

Bundestagswahl 2025

Mediennutzung, Herausforderungen und
digitalpolitische Perspektiven

bitkom

Bundestagswahl 2025

Mediennutzung, Herausforderungen und
digitalpolitische Perspektiven

Wichtigste Erkenntnisse

Diese Studie analysiert das digitale Mediennutzungs- und Informationsverhalten der deutschen Wahlberechtigten im Kontext der Bundestagswahl 2025. Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.002 wahlberechtigte Personen in Deutschland ab 18 Jahren telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 2 bis KW 4 2025 statt. Die Umfrage ist repräsentativ.

- Traditionelle Medien dominieren weiterhin die Wahlberichterstattung, werden aber durch digitale Kanäle ergänzt.
- Desinformation und ausländische Einflussnahme werden als ernsthafte Bedrohungen wahrgenommen.
- Die Digitalpolitik der Ampel-Koalition wird überwiegend kritisch bewertet.
- Es besteht ein hohes Interesse an einer Digitalisierung des Wahlprozesses.

Mediennutzung und Informationsquellen

- Persönliche Gespräche (82 Prozent) und das Fernsehen (76 Prozent) sind die wichtigsten Informationsquellen rund um die Bundestagswahl.
- Bei Online-Medien dominieren Nachrichten-Websites bzw. -Apps (63 Prozent) und soziale Netzwerke (51 Prozent).
- Facebook (56 Prozent) und X bzw. Twitter (35 Prozent) sind die meistgenutzten Social-Media-Dienste für Wahlinformationen.

Digitale Herausforderungen

- 88 Prozent erwarten ausländische Einflussnahme auf die Wahl über soziale Medien.
- 75 Prozent sehen die Demokratie als unzureichend gegen Desinformation geschützt.
- Fast alle Deutschen (94 Prozent) finden es richtig, wenn Politikerinnen und Politiker Hass und Hetze gegen sich zur Anzeige bringen.
- 56 Prozent sind unsicher bei der Bewertung der Vertrauenswürdigkeit von Informationen.

Digitalpolitische Perspektiven

- 79 Prozent fordern Digitalpolitik als Schwerpunktthema der neuen Bundesregierung.
- 71 Prozent unterstützen die Einrichtung eines eigenständigen Digitalministeriums.
- Internetkriminalität und die Digitalisierung von Schulen (je 98 Prozent) sehen die Befragten als digitalpolitische Top-Prioritäten für die neue Bundesregierung.
- 61 Prozent befürworten die Einführung von Online-Wahlen, ein Teil der Nicht-Wähler (45 Prozent) würde durch Online-Wahlen zum Wählen bewegt werden können.

Inhalt

Wichtigste Erkenntnisse	3
1 Mediennutzung und Informationsquellen	5
1.1 Informationsquellen zur Bundestagswahl	5
1.2 Digitale Informationskanäle rund um die Bundestagswahl	6
1.3 Wahlabend 2025	7
1.4 Künstliche Intelligenz zur Wahlberatung	8
2 Einflussnahme & Desinformation	9
2.1 Hass und Hetze	9
2.2 Einflussnahme von außen	10
2.3 Desinformation & Fake News	11
3 Digitalpolitik	12
3.1 Digitalpolitische Themensetzung	12
3.2 Rückblick auf die Ampel-Koalition	13
4 Wahlbeteiligung & Online-Wahlen	14
5 Methodik	15

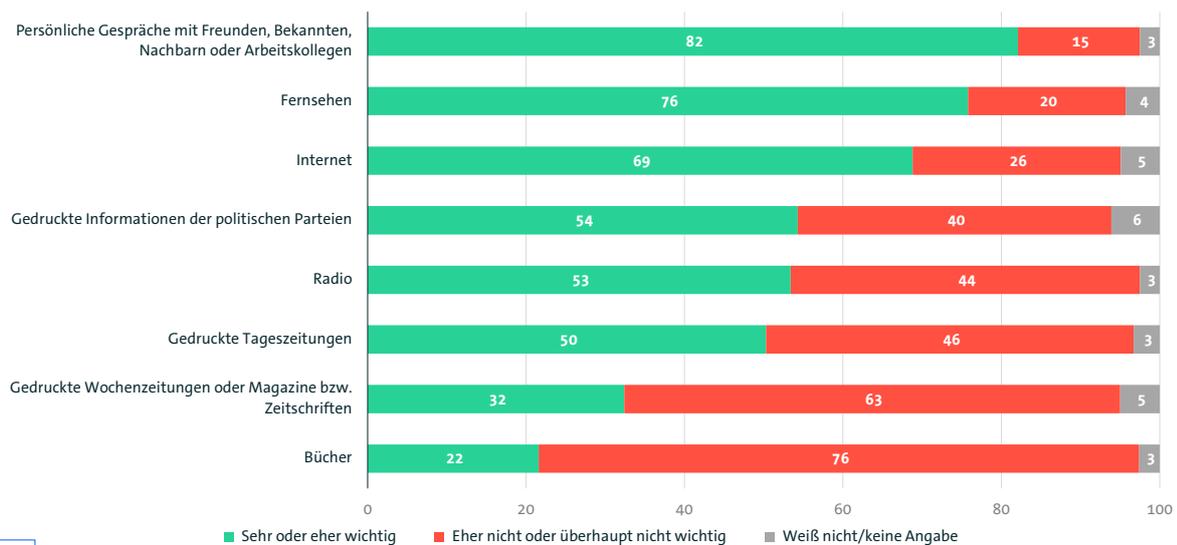
1 Mediennutzung und Informationsquellen

1.1 Informationsquellen zur Bundestagswahl

Die mit Abstand wichtigsten Informationsquellen sind persönliche Gespräche (82 Prozent) und Fernsehen (76 Prozent). Auch das Internet, einschließlich Webseiten, Apps, Media-Inhalten, sozialer Netzwerke und Messenger, wird von über zwei Drittel als wichtig erachtet. Geringer ist der Anteil

von Print-Quellen: Broschüren und Flyer der Parteien nutzen 54 Prozent, Tageszeitungen 50 Prozent. Ähnlich groß ist der Anteil des Radios (53 Prozent). Wochenzeitungen, Magazine und Zeitschriften (32 Prozent) sowie Bücher (22 Prozent) sind die am wenigsten genutzten Quellen.

Wie wichtig sind folgende Informationsquellen für Sie persönlich, wenn Sie sich über die anstehenden Wahlen informieren?



in Prozent

Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Quelle: Bitkom Research 2025

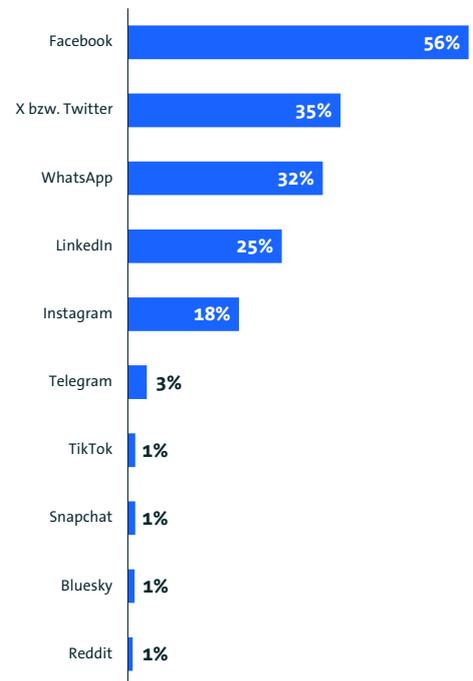
Abbildung 1: Informationsquellen für die anstehende Bundestagswahl 2025

1.2 Digitale Informationskanäle rund um die Bundestagswahl

Unter den digitalen Informationskanälen sind Nachrichten-Webseiten bzw. -Apps (63 Prozent) und soziale Netzwerke (51 Prozent) die meistgenutzten Plattformen.

Innerhalb der sozialen Netzwerke führen Facebook (56 Prozent), X bzw. Twitter (35 Prozent) und LinkedIn (25 Prozent) als wichtigste Dienste die Liste an.

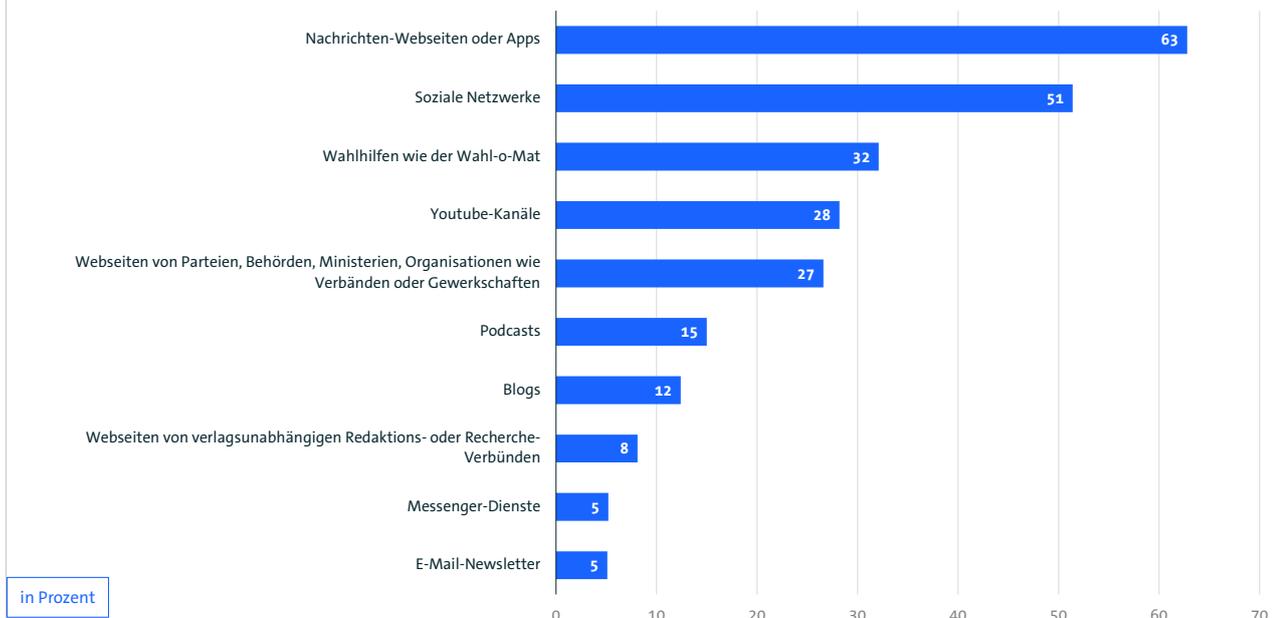
Die Messenger WhatsApp (32 Prozent) und Telegram (3 Prozent) sind ebenfalls Dienste, die zur Information genutzt werden.



Basis: Personen, die sich über soziale Netzwerke, Messenger informieren (n=446) | Mehrfachnennungen möglich.
Frage: »In welchen der folgenden Dienste informieren Sie sich über die anstehenden Wahlen?« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 2: Einholen von Wahlinformationen über Soziale Netzwerke

Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um sich über die anstehenden Wahlen zu informieren?



Basis: Internetnutzerinnen und -nutzer (n=869) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 3: Wichtigste digitale Informationskanäle zur Bundestagswahl 2025

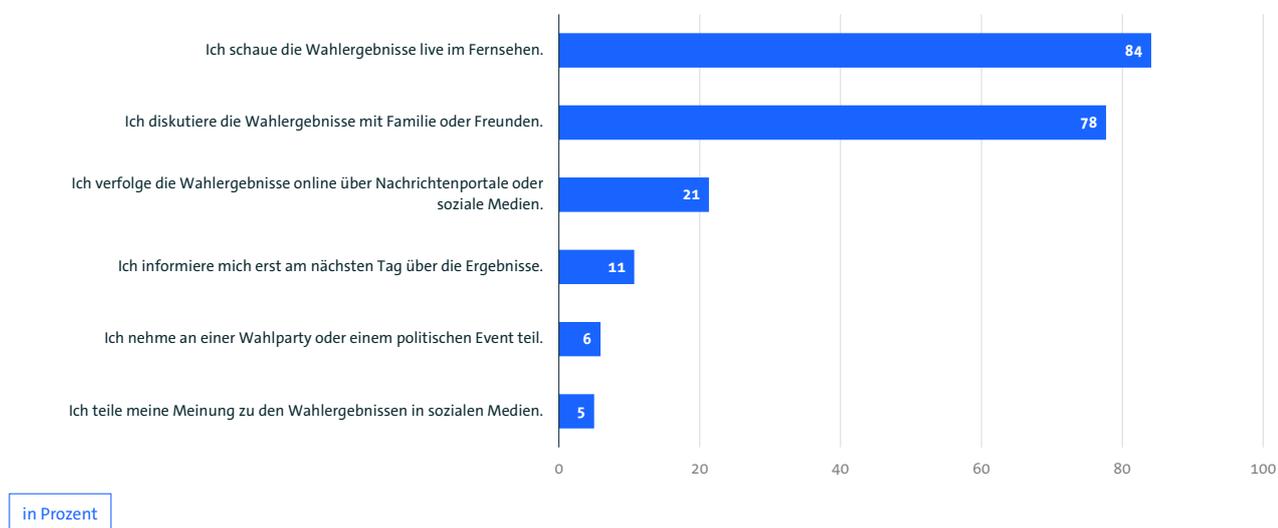
1.3 Wahlabend 2025

Das Verfolgen der Wahlergebnisse live im TV ist der beliebteste Weg, den Wahltag bzw. -abend zu verbringen: 84 Prozent geben an, die Wahlergebnisse im Fernsehen zu schauen. Auch das Diskutieren mit Familie und Freunden steht hoch im Kurs. 78 Prozent tauschen sich über die Ergebnisse im engeren Kreis aus.

Das Verfolgen der Wahlergebnisse in Online-Nachrichtenportalen und Social Media (21 Prozent) spielt eine untergeordnete Rolle; die eigene Meinung teilen 5 Prozent in den sozialen Medien. Selbst Teil des Wahlbetriebs werden 6 Prozent, die an einer Wahlparty oder anderen politischen Events teilnehmen.

Ein Großteil verfolgt die Wahlergebnisse live im TV

Wie verbringen Sie den Tag bzw. den Abend, an dem die Bundestagswahl stattfindet?

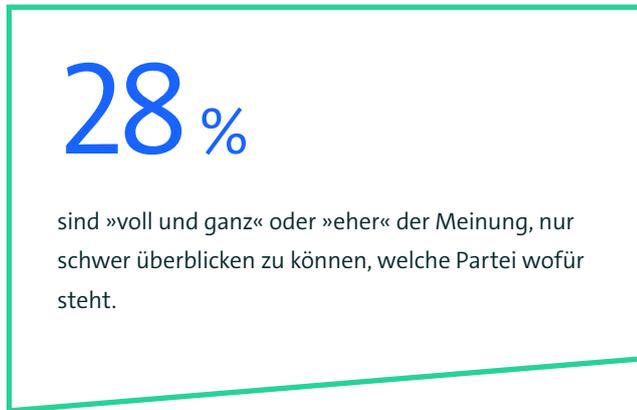


Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 4: Wahlabend der Bundestagswahl 2025

1.4 Künstliche Intelligenz zur Wahlberatung

Nicht alle Befragten fühlen sich in der Lage, den Überblick über die Positionen der Parteien zu behalten.



Während 32 Prozent bereits Tools wie den Wahl-o-Mat vor der Wahlentscheidung nutzen (↗ s. auch Abbildung 3), kommt für Einige auch die Zuhilfenahme Künstlicher Intelligenz in Frage: Gut vier von zehn können sich vorstellen, in Wahlfragen eine Beratung durch eine KI einzuholen.



Basis: Alle Befragten (n=1.002) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu«
Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 5: Wahlberatung durch eine Künstliche Intelligenz

2 Einflussnahme & Desinformation

2.1 Hass und Hetze

89 Prozent bestätigten in einer Studie des Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz eine Zunahme von Hass und Hetze im Internet in den letzten Jahren¹. Das BKA vermeldet einen »massiven« Anstieg der polizeilich registrierten Fallzahlen von Hasspostings².

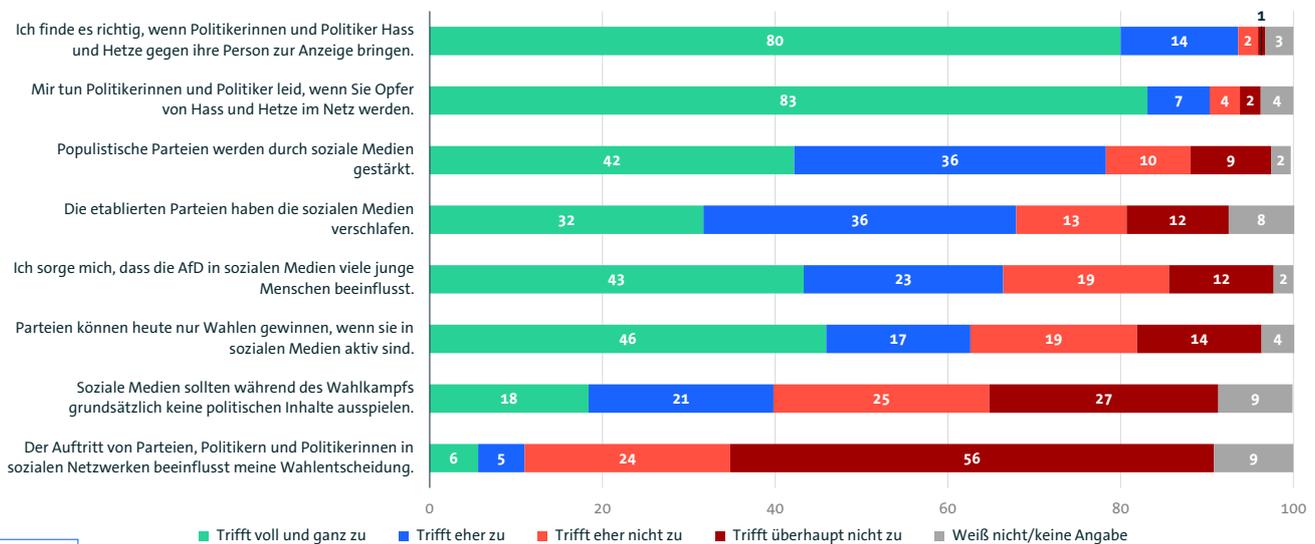
Dass Politikerinnen und Politiker Hass und Hetze gegen ihre Person zur Anzeige bringen, unterstützen 94 Prozent, Mitleid haben 90 Prozent. Knapp zwei Drittel messen Social Media im Wahlkampf eine große Bedeutung bei: 63 Prozent sagen, dass Parteien nur dann einen Wahlkampf gewinnen können, wenn sie in den sozialen Medien aktiv sind.

Gleichzeitig sagen 68 Prozent, dass die etablierten Parteien die sozialen Medien verschlafen haben und 78 Prozent sehen populistische Parteien durch Social Media gestärkt. Der Einfluss der AfD auf junge Menschen besorgt 66 Prozent.

Ein Großteil der Befragten sieht die eigene Wahlentscheidung als nicht oder eher nicht durch den Auftritt von Parteien bzw. Politikerinnen und Politikern in sozialen Medien beeinflusst: 80 Prozent.

1 Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz. *Lauter Hass - leiser Rückzug. Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht.* 2024
 2 Bundeskriminalamt. *Bundesweites Vorgehen gegen Hasspostings.* 2024

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



in Prozent

Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 6: Hass und Hetze in sozialen Medien

2.2 Einflussnahme von außen

Die deutschen Bevölkerung ist sich hinsichtlich einer ausländischen Einflussnahme auf die Bundestagswahl über soziale Medien einig. 88 Prozent glauben, dass ausländische Akteure oder die Regierungen anderer Länder versuchen, die Bundestagswahl über soziale Medien zu beeinflussen.

Russland (45 Prozent), die USA (42 Prozent) und China (26 Prozent) werden als Hauptakteure dieser Einflussnahme wahrgenommen.

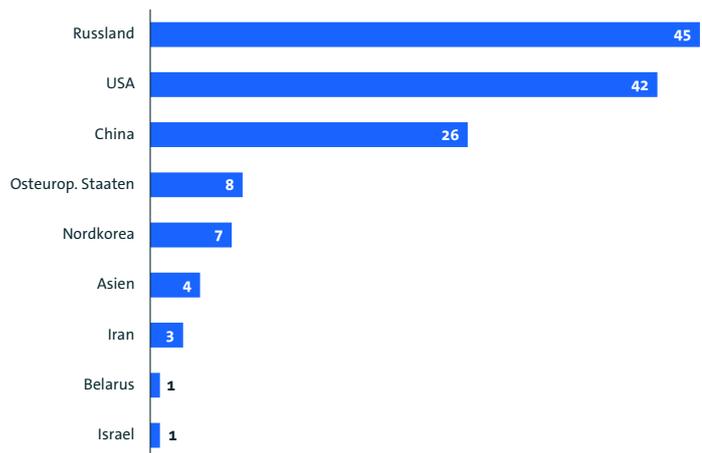
Weitere Regionen wie Osteuropa (8 Prozent) und Länder wie beispielsweise Nordkorea (7 Prozent) folgen mit deutlichem Abstand.

Weißrussland und Israel (jeweils 1 Prozent), den Iran (3 Prozent) und Staaten aus dem asiatischen Raum (4 Prozent) nimmt ein kleiner Teil als Quelle einer Einflussnahme wahr.

Großteil sieht Beeinflussung aus dem Ausland



Glauben Sie, dass ausländische Akteure oder die Regierungen anderer Länder versuchen, die Bundestagswahl über soziale Medien zu beeinflussen?



Basis links: Alle Befragten (n= 1.002) | Basis rechts: Befragte, die glauben, dass ausländische Akteure oder die Regierungen anderer Länder versuchen, die Bundestagswahl über soziale Medien zu beeinflussen (n=884)
Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 7: Einflussnahme aus dem Ausland

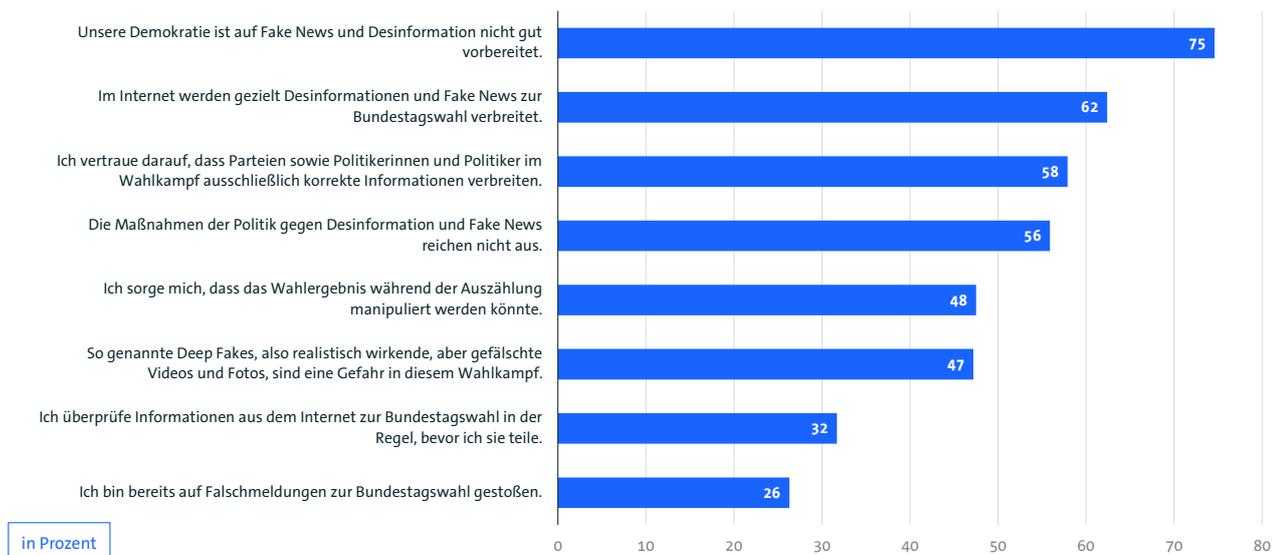
2.3 Desinformation & Fake News

Eine Mehrheit (75 Prozent) sieht unsere Demokratie als auf Desinformation nicht gut vorbereitet an. 56 Prozent sagen, die aktuellen Maßnahmen gegen Fake News reichten nicht aus, 26 Prozent sind selbst auf Falschmeldungen gestoßen.

Gerade Verschwörungstheorien (81 Prozent) und politisch Radikale (67 Prozent) werden als Bedrohung wahrgenommen. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) sagt über sich selbst, oft nicht zu wissen, welchen Informationen sie trauen kann.

Mehrheit sieht Demokratie als anfällig für Desinformation

Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?

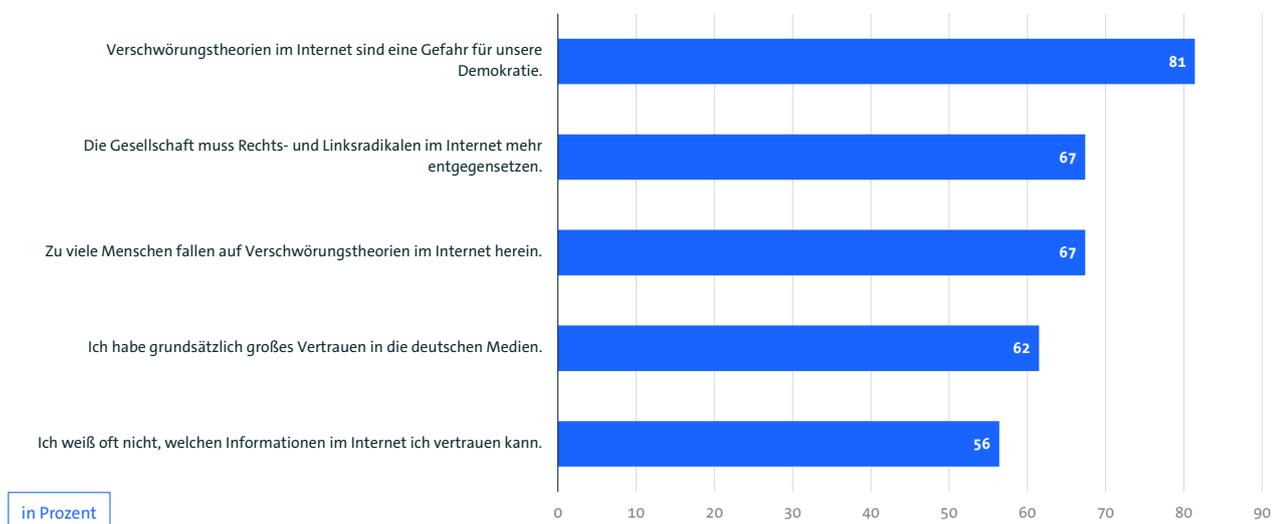


Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 8: Desinformation rund um die Bundestagswahl 2025

Verschwörungstheorien und Radikalismus als Bedrohung

Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 9: Verschwörungstheorien, Radikalismus und Objektivität

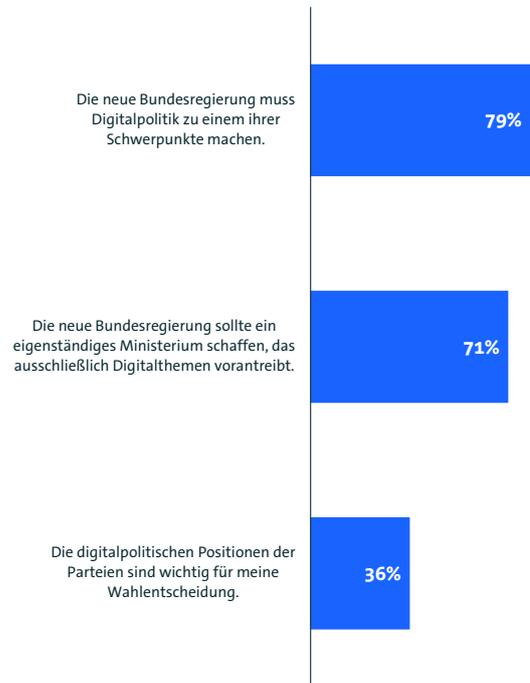
3 Digitalpolitik

3.1 Digitalpolitische Themensetzung

Die digitalpolitischen Positionen der Parteien beeinflussen mehr als jede dritte Wahlentscheidung (36 Prozent). 79 Prozent denken, die neue Bundesregierung müsse Digitalpolitik zu einem Schwerpunktthema machen.

Besonders wichtig sind dabei die Themen Internetkriminalität und Digitalisierung von Schulen (je 98 Prozent), Datenschutz (94 Prozent), digitale Gesellschaft (91 Prozent), Staat und Verwaltung (90 Prozent), Digitalisierung des Gesundheitswesens (89 Prozent) sowie Kommunikationsnetze (86 Prozent).

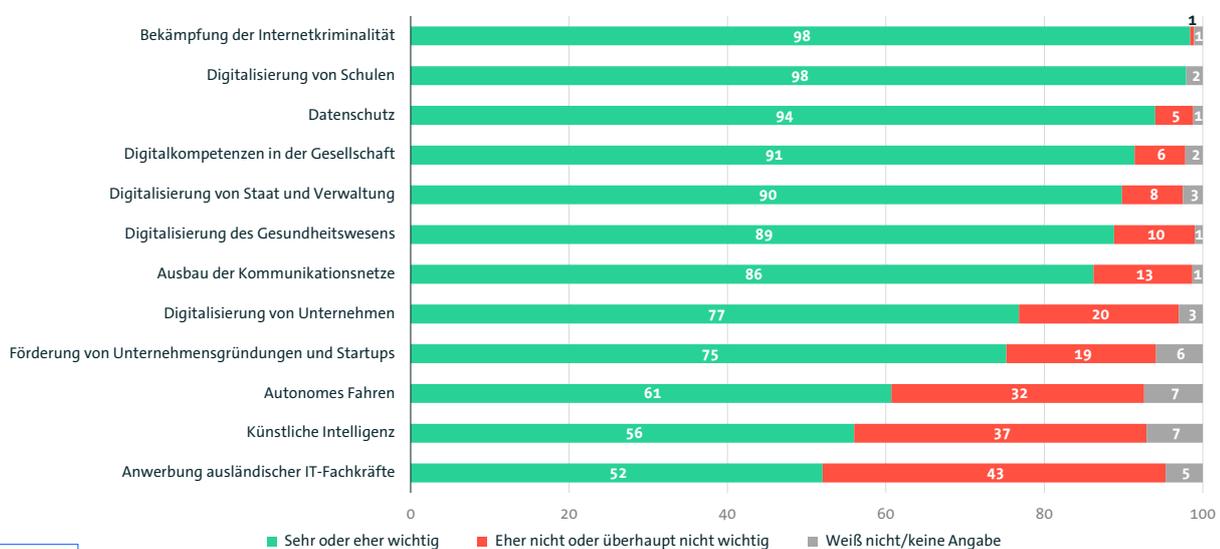
Um diese Digitalthemen voranzutreiben, steht die Gründung eines eigenständigen Digitalministeriums zur Debatte. 71 Prozent unterstützen diese Idee.



Basis: Alle Befragten (n=1.002) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu«
Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 10: Relevanz der Digitalpolitik

Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig es Ihrer Meinung nach ist, dass die Politik sich um diese Themen kümmert.



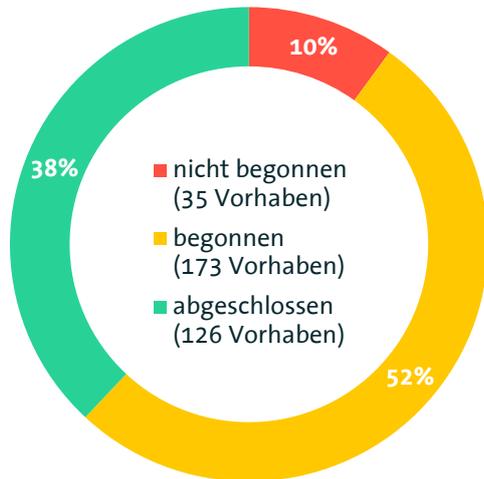
in Prozent

Basis: Alle Befragten (n= 1.002) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 11: Relevanz digitalpolitischer Themen

3.2 Rückblick auf die Ampel-Koalition

Abschlussbericht: Fortschritt der Digitalvorhaben der Ampel-Regierung



Basis: Monitor Digitalpolitik | Quelle: Bitkom e.V. 2025

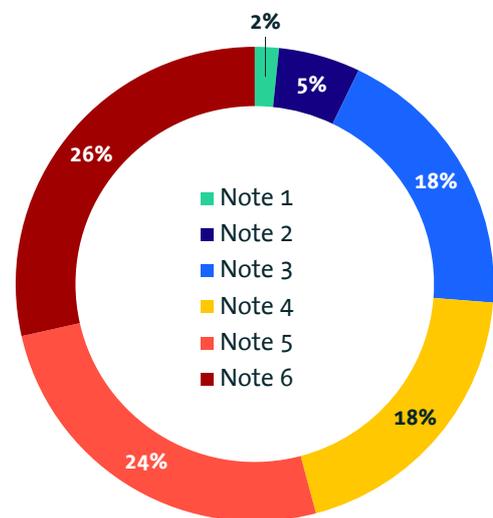
Abbildung 12: Abschlussbericht des Monitor Digitalpolitik

Der Rückblick auf die digitalpolitischen Fortschritte der Ampel-Regierung fällt durchwachsen aus. Im Abschlussbericht des Monitor Digitalpolitik listet der Bitkom 126 von 334 digitalpolitischen Vorhaben der Bundesregierung als abgeschlossen, 173 als begonnen, und 35 als nicht begonnen.

Die Digitalpolitik der Ampel-Koalition bewertet ein Großteil der Bevölkerung negativ. 50 Prozent vergeben die Schulnoten 5 oder 6, weitere 18 Prozent bilanzieren mit Note 4. Knapp ein Viertel (23 Prozent) vergibt die Noten 2 und 3. Die Bestnote 1 für die digitalpolitischen Errungenschaften erhält die Ampel-Regierung von 2 Prozent.

Die durchschnittliche Bewertung in Schulnoten liegt bei 4,5.

Wie beurteilen Sie in der Bilanz die Digitalpolitik der Ampel-Koalition in den vergangenen drei Jahren?



Basis: Alle Befragten (n=1.002) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 13: Digitalpolitik der Ampel-Koalition in Schulnoten

4 Wahlbeteiligung & Online-Wahlen

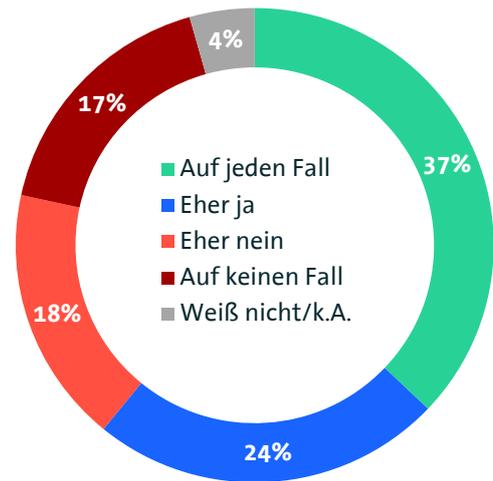
2025 lag die Wahlbeteiligung bei 82,5 Prozent³. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2025 gaben 39 Prozent an, »auf jeden Fall« wählen gehen zu wollen. »Eher« wählen wollten weitere 31 Prozent.

Knapp die Hälfte der 26 Prozent an Nichtwählern könnte sich vorstellen, wählen zu gehen, könnte sie ihre Stimme online abgeben: 23 Prozent würden »auf jeden Fall« wählen gehen, weitere 22 Prozent »eher«.

Mit Blick auf alle Befragten wünschen sich 61 Prozent, bei zukünftigen Wahlen ihre Stimme online abgeben zu können, darunter 37 Prozent, die das »auf jeden Fall« möchten.

³ Die Bundeswahlleiterin. *Vorläufiges Ergebnis der Bundestagswahl 2025 steht fest.*

Möchten Sie bei einer Bundestags-, Landtags- oder Kommunalwahl künftig die Möglichkeit haben, Ihre Stimme online statt vor Ort abzugeben?

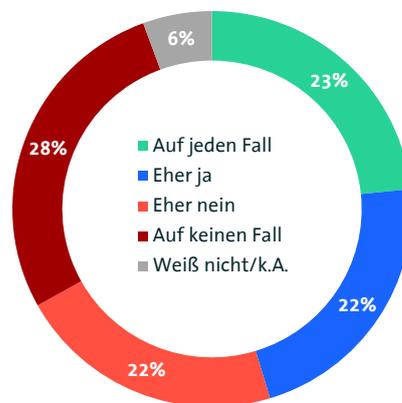


Basis: Alle Befragten (n=1.002) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 14: Wunsch nach Online-Wahlen

Nicht-Wähler überzeugen

Würden Sie bei der Bundestagswahl wählen gehen, wenn Sie Ihre Stimme online, z.B. von Ihrem PC, Tablet oder Smartphone abgeben könnten?



Basis links: Alle Befragten (n= 1.002) | Basis rechts: Personen, die (eher) nicht zur Bundestagswahl 2025 gehen wollen (n=259) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 15: Nicht-Wähler und ihre Einstellung zu Online-Wahlen

5 Methodik

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/Computer Assisted Telephone Interview (CATI); Dual-Frame
Grundgesamtheit	Wahlberechtigte Personen in Deutschland ab 18 Jahren
Stichprobengröße	n=1.002
Befragungszeitraum	KW 04 bis KW 04 2025
Statistische Fehlertoleranz	+/-3 Prozent in der Gesamtstichprobe

Herausgeber

Bitkom e.V.

Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Fachliche Leitung

Sophie Vogt-Hohenlinde

Esther Sterverding

Wissenschaftliche Leitung

Bettina Lange

Redaktion

Lennart Glamann

Copyright

Bitkom 2025

CC BY 4.0

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, jedoch besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leserin bzw. des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen.

Wie informieren sich die Deutschen im Bundestagswahljahr 2025? Welche Rolle spielen digitale Medien, Social Networks und KI bei der politischen Meinungsbildung? Diese repräsentative Studie liefert umfassende Einblicke in das Informations- und Mediennutzungsverhalten der Wählerschaft.

Während traditionelle Medien weiterhin dominieren, gewinnen digitale Kanäle zunehmend an Bedeutung. Gleichzeitig wachsen die Sorgen vor Desinformation und ausländischer Einflussnahme.

Die Studie wirft außerdem einen Blick auf konkrete digitalpolitische Projekte und beleuchtet den Stellenwert der Digitalpolitik für die Wählerinnen und Wähler.