

A close-up photograph of a person wearing a brown, textured knit sweater, sitting at a desk and typing on a silver laptop. The person's hands are visible, and the laptop keyboard is partially seen. The background is slightly blurred, showing a wooden desk and a chair.

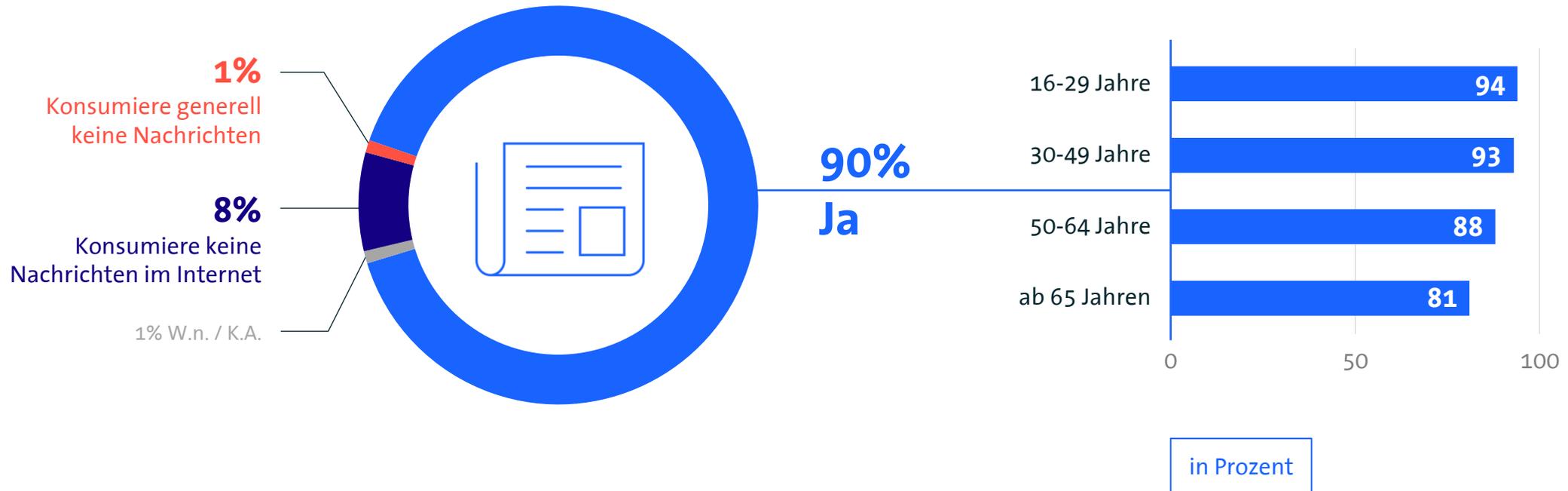
Nachrichtenkonsument im Internet

Dr. Bernhard Rohleder
Bitkom-Hauptgeschäftsführer

Berlin, 22. Mai 2024

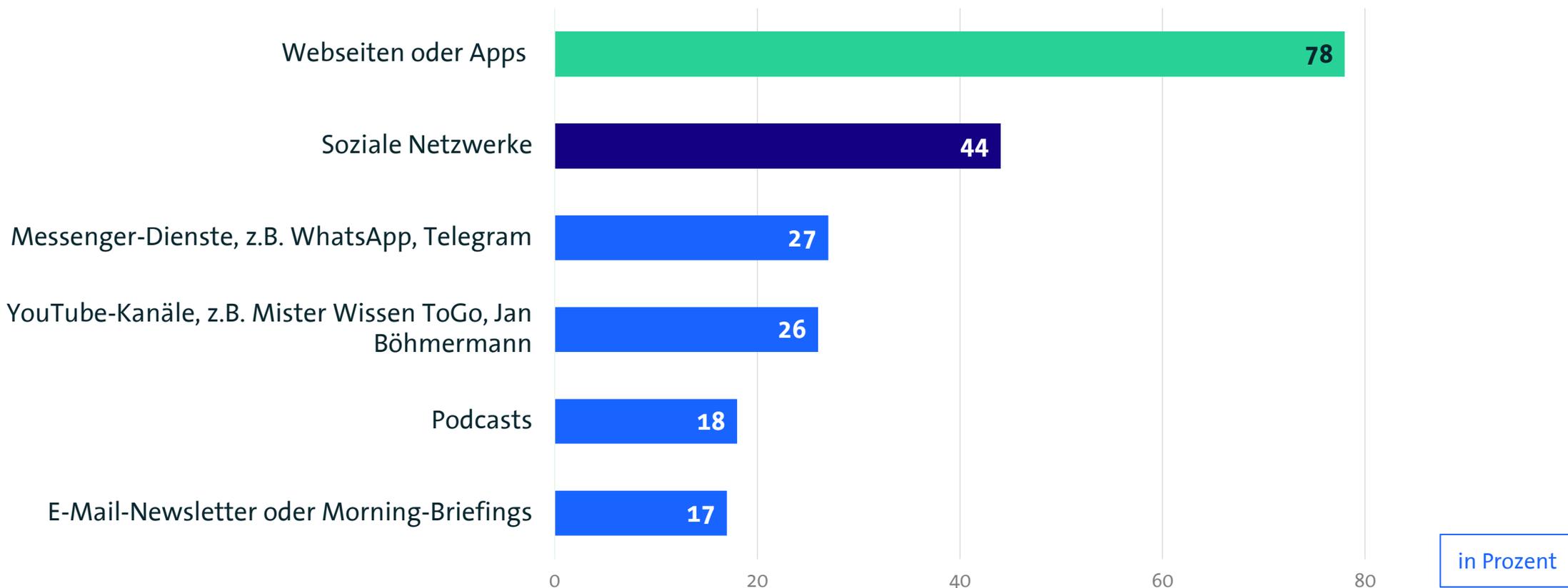
9 von 10 informieren sich online

Informieren Sie sich im Internet über aktuelle Ereignisse bzw. Zeitgeschehen, d.h. lesen etwas darüber, hören oder schauen sich etwas darüber an?



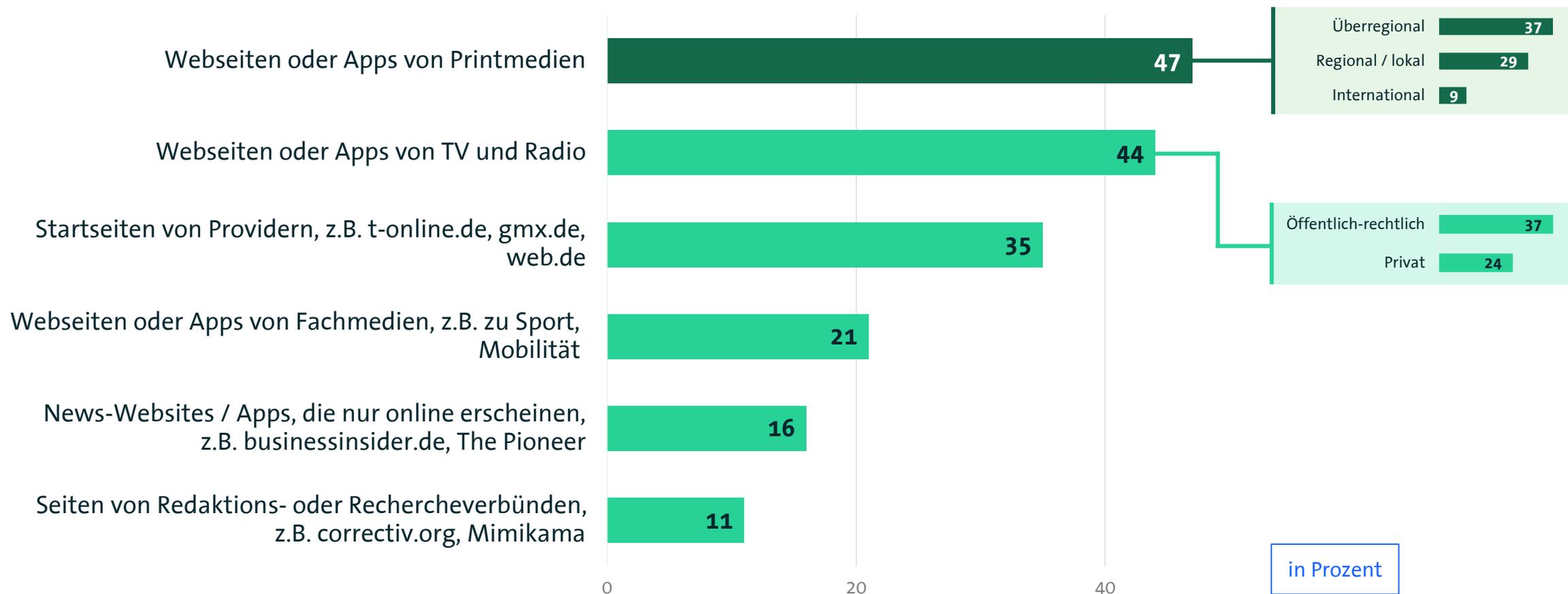
Der Zugang erfolgt für viele über Webseiten und Apps

Welche Quellen nutzen Sie in der Regel, sich im Internet über aktuelle Ereignisse bzw. Zeitgeschehen zu informieren?



Klassische Medien im Netz liegen vorn

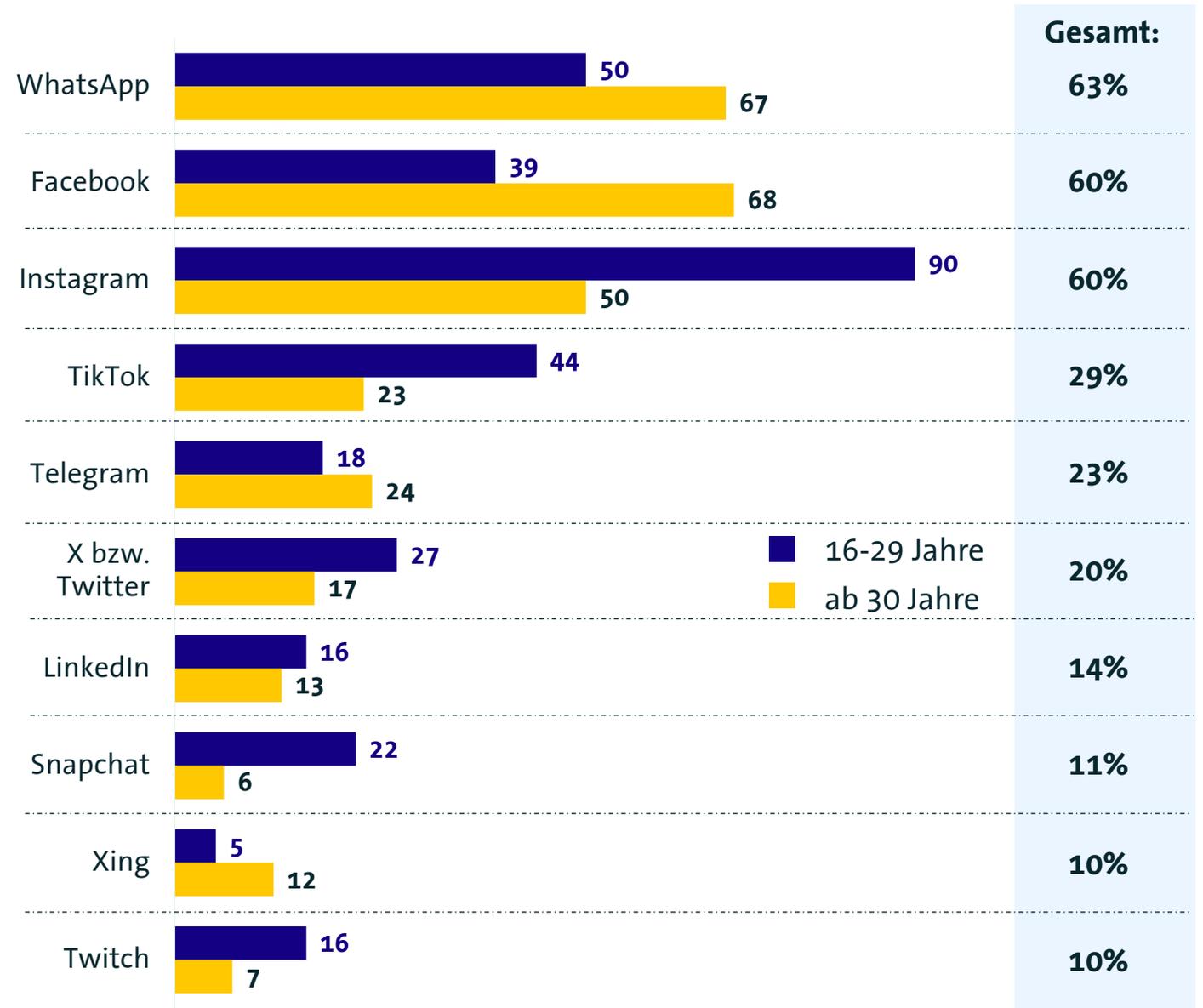
Welche Quellen nutzen Sie in der Regel, um sich im Internet über aktuelle Ereignisse bzw. Zeitgeschehen zu informieren?



Instagram dominiert bei den unter 30-Jährigen

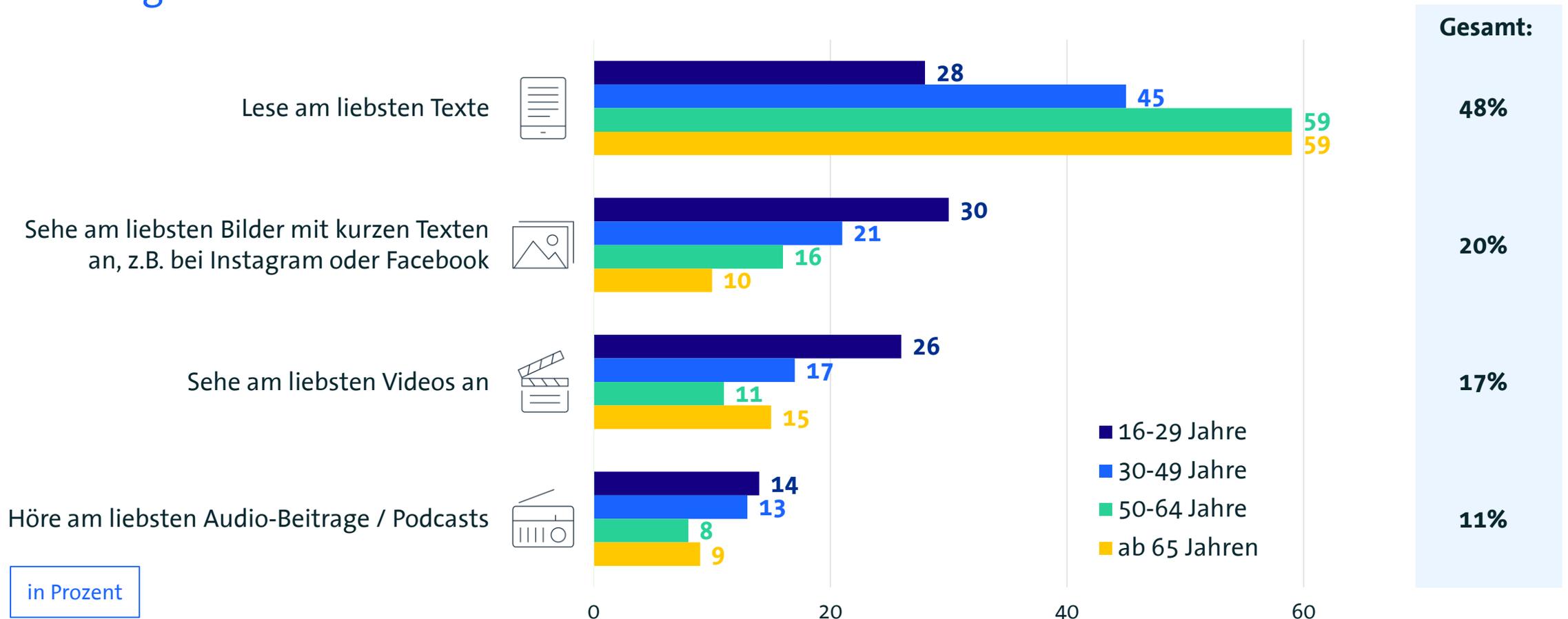
Welche sozialen Netzwerke oder Messenger nutzen Sie, um sich über aktuelle Ereignisse oder Zeitgeschehen zu informieren?

in Prozent



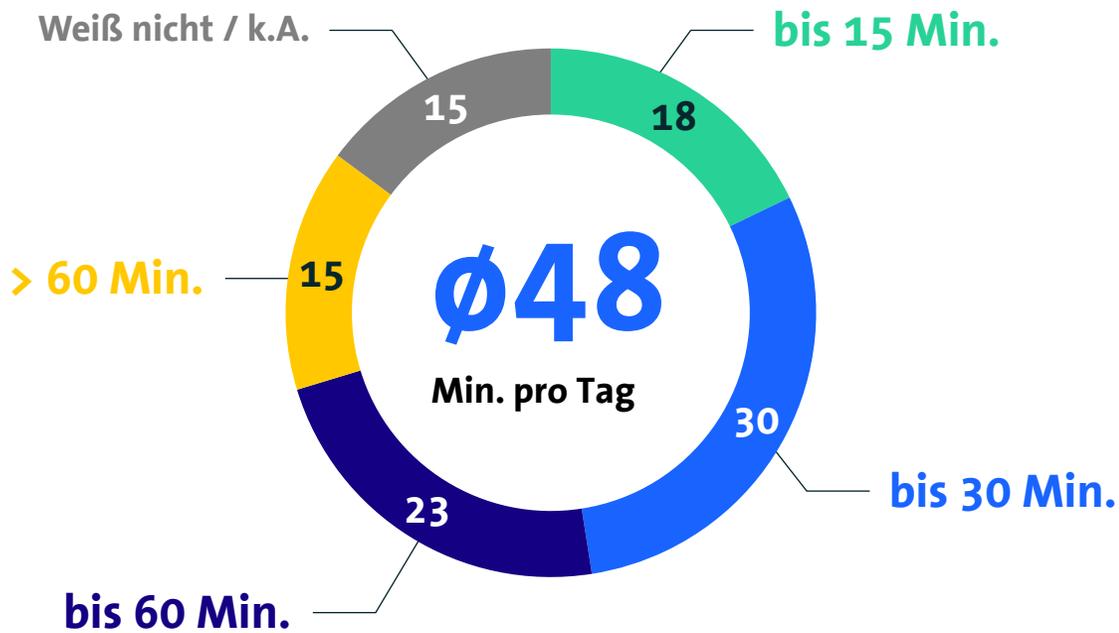
Ältere lesen lieber, Jüngere schauen Bilder oder Videos an

In welcher Form informieren Sie sich am liebsten zu aktuellen Ereignissen bzw. dem Zeitgeschehen im Internet?



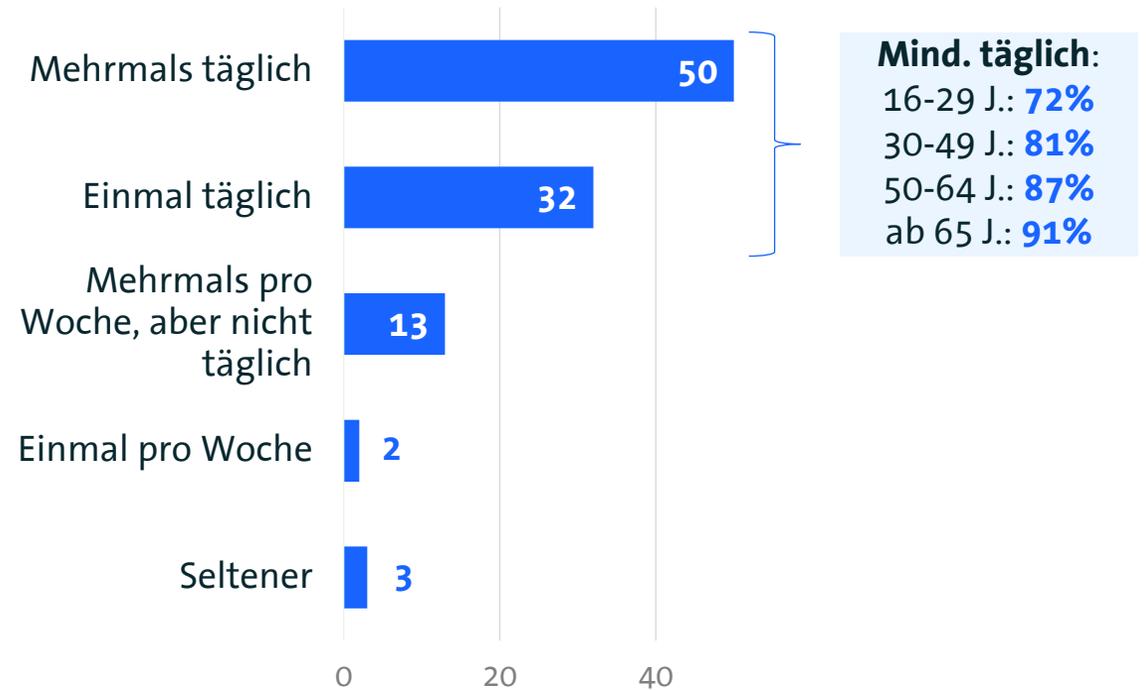
48 Minuten Online-Nachrichtenkonsum pro Tag

Wie viel Zeit verbringen Sie in der Regel pro Tag damit, sich im Internet zu informieren?



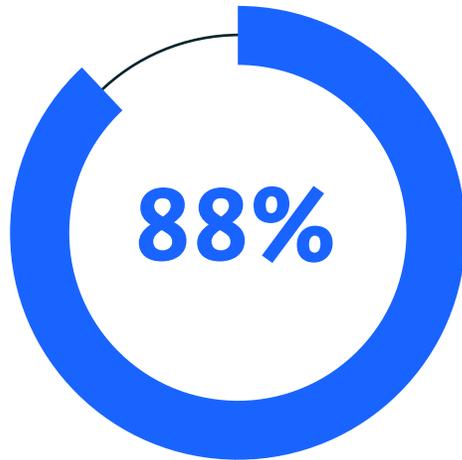
in Prozent

Wie häufig informieren Sie sich in der Regel im Internet?

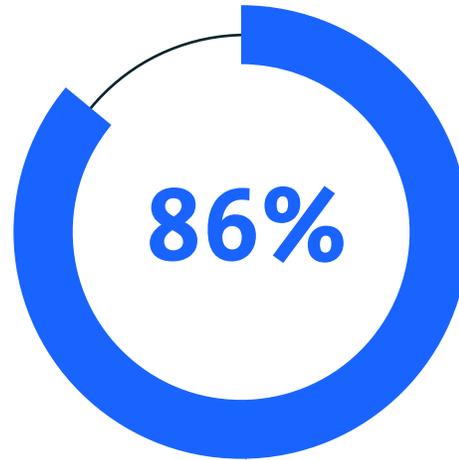


Über die Überschrift geht es oft nicht hinaus

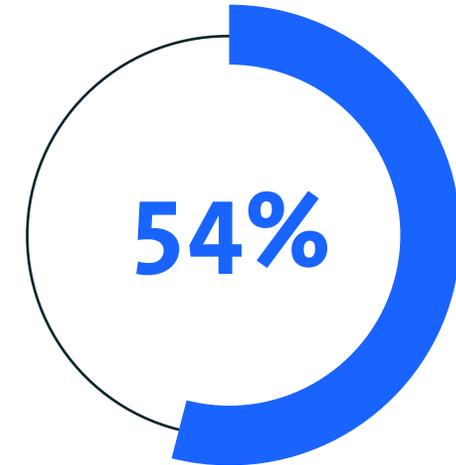
Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?



Online-Medien nutzen zu oft **reißerische Überschriften**, um Klicks zu bekommen.



Oft versprechen die Überschriften von Online Artikeln mehr, **als schließlich darin zu lesen ist.**



Ich **lese online häufig nur Überschriften** statt ganzer Artikel.

Weniger Vertrauen – mehr Überforderung

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?



62%

»Ich reduziere meinen Nachrichten-Konsum im Internet manchmal bewusst, wenn mich die Informationsflut überfordert.«

58%

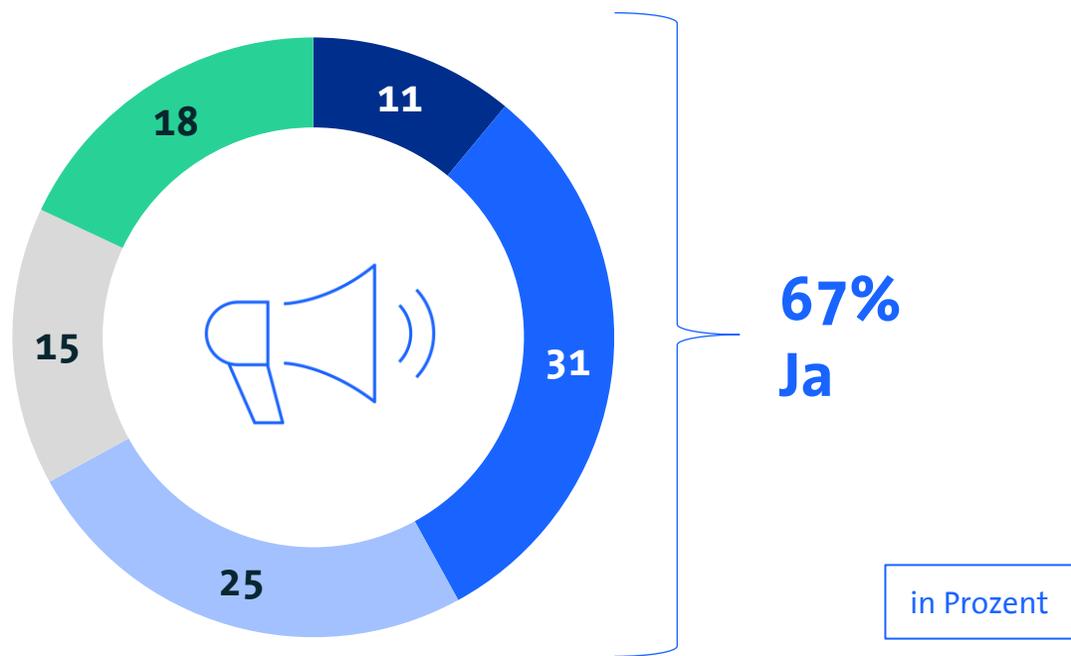
»Ich weiß oft nicht, welchen Nachrichten-Inhalten im Internet ich vertrauen kann.«

50%

»Ich fühle mich angesichts der Masse an Nachrichten häufig überfordert.«

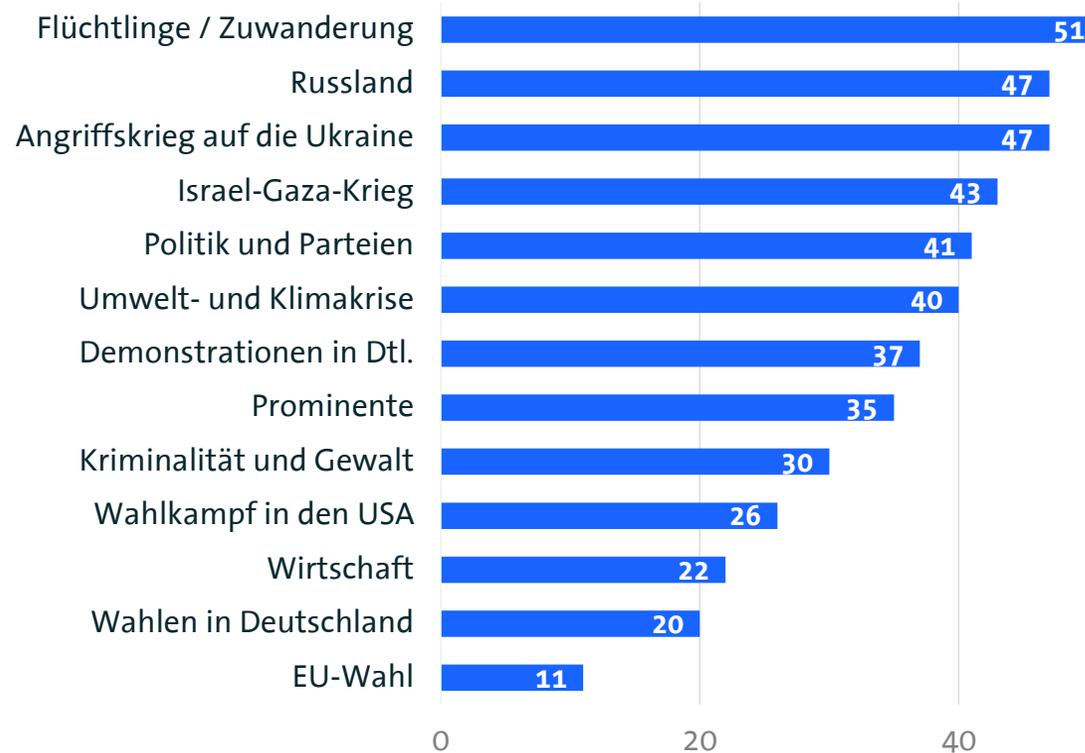
Zwei Drittel nehmen Desinformation wahr

Sind Ihnen in den vergangenen 12 Monaten bei Nachrichten im Internet Falschmeldungen aufgefallen?



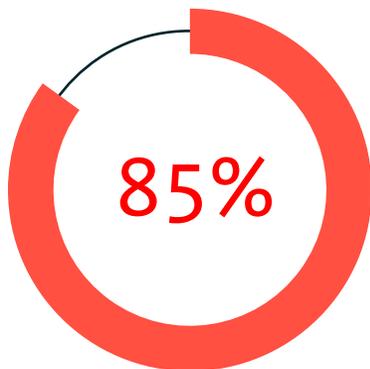
■ Ja, häufig ■ Ja, gelegentlich ■ Ja, selten ■ Weiß nicht / k.A. ■ Nein, nie

Zu welchen Themen sind Ihnen Falschmeldungen aufgefallen?



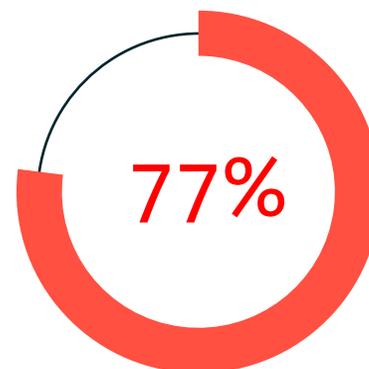
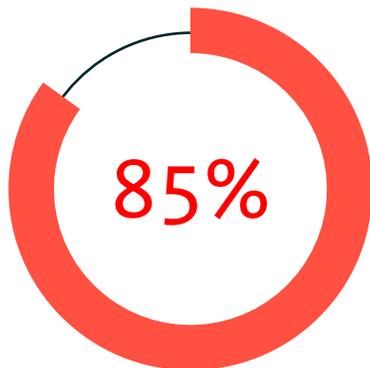
Desinformation als Gefahr für die Gesellschaft

Inwieweit treffen folgende Aussagen zu Falschmeldungen zu?



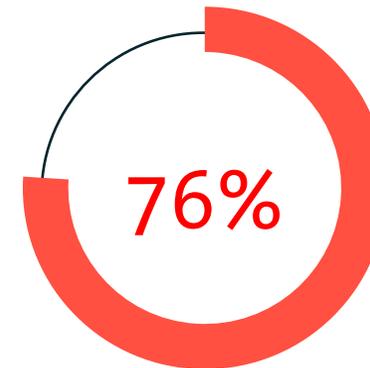
Falschmeldungen zerstören den **gesellschaftlichen Zusammenhalt**.

Für Internetnutzerinnen und -nutzer ist es schwer, den **Wahrheitsgehalt** einzelner Meldungen zu überprüfen.



Falschmeldungen werden **im analogen** Leben genauso verbreitet wie online.

Falschmeldungen tragen dazu bei, dass **extreme Parteien** an Einfluss gewinnen.



Medienkompetenz gehört auf den Stundenplan

Inwieweit trifft folgende Aussage zu Falschmeldungen Ihrer Meinung nach zu?



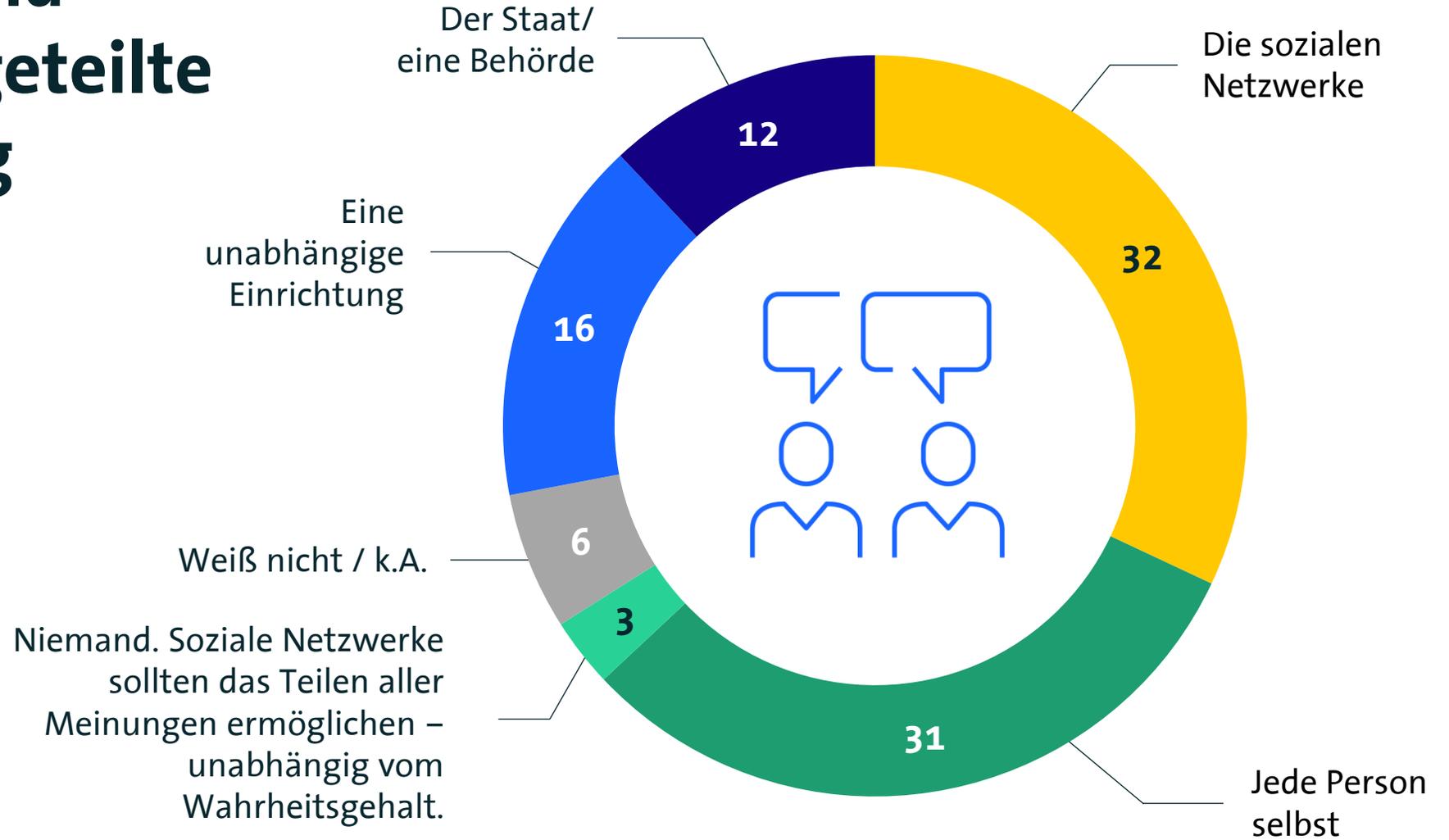
90%

»**Bereits in der Schule** sollte gelehrt werden, wie man Falschmeldungen und Fake-News identifizieren kann.«

Nutzerinnen und Nutzer sehen geteilte Verantwortung

Wer ist Ihrer Meinung nach vorrangig dafür verantwortlich, Falschmeldung bzw. Fake-News in sozialen Netzwerken zu überprüfen?

in Prozent



KI in den Medien: Großer Wunsch nach Transparenz

Inwieweit treffen folgende Aussagen zum Thema KI auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?

92%

Online-Nachrichten sollten **gekennzeichnet werden**, wenn eine KI an ihrer Erstellung beteiligt war.

80%

Durch KI weiß ich nicht mehr, welche **Fotos und Videos** überhaupt echt sind.

33%

Es würde mich **nicht stören**, Online-Artikel zu lesen, die von einer KI geschrieben wurden.

22%

KI macht Journalistinnen und Journalisten **überflüssig**.

30%

Ich fände es gut, wenn mir eine KI **Nachrichten-Inhalte vorschlägt**.

A close-up photograph of a person wearing a brown, textured knit sweater, sitting at a desk and typing on a silver laptop. The person's hands are visible, and the laptop keyboard is partially seen. The background is slightly blurred, showing a wooden desk and a chair.

Nachrichtenkonsum im Internet

Dr. Bernhard Rohleder
Bitkom-Hauptgeschäftsführer

Berlin, 22. Mai 2024

Untersuchungsdesign

Auftraggeber

Bitkom e.V.

Methodik	Online-Panel
Grundgesamtheit	Internetnutzende in Deutschland ab 16 Jahren
Stichprobengröße	n=1.002
Befragungszeitraum	KW 10 bis KW 11 2024
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage der aktuellen agof-Strukturdaten zur Internetnutzung
Statistische Fehlerspanne	+/- 3 Prozent in der Gesamtstichprobe