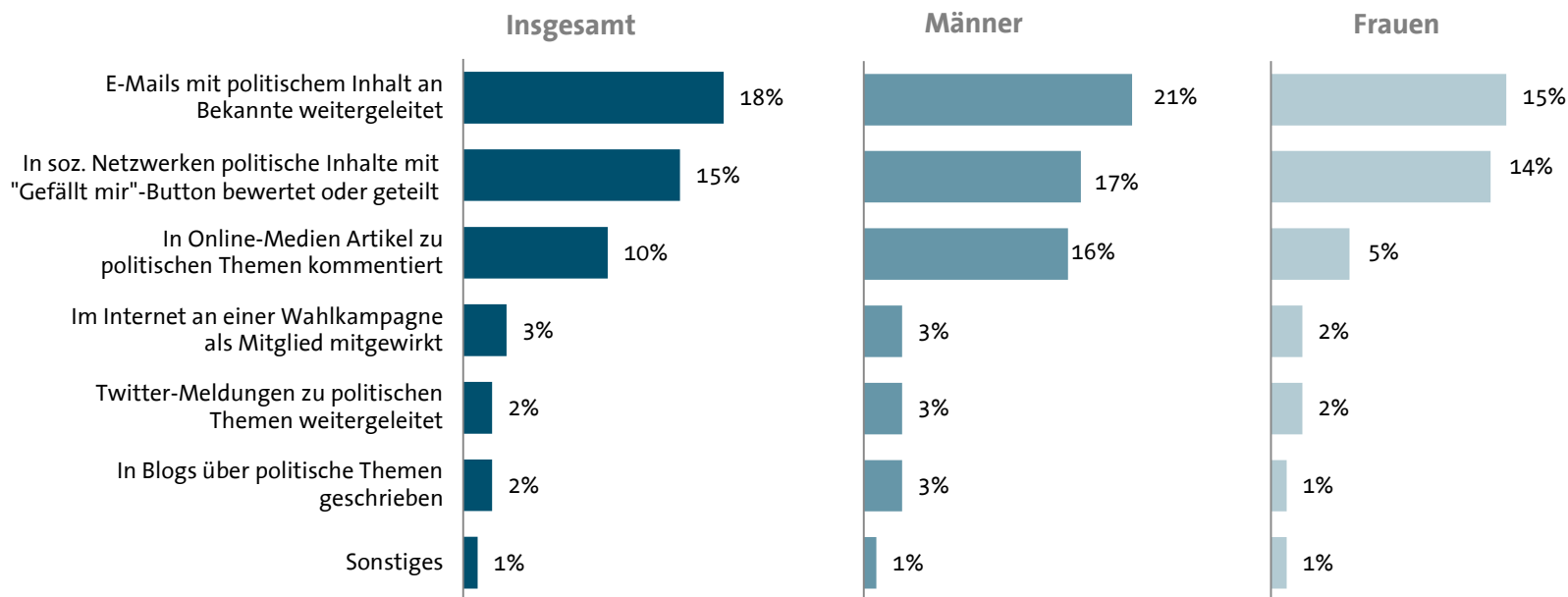


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Prozentangaben zum Anteil der Befragten, die Online-Möglichkeiten nutzen

Quelle: BITKOM, forsa

E-Mail-Weiterleitungen, Like-Buttons und Artikel-Kommentare sind die meistgenannten Formen der Online-Beteiligung am Wahlkampf.

Welche Möglichkeiten haben Sie bereits genutzt, um sich im Internet am Wahlkampf zu beteiligen?*

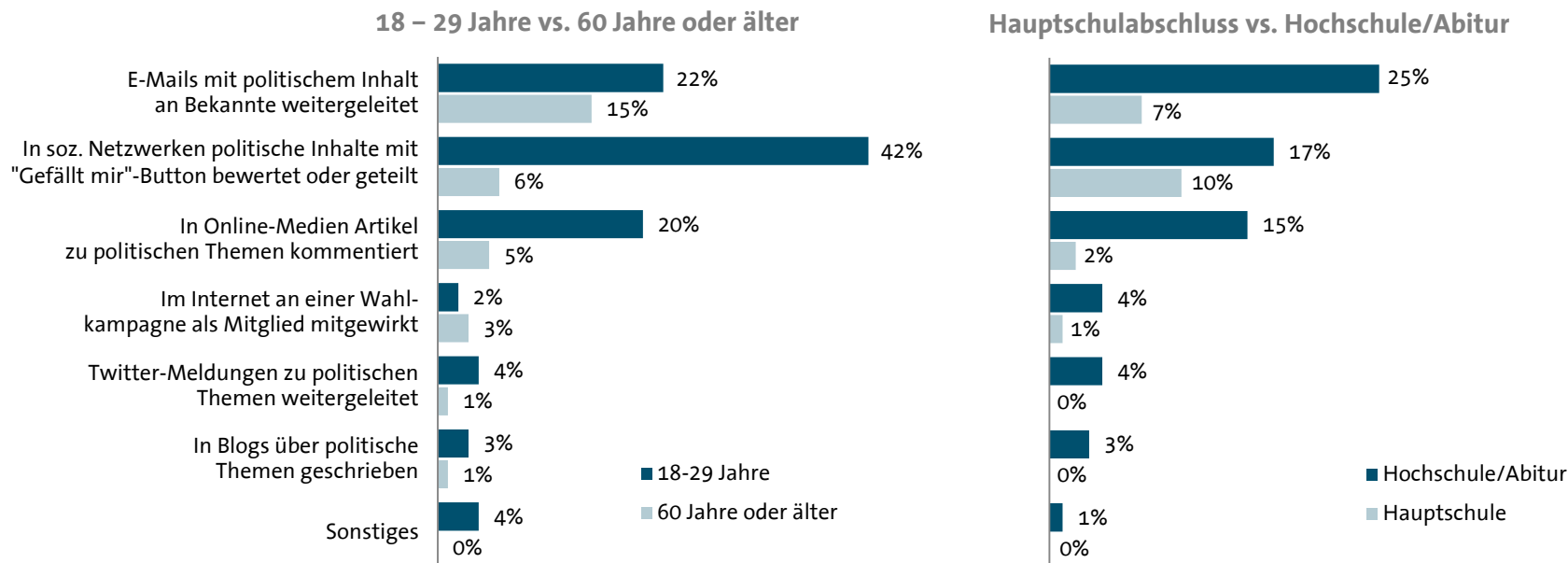


Basis: Alle Befragten (n=1000) | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Auch am Wahlkampf beteiligen sich Jüngere sowie Personen mit höherer Bildung im Netz aktiver.

Welche Möglichkeiten haben Sie bereits genutzt, um sich im Internet am Wahlkampf zu beteiligen?*

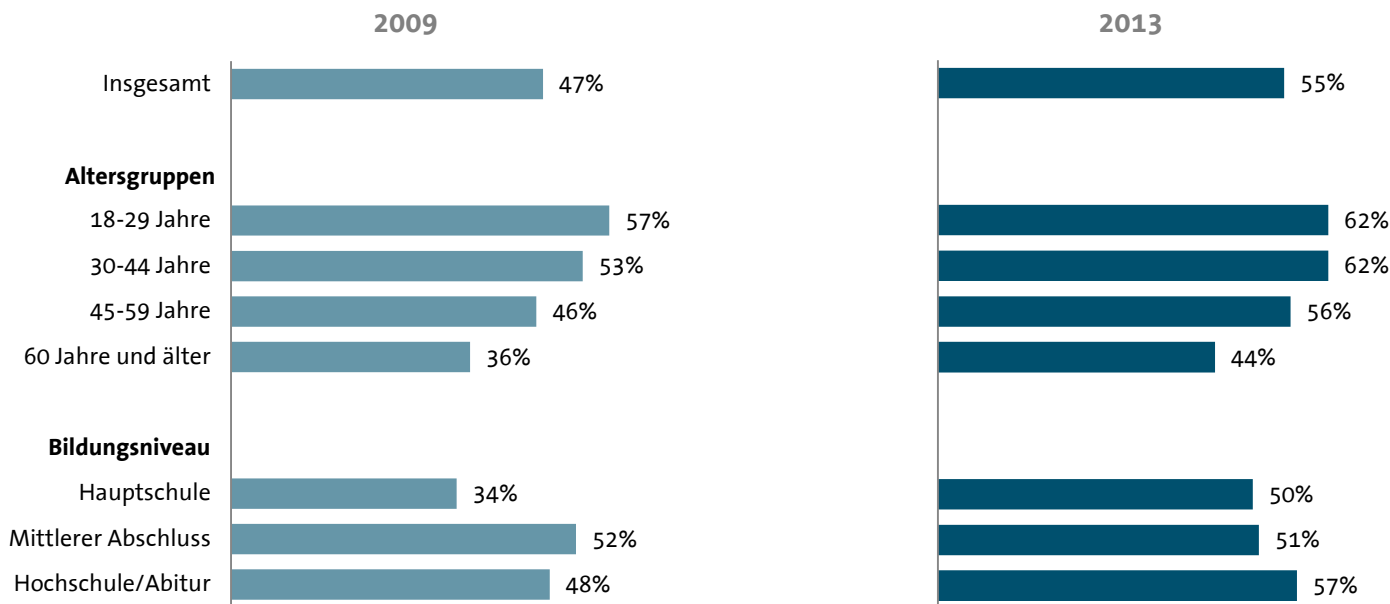


Basis: Befragte zwischen 18 und 29 Jahren bzw. ab 60 Jahren;
 Befragte mit Hauptschulabschluss bzw. mit Studium/Abitur | *Mehrfachnennung

Quelle: BITKOM, forsa

Mehr als die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, bei Wahlen elektronisch über das Internet die Stimme abzugeben.

Können Sie sich vorstellen, Ihre Stimme bei Wahlen elektronisch online abzugeben?*

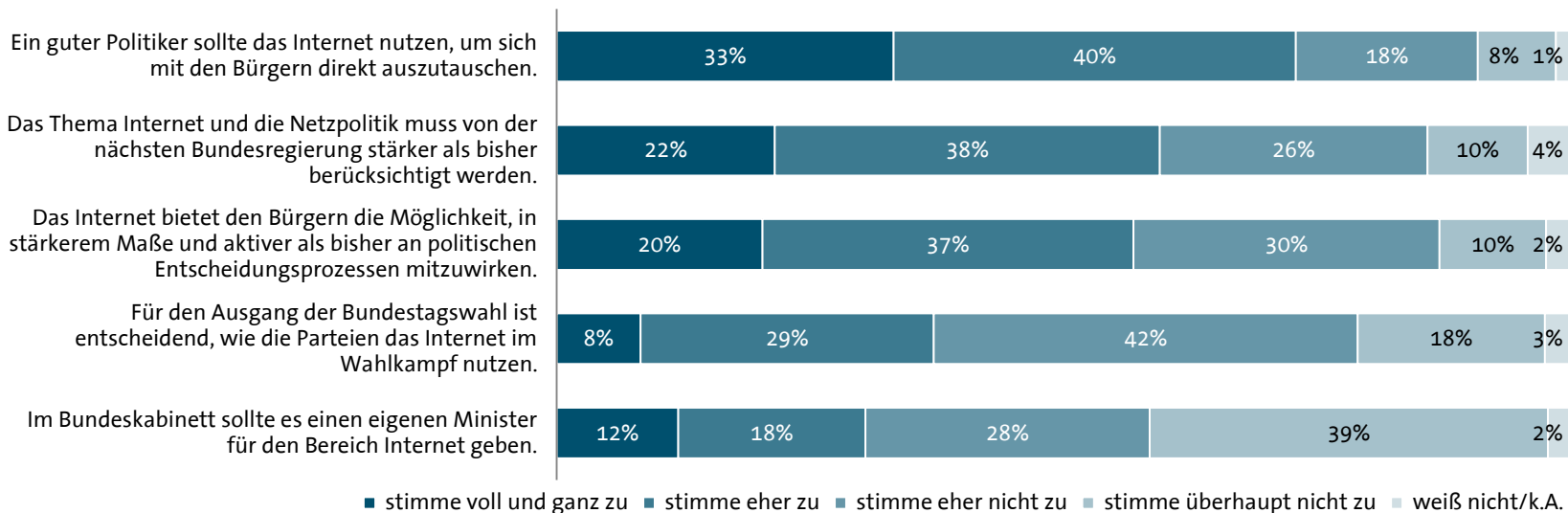


Basis: Alle Befragten (2009: n=1005 | 2013: n=1000) | *Angabe der Prozentwerte der Antwortoption „ja“

Quelle: BITKOM, forsa

Für ein gutes Drittel der Befragten ist das Internet wahlentscheidend. Unter den 18- bis 29-Jährigen ist sogar fast die Hälfte dieser Ansicht.

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu bzw. nicht zu?



Basis: Alle Befragten (n=1000)

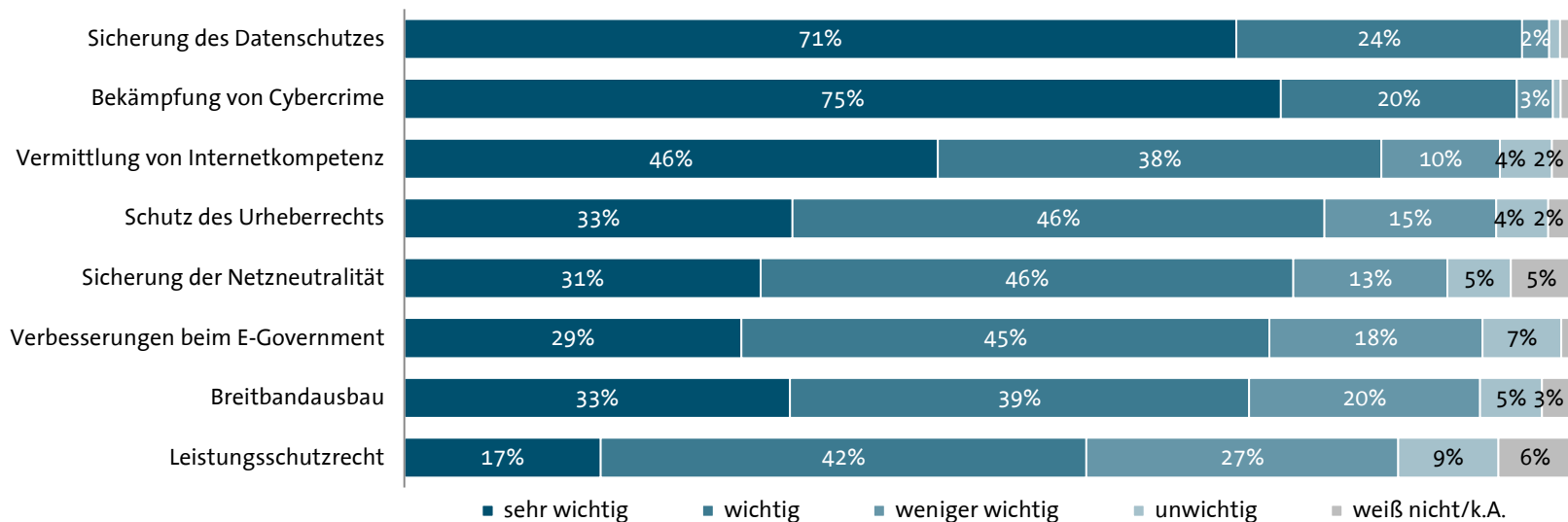
Quelle: BITKOM, forsa

Inhalt

| | |
|---|---------------------------|
| 1. Zentrale Ergebnisse | <u>3</u> |
| 2. Untersuchungsdesign und Methode | <u>5</u> |
| 3. Das Internet als Informationsquelle für Politik-Themen | <u>7</u> |
| 4. Politische Partizipation im Internet | <u>13</u> |
| ▪ Das Internet als Instrument der politischen Partizipation allgemein | |
| ▪ Die Bedeutung des Internets im Wahlkampf bzw. für Wahlen | |
| 5. Netzpolitik und Internetkompetenz | <u>24</u> |

Die Sicherung des Datenschutzes und die Bekämpfung von Cyber-Kriminalität sind die wichtigsten netzpolitischen Themen.

Wie wichtig ist es für Sie, dass sich die Politik in nächster Zeit besonders kümmert um...?

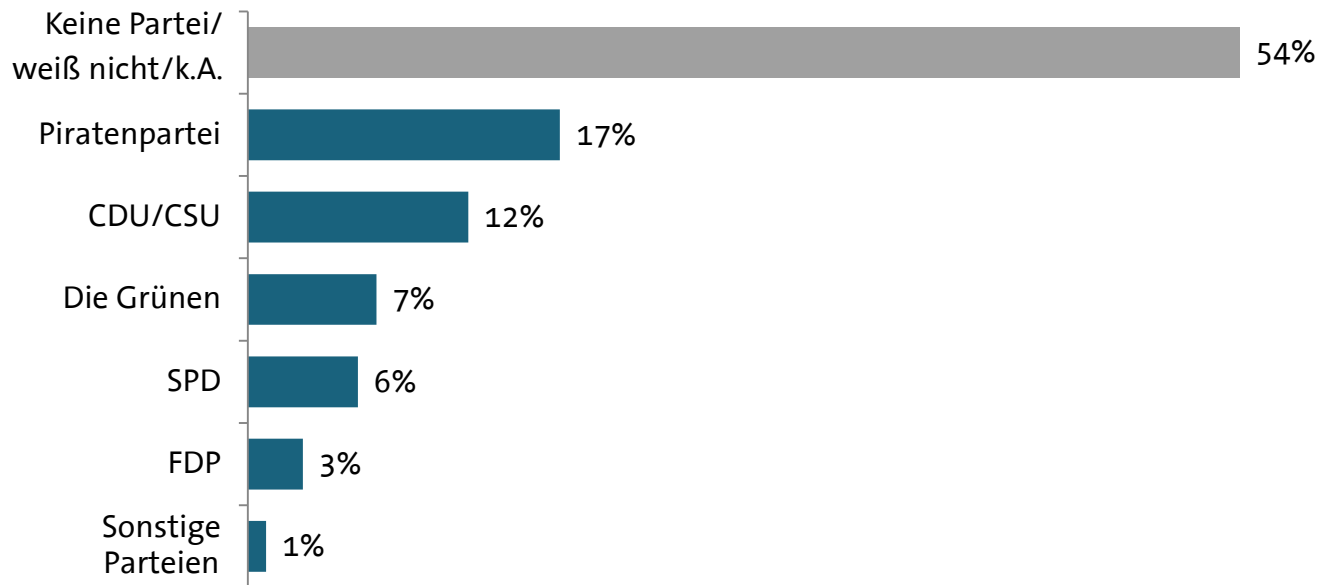


Basis: Alle Befragten (n=1000)

Quelle: BITKOM, forsa

Insgesamt haben die Befragten wenig Vertrauen in die Internetkompetenz der Parteien.

Welche Partei verfügt Ihrer Meinung nach über die größte Kompetenz im Bereich Internet?



Basis: Alle Befragten (n=1000)

Quelle: BITKOM, forsa

Ihre Ansprechpartner



Dr. Joachim Bühler
Stellvertretendes Mitglied
der Geschäftsleitung
030. 27576-180
j.buehler@bitkom.org



Maurice Shahd
Pressesprecher
030. 27576-114
m.shahd@bitkom.org



Katja Hampe
Projektmanagerin Marktforschung
030.27576-545
k.hampe@bitkom-research.de