



ENGAGIERT ABER ALLEIN

Wie sich junge Menschen durch die
Online-Welt navigieren und welche
Unterstützung sie dafür suchen



Herausgegeben von der Vodafone Stiftung Deutschland



Inhalt



Hintergrund und Ziel der Studie	3
Vorwort der Staatsministerin für Digitalisierung Dorothee Bär	5
Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick	7
Die Studienergebnisse im Detail	9
Methode und Stichprobe	14
Abbildungen zur Studie	15
Kommentar Ria Schröder	21
Kommentar Falko Mohrs	36
Kommentar Terry Reintke	43
Impressum	46

Hintergrund und Ziel der Studie

Die öffentlichen Auseinandersetzungen zur Politik Trumps, dem Brexit oder auch der Flüchtlingspolitik in Deutschland führen drastisch vor Augen, dass es für den Einzelnen immer schwieriger wird, die Verlässlichkeit von Informationen im Internet und vor allem in sozialen Medien zu beurteilen. Dies gilt insbesondere für junge Menschen. Soziale Medien und Online-Medien gehören zum Alltag der jungen Generation und sind in vielfacher Hinsicht ihr erstes und wichtigstes Fenster zur Welt. Wie souverän und kritisch aber bewegen sich junge Menschen in dieser Online-Welt, welche Herausforderungen sehen sie in Bezug auf Desinformation und Hassrede im Netz und wohin wenden sie sich bei Fragen? Für die vorliegende Studie hat die Vodafone Stiftung junge Menschen in Deutschland im Alter von 14 bis 24 Jahren in einer repräsentativen Umfrage zu diesen Themen befragt.

Ihre Antworten sind so ermutigend wie alarmierend: Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, mindestens einmal die Woche über „Fake News“ zu stolpern, ein Fünftel sogar täglich. Die überwiegende Mehrheit junger Menschen zeigt sich dennoch souverän und selbstbewusst: sie betonen überlegt in sozialen Medien zu posten und aktiv gegen Falschnachrichten vorzugehen, die über ihre Freunde in den sozialen Medien verbreitet werden. Viele von ihnen melden „Fake News“ und Hasskommentare sogar bei den Betreibern sozialer Netzwerke. Allerdings ist sich ein Drittel unsicher, ob sie Falschnachrichten sicher enttarnen können. Bei Fragen recherchieren die jungen Leute allein im Netz oder fragen ihre Freunde, denn in der Schule wird der Umgang mit „Fake News“ und „Hate Speech“ kaum behandelt; und auch auf die Eltern geht nur jeder Zehnte mit seinen Fragen zu. Ihr Bedürfnis nach mehr Aufklärung ist groß, denn zwei Drittel der Befragten sehen den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland durch Desinformation in Gefahr.

Wir dürfen junge Menschen im Umgang mit Falschinformationen und Hassrede im Netz nicht alleine lassen.

Wir dürfen junge Menschen im Umgang mit Falschinformationen und Hassrede im Internet nicht alleine lassen. Deshalb hat die Vodafone Stiftung in diesem Jahr gemeinsam mit Partnern die Initiative **Klickwinkel** unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten gestartet. Mit Video-Tutorials, Unterrichtsmaterialien und einem Video-Wettbewerb stärkt die Initiative die Medieninformationskompetenz Jugendlicher, damit sie als mündige Bürger an einer digitalen Öffentlichkeit teilhaben können.

Dafür ist es aber auch wichtig, der jungen Generation immer wieder die Möglichkeit zu geben, ihre Anregungen, Fragen und Kritik an politische Entscheidungsträger heranzutragen. Genau dies will die Vodafone Stiftung mit einem innovativen Veranstaltungsformat ermöglichen: Die **Digitale Jugendpressekonferenz** gibt jungen Menschen bundesweit die Möglichkeit, Politikerinnen und Politikern Fragen rund um das Thema digitale Kommunikation zu stellen.

Wir danken daher ganz herzlich der Staatsministerin für Digitalisierung Dorothee Bär sowie dem Bundestagsabgeordneten Falko Mohrs, der Europaabgeordneten Terry Reintke und der Bundesvorsitzenden der Jungen Liberalen Ria Schröder, die den Jugendlichen Rede und Antwort stehen werden und freuen uns sehr, dass sie die Ergebnisse dieser Studie kommentiert haben.

Inger Paus

Vorsitzende der Geschäftsführung der Vodafone Stiftung

Vorwort

Die Digitalisierung erfasst alle Lebensbereiche – auch den der Kommunikation. Meiner Auffassung nach ist die digitale Revolution im Kern eine soziale. Das macht sich natürlich auch bei der Kommunikation bemerkbar. Dass soziale und Online-Medien eine große Rolle bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen spielen, zeigt die Studie eindrücklich.

Wie bei allen Neuerungen gibt es selten Chancen ohne Risiken. Im Gegenteil, das Wort der Chance beinhaltet schon das Risiko. Die Chance ist eben nur die Aussicht auf einen Erfolg, nicht schon der Erfolg selbst. Die Chancen von sozialen Medien zeigt die Studie deutlich: Es ist positiv, dass Jugendliche und junge Erwachsene auch Politiker und Politikerinnen über soziale Medien in den Blick nehmen, gut jeder vierte folgt ihnen oder Parteien. Das ist eine gute Nachricht. Die Kommunikation mit den Menschen, die das Land regieren und die Wählerinnen und Wähler repräsentieren, wird direkter, unmittelbarer – ja vielleicht auch am Ende demokratischer. Die Distanz zu politischen Entscheidungsträgern wird kleiner. Das kann eine große Chance sein, um Menschen für Politik zu begeistern, sie mitzunehmen und die Demokratie lebendiger und stärker zu machen.

Es lauern aber natürlich auch Gefahren, Stichwort „Fake News“. Denn soziale und Online-Medien sollten für Information genutzt werden und nicht für die Desinformation. „True News“ und „Fake News“ zu trennen, das erfordert Medienkompetenz der Menschen. Das erfordert auch die Bereitschaft, „Fake News“ zu melden. Denn eines ist klar: Ohne Fakten, ohne gemeinsame Realität kann es keinen gemeinsamen Diskurs geben. Essentiell ist, dass wir uns auf der gleichen Faktengrundlage bewegen und auseinandersetzen. Dann können soziale und Online-Medien viel für unseren demokratischen Diskurs bringen, andernfalls werden sie ihn beschädigen.

Bei alledem ist eine vielleicht etwas altmodisch klingende Qualität wichtiger denn je: der Anstand. Hasskommentare und der Umgang damit sind ebenfalls ein großes Thema bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Insbesondere wenn Hasskommentare anonym erfolgen, ist das besonders feige und anstandslos. Hier müssen wir die jungen Menschen stark machen, über den Umgang mit solchen Kommentaren mehr sprechen und ihnen eines vor Augen führen: Der Hasskommentar sagt mehr über seinen Autor aus als über die Person, die damit kommentiert wird.



Dorothee Bär

Staatsministerin und Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung



Wir müssen den jungen Menschen klarmachen: Der Hasskommentar sagt mehr über seinen Autor aus als über die Person, die damit kommentiert wird.

1 Soziale Medien gehören zum Alltag der überwiegenden Mehrheit junger Menschen in Deutschland. Nur 7 Prozent der 14- bis 24-Jährigen gibt an, nicht in sozialen Medien aktiv zu sein. Die Meisten nutzen soziale Medien, um sich mit Freunden auszutauschen, Prominenten zu folgen, sich zum aktuellen Geschehen zu informieren und ihre Freizeit zu gestalten.

Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick

2 Die meisten jungen Menschen bewegen sich souverän und selbstbewusst in den sozialen Medien. Immerhin ein Drittel fühlt sich bei persönlichen Angriffen aber hilflos und ein Fünftel hat Sorge, wegen Social Media Posts gemobbt zu werden.

3 Junge Menschen werden regelmäßig mit „Fake News“ und „Hate Speech“ konfrontiert. Die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen in Deutschland berichtet, mindestens einmal die Woche in den sozialen Medien auf Falschnachrichten zu stoßen; fast ein Fünftel sogar täglich.

4 In der Schule wird der Umgang mit Falschnachrichten und Hasskommentare kaum thematisiert, dabei wünschen sich drei Viertel der Schülerinnen und Schüler mehr Aufklärung hierzu im Unterricht. Derzeit recherchieren die Meisten ihre Fragen zu Social Media allein im Netz.

6 Jugendliche sehen den Kampf gegen Desinformation als gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Die Betreiber von Social Media Plattformen seien gemeinsam mit den Medien, der Politik und den Bürgerinnen und Bürgern selbst in der Pflicht gegen Falschnachrichten zu handeln.

5 Zwei Drittel der jungen Menschen in Deutschland glauben, dass die Verbreitung von Falschnachrichten den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland gefährdet. Jeder Dritte ist sich aber unsicher, ob er Falschnachrichten wirklich sicher identifizieren kann.

7 Viele junge Menschen engagieren sich gegen Verleumdung und Hass im Netz. Knapp die Hälfte geht aktiv gegen Falschnachrichten vor, die über ihre Freunde in den sozialen Medien verbreitet werden. Immerhin ein Viertel hat schon einmal „Fake News“ bei den Betreibern sozialer Medien gemeldet. Auch hier werden junge Menschen jedoch oft allein gelassen: mehr als die Hälfte dieser Beschwerden blieb erfolglos oder wurde erst spät bearbeitet.

8 Junge Menschen sehen soziale Medien als Chance für Dialog mit der Politik. Immerhin ein Viertel der Jugendlichen und junge Erwachsenen folgt Politikerinnen und Politikern in den sozialen Medien. Mehr als jeder Dritte kann sich zudem vorstellen, politische Entscheidungsträger bei Fragen über soziale Medien direkt anzusprechen.

Die Studienergebnisse im Detail

Soziale Medien gehören fest zum Alltag junger Menschen in Deutschland. Nur 7 Prozent der 14- bis 17-Jährigen nutzen keinerlei soziale Medien.

Soziale Medien gehören fest zum Alltag junger Menschen in Deutschland. Die Meisten nutzen WhatsApp, Instagram, YouTube & Co, um mit Freunden in Austausch zu bleiben.

Soziale Medien gehören zum Alltag der überwiegenden Mehrheit von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland. Nur 7 Prozent der 14- bis 24-Jährigen geben an, keinerlei soziale Medien zu nutzen. (Abb. 1) Die Messenger App „WhatsApp“ wird unabhängig von Alter und Geschlecht von den Meisten (86 Prozent) genutzt. Andere soziale Medien zeigen eine stärker geschlechter- und altersspezifische Nutzung: So haben Mädchen und junge Frauen eine deutlich höhere Affinität für Instagram und Snapchat als ihre männlichen Altersgenossen. Diese sind dafür doppelt so häufig bei Twitter aktiv. (Abb. 3) Sämtliche sozialen Medien – vor allem Youtube, Instagram und Snapchat – werden intensiver von den jüngeren Befragten genutzt. Einzig auf Facebook sind mehr als doppelt so viele der 18- bis 24-Jährigen im Vergleich zu den 14- bis 17-Jährigen re-

gelmäßig aktiv. (Abb. 4)

Soziale Medien sind für Jugendliche und junge Erwachsene vor allem zum Austausch mit Freunden und Familie wichtig, aber auch um sich über ganz unterschiedliche Themen zu informieren. Mehr als die Hälfte der Befragten (58 Prozent) gibt an, in den sozialen Medien aktiv zu sein, um mit Freunden in Kontakt zu bleiben und zu erfahren, was ihre Freunde machen. (Abb. 1) Dies ist besonders Mädchen wichtig (65 %). (Abb. 2) Mit am wichtigsten ist zudem mehr als der Hälfte aller Befragten (52 Prozent), über soziale Medien Prominenten zu folgen. Darüber hinaus werden soziale Medien von fast jedem Zweiten (44 Prozent) genutzt, um sich zum aktuellen Geschehen in Deutschland zu informieren und jeder Vierte (26 Prozent) organisiert so die eigene Freizeit. (Abb. 1)

Die Mehrheit der Jugendlichen und jungen Erwachsenen bewegt sich selbstbewusst in den sozialen Medien. Immerhin ein Drittel fühlt sich bei persönlichen Angriffen jedoch hilflos und ein Fünftel hat Sorge, wegen Social Media Posts gemobbt zu werden.

Die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigen sich souverän im Umgang mit sozialen Medien. Die überwiegende Mehrheit der Befragten (83 Prozent) gibt an, sich vorher genau zu überlegen, was sie postet. Knapp die Hälfte (47 Prozent) geht aktiv gegen Falschnachrichten oder Hasskommentare vor, die über ihre Freunde in den sozialen Medien verbreitet werden. Die Meisten (58 Prozent) fühlen sich auch gewappnet, wenn Beleidigendes oder Falsches über sie selbst zirkuliert wird und für Dreiviertel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist Mobbing in den sozialen Medien (eher) kein Thema. (Abb. 5) Vor allem die 16- und 17-Jährigen geben im Vergleich zu ihren jüngeren sowie älteren Altersgenossen einen bewussteren und tendenziell kritischeren Umgang mit sozialen Medien an. (Abb. 6) Dennoch ist vielen positives Feedback wichtig und eine bedeutende Minderheit befürchtet negative Kommunikation. Vor allem die Mehrheit der Mädchen (54 Prozent) findet es wichtig, dass ihre Social Media Posts „geliked“ oder kommentiert werden. (Abb. 7) Immerhin knapp ein Drittel der jungen Menschen gibt an, nicht zu wissen, wie sie auf Anfeindungen im Netz reagieren sollen (29 Prozent) und würden dort auch (eher) nicht aktiv Freunde verteidigen (33 Prozent). Rund jeder Fünfte (19 Prozent) hat Sorgen, wegen eines Posts gemobbt werden zu können. (Abb. 5)

Junge Menschen werden fast täglich mit Falschnachrichten konfrontiert und glauben mehrheitlich, dass diese den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland gefährden. Wirtschaft, Politik, Medien und Zivilgesellschaft seien gemeinsam in der Pflicht dagegen aktiv zu werden.

Gut die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (51 Prozent) gibt an, mindestens einmal die Woche in den sozialen Medien auf Falschnachrichten zu stoßen; fast ein Fünftel (17 Prozent) sogar täglich. (Abb. 8) Die Mehrheit der Befragten (60 Prozent) glaubt auch, dass sie Falschnachrichten erkennen können. Allerdings ist sich immerhin ein Drittel (32 Prozent) bei der Identifizierung unsicher. (Abb. 9) Der Geschlechtervergleich zeigt, dass vor allem männliche Befragte sich sicher sind, „Fake News“ erkennen zu können. Die wenigsten Mädchen (7 Prozent) trauen sich zu, Falschnachrichten sehr sicher ausmachen zu können. (Abb. 10)

Für die Mehrheit der Befragten hat die Verbreitung von Falschnachrichten weitreichende negative gesellschaftliche Auswirkungen: Rund zwei Drittel der jungen Menschen (66 Prozent) in Deutschland sehen durch „Fake News“ den gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährdet. Jeder Vierte (26 Prozent) glaubt sogar, dass dies in jedem Fall so ist. (Abb. 11) Vor allem Befragte mit höherem Bildungsabschluss (69 Prozent) sind im Vergleich zu Altersgenossen mit niedrigerem Bildungsabschluss (54 Prozent) besorgt über die spaltenden Folgen von Falschnachrichten. (Abb. 12) Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehen dabei

Junge Menschen werden fast täglich mit Falschnachrichten konfrontiert und glauben mehrheitlich, dass diese den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland gefährden. Wirtschaft, Politik, Medien und Zivilgesellschaft seien gemeinsam in der Pflicht dagegen aktiv zu werden.



zuerst die Betreiber von Social Media Plattformen in der Pflicht, aktiv gegen „Fake News“ vorzugehen (58 Prozent). Fast die Hälfte (46 Prozent) finden, die Medien müssen hier aktiv werden; ein Drittel (33 Prozent) möchte, dass die Bunderegierung handelt. 45 Prozent sind aber auch der Meinung, dass sie selbst, also die Bürgerinnen und Bürger verpflichtet sind, Falschnachrichten zu bekämpfen. (Abb. 13)

Viele junge Menschen setzen sich aktiv gegen Verleumdung und Hass im Netz ein, mehr als die Hälfte dieser Beschwerden blieb jedoch erfolglos oder wurde spät bearbeitet.

Immerhin ein Viertel (26 Prozent) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland hat von sich aus schon einmal Falschnachrichten gemeldet. (Abb. 14) Von den männlichen Befragten ist sogar knapp ein Drittel (30 Prozent) schon einmal selbstständig aktiv geworden, bei den Mädchen und jungen Frauen mehr als jede Fünfte (22 Prozent). (Abb. 15) Gegen Hasskommentare gehen sowohl männliche wie weibliche Befragte noch engagierter vor: hier hat sogar schon jeder Zweite (51 Prozent) Posts bei den Betreibern sozialer Plattformen gemeldet. (Abb. 16). Dabei werden Hasskommentare deutlich öfter von Jüngeren angezeigt (18-24-Jährige: 46 Prozent vs. 14-15-Jährige: 59 Prozent). (Abb. 17) Von denjenigen, die angegeben haben, schon einmal eine Beschwerde gegen Falschnachrichten oder Hasskommentare eingereicht zu haben, gibt nicht einmal ein Viertel (23 Prozent) an, dass die Beschwerde erfolgreich sowie zeitnah bearbeitet wurde. Mehr als die Hälfte der Beschwerden hatte hingegen keinen Erfolg oder die Reaktion ließ sehr lange auf sich warten (jeweils 28 Prozent). (Abb. 18) Fast die Hälfte der Befragten (46 Prozent), die bisher noch nicht gegen Falschnachrichten oder Hasskommentare aktiv geworden ist, geben als Grund an, bisher kein Bedürfnis dazu verspürt zu haben. Immerhin jeder Fünfte (21 Prozent) ist jedoch überzeugt, dass die Meldung solcher Posts ohnehin nichts bringt. (Abb. 19). Wie oben bereits beschrieben, sollte nach Ansicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine breite Front aus Wirtschaft, Politik, Medien und Zivilgesellschaft gemeinsam handeln, damit sich Falschnachrichten nicht weiterverbreiten. (Abb. 13)

Viele junge Menschen setzen sich aktiv gegen Verleumdung und Hass im Netz ein. Auch hier werden sie jedoch oft allein gelassen: Mehr als die Hälfte ihrer Beschwerden blieb erfolglos oder wurde erst spät bearbeitet.

Bei Fragen zu sozialen Medien informieren sich die Meisten allein im Netz. Allerdings wünscht sich die Mehrheit der Schülerinnen und Schüler mehr Aufklärung zum Umgang mit Falschnachrichten und Hasskommentaren in der Schule.

In der Schule wird der Umgang mit Falschnachrichten kaum behandelt berichten zwei Drittel der Jugendlichen, die noch zur Schule gehen (66 Prozent). Fast die Hälfte (46 Prozent) gibt zudem an, dass Hasskommentare noch gar nicht Thema im Unterricht waren. Dabei wünschen sich drei Viertel der Schülerinnen und Schüler (75 Prozent) mehr Aufklärung zu „Fake News“ und zwei Drittel (65 Prozent) mehr Informationen zu Hasskommentaren im Unterricht. (Abb. 20) Derzeit informieren sich die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen

bei Fragen zu sozialen Medien allein im Netz, jeder Achte wendet sich mit seinen Fragen auch an die Betreiber sozialer Medien. Vor allem männliche Befragte (52 Prozent) geben an, selbstständig nach Antworten zu suchen (vs. 43 Prozent weiblich). Mädchen kontaktieren dazu häufiger auch ihre Freunde (39 Prozent weiblich; 25 Prozent männlich). Nur jeder Zehnte geht mit Fragen zu sozialen Medien auf seine Eltern zu. (Abb. 21)

Jugendliche und junge Erwachsene nutzen soziale Medien auch, um zu aktuellen gesellschaftspolitischen Nachrichten informiert zu bleiben. Die Wenigsten halten diese jedoch für eine ausgewogene Nachrichtenquelle.

Jugendliche und junge Erwachsene nutzen soziale Medien auch, um zu aktuellen gesellschaftspolitischen Nachrichten informiert zu bleiben. Die Wenigsten halten diese jedoch für eine ausgewogene Nachrichtenquelle.

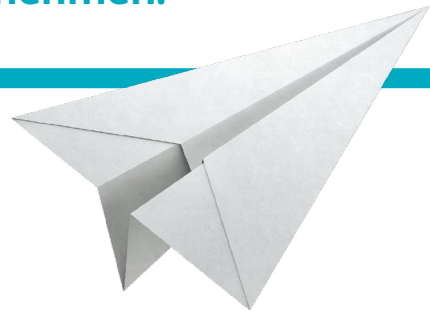
Fast die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (44 Prozent) nutzt soziale Medien unter anderem, um das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt zu verfolgen. (Abb. 1) Neuigkeiten zu gesellschaftspolitischen Themen in Deutschland erfahren männliche Befragte mit Abstand am häufigsten über Online-Medien. Fernsehen, soziale Medien, Zeitungen und Radio spielen eine untergeordnete Rolle. Für Mädchen und junge Frauen sind Online Medien, soziale Medien und das Fernsehen gleichbedeutend wichtige Quellen für aktuelle gesellschaftspolitische Nachrichten. (Abb. 22) Befragte mit höherem Bildungsabschluss nutzen vorwiegend Online-Medien, um sich über Nachrichten zu informieren, diejenigen mit niedrigerem Bildungsabschluss bevorzugen soziale Medien und das Fernsehen als Nachrichtenquelle vor Online-Medien. (Abb. 23) Allerdings hält nicht einmal jeder Dritte (29 Prozent) der Befragten Informationen und Nachrichten, die er über soziale Medien erhält, für ausgewogen. (Abb. 24)

Fast die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (44 Prozent) nutzt soziale Medien unter anderem, um das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt zu verfolgen. (Abb. 1) Neuigkeiten zu gesellschaftspolitischen Themen in Deutschland erfahren männliche Befragte mit Abstand am häufigsten über Online-Medien. Fernsehen, soziale Medien, Zeitungen und Radio spielen eine untergeordnete Rolle. Für Mädchen und junge Frauen sind Online Medien, soziale Medien und das Fernsehen gleichbedeutend wichtige Quellen für aktuelle gesellschaftspolitische Nachrichten. (Abb. 22) Befragte mit höherem Bildungsabschluss nutzen vorwiegend Online-Medien, um sich über Nachrichten zu informieren, diejenigen mit niedrigerem Bildungsabschluss bevorzugen soziale Medien und das Fernsehen als Nachrichtenquelle vor Online-Medien. (Abb. 23) Allerdings hält nicht einmal jeder Dritte (29 Prozent) der Befragten Informationen und Nachrichten, die er über soziale Medien erhält, für ausgewogen. (Abb. 24)

Junge Menschen sehen soziale Medien als Chance, sich politisch zu inspirieren und zu politischen Entscheidungsträgern direkt Kontakt aufzunehmen.

Jugendliche und vor allem junge Erwachsene zeigen durchaus Interesse daran, sich über soziale Medien direkt zu politischen Entscheidungsträgern und Parteien zu informieren sowie mit diesen in Kontakt zu treten. Gut jeder Vierte (26 Prozent) folgt Politikerinnen und Politikern und/oder Parteien in den sozialen Medien. Fast 40 Prozent der Befragten fühlt sich zudem durch Politikerinnen und Politiker, die in den sozialen Medien aktiv sind, motiviert, sich über politische Themen zu informieren. Mehr als jeder Dritte (35 Prozent) kann sich vorstellen, Politikerinnen und Politiker bei Fragen über soziale Medien direkt anzusprechen. (Abb. 25) Deutlich mehr männliche Befragte geben an, politische Entscheidungsträger über soziale Medien in den Blick zu nehmen. Wenig überraschend steigt das politische Interesse der Befragten geschlechterübergreifend mit dem Alter. (Abb. 26)

Junge Menschen sehen die sozialen Medien als Chance, zu politischen Entscheidungsträgern direkt Kontakt aufzunehmen.



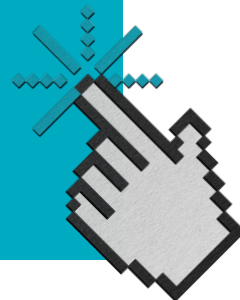
Methode und Stichprobe

Stichprobe

Die Stichprobe (n=664) ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter von 14-24 Jahren

Methode

Online-Befragung im YouGov Deutschland Panel
Feldzeit: 20.08.-24.08.2018



Abbildungen zur Studie

Fast alle befragten Jugendlichen nutzen soziale Medien vor allem, um mit Freunden und ihrer Familie Kontakt zu halten.

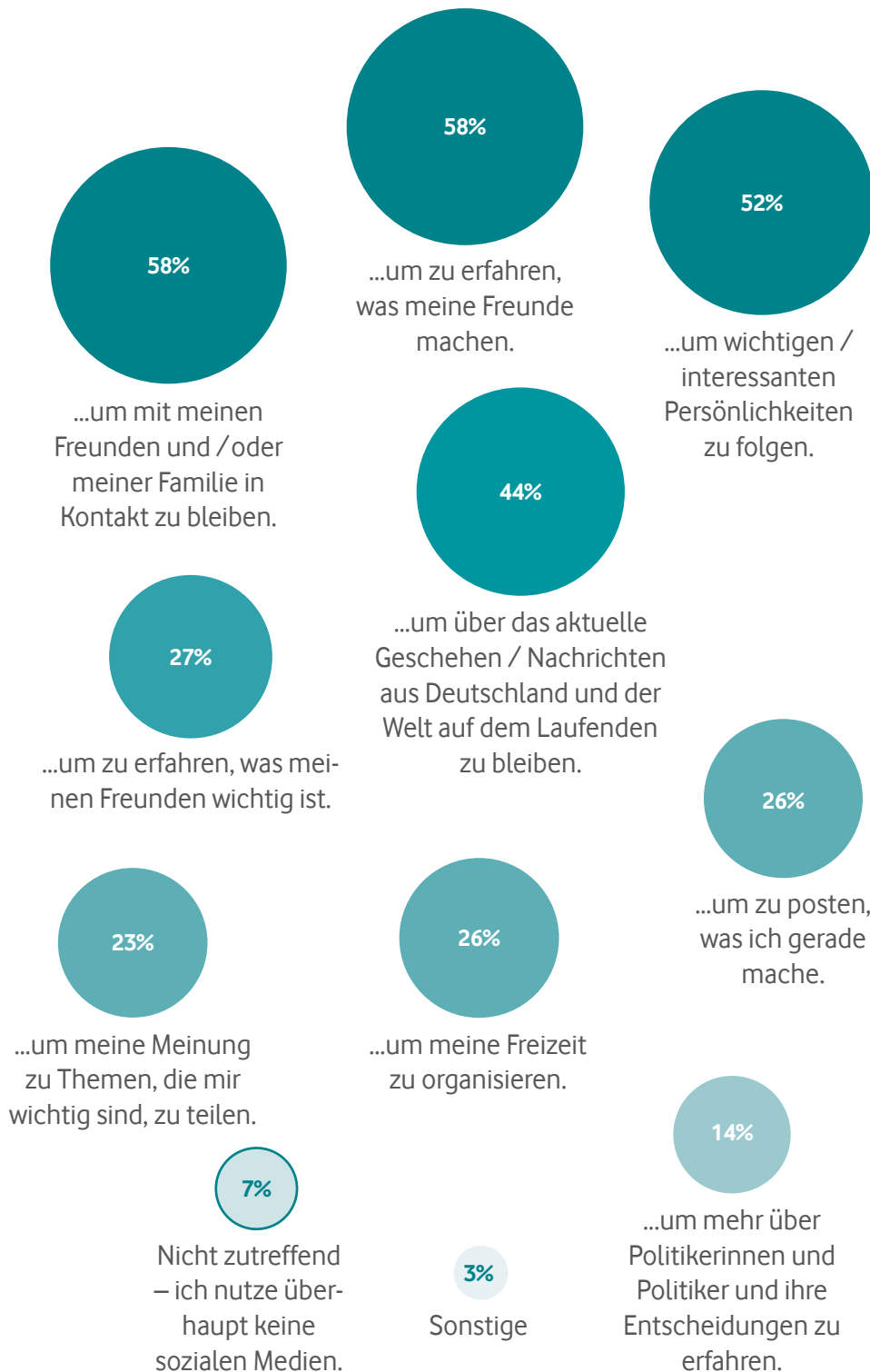


Abbildung 1:

Aus welchen Gründen nutzen Sie, wenn überhaupt, soziale Medien wie z. B. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube?

Ich nutze soziale Medien...

Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Alle Befragten (664).

Abbildung 2:
Aus welchen Gründen nutzen Sie, wenn überhaupt, soziale Medien wie z. B. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube? Ich nutze soziale Medien...

■ männlich (n=342)
■ weiblich (n=322)

Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Alle Befragten (664)

...um mit meinen Freunden und / oder meiner Familie in Kontakt zu bleiben.



...um zu erfahren, was meine Freunde machen.



...um wichtigen / interessanten Persönlichkeiten zu folgen.



...um über das aktuelle Geschehen / Nachrichten aus Deutschland und der Welt auf dem Laufenden zu bleiben.



...um zu erfahren, was meinen Freunden wichtig ist.



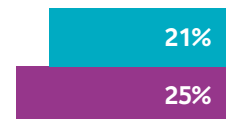
...um meine Freizeit zu organisieren.



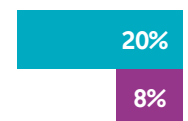
...um zu posten, was ich gerade mache.



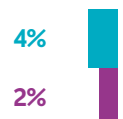
...um meine Meinung zu Themen, die mir wichtig sind, zu teilen.



...um mehr über Politikerinnen und Politiker und ihre Entscheidungen zu erfahren.

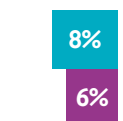


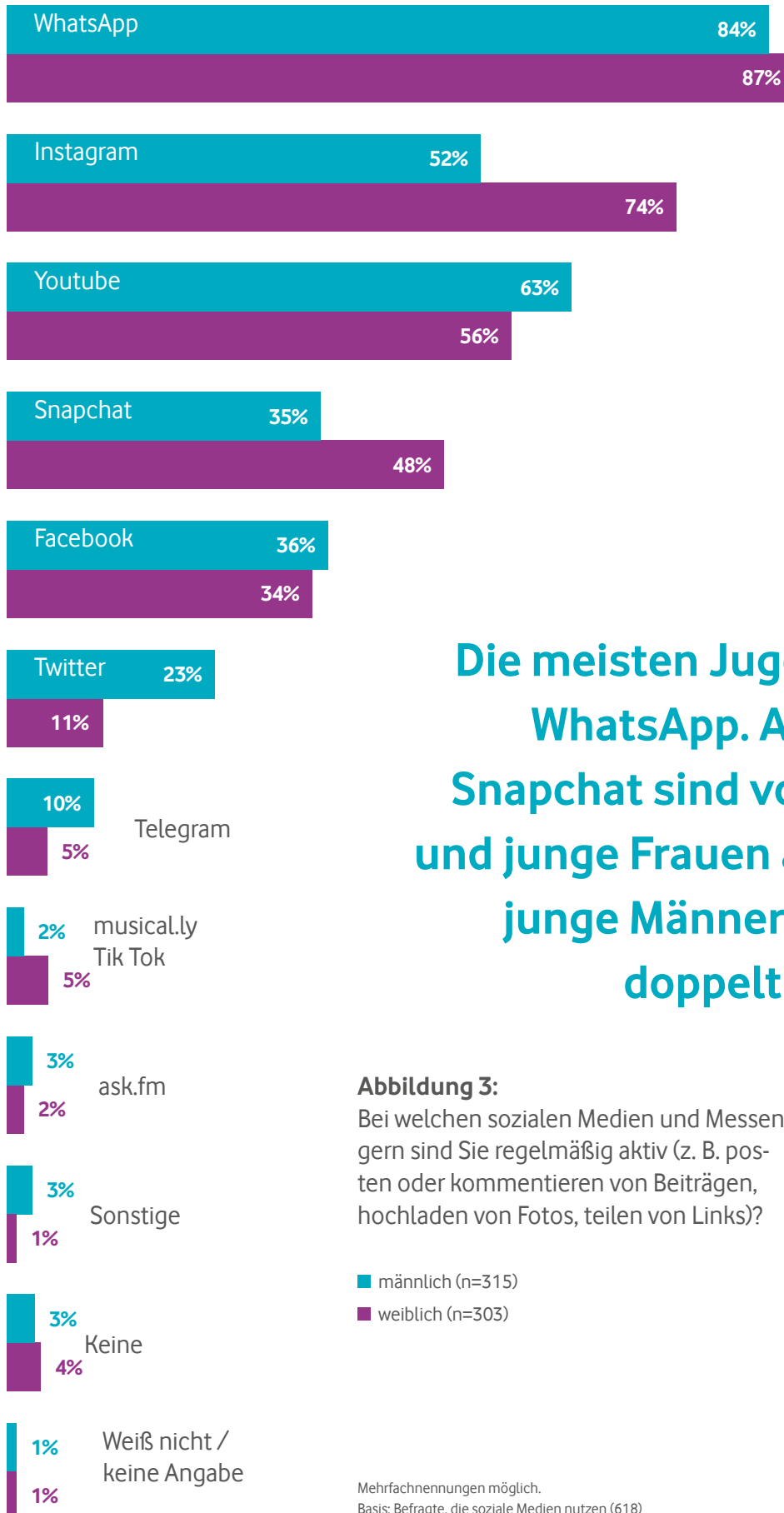
Sonstige Gründe



Für alle jungen Menschen sind soziale Medien eine wichtige Nachrichtenquelle. Besonders Mädchen nutzen soziale Medien zum Netzwerken und um Prominenten zu folgen.

Nicht zutreffend – ich nutze überhaupt keine sozialen Medien.





Die meisten Jugendlichen nutzen WhatsApp. Auf Instagram und Snapchat sind vor allem Mädchen und junge Frauen aktiv. Jungen und junge Männer nutzen hingegen doppelt so häufig Twitter.

Abbildung 3:

Bei welchen sozialen Medien und Messengern sind Sie regelmäßig aktiv (z. B. posten oder kommentieren von Beiträgen, hochladen von Fotos, teilen von Links)?

■ männlich (n=315)
■ weiblich (n=303)

Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)

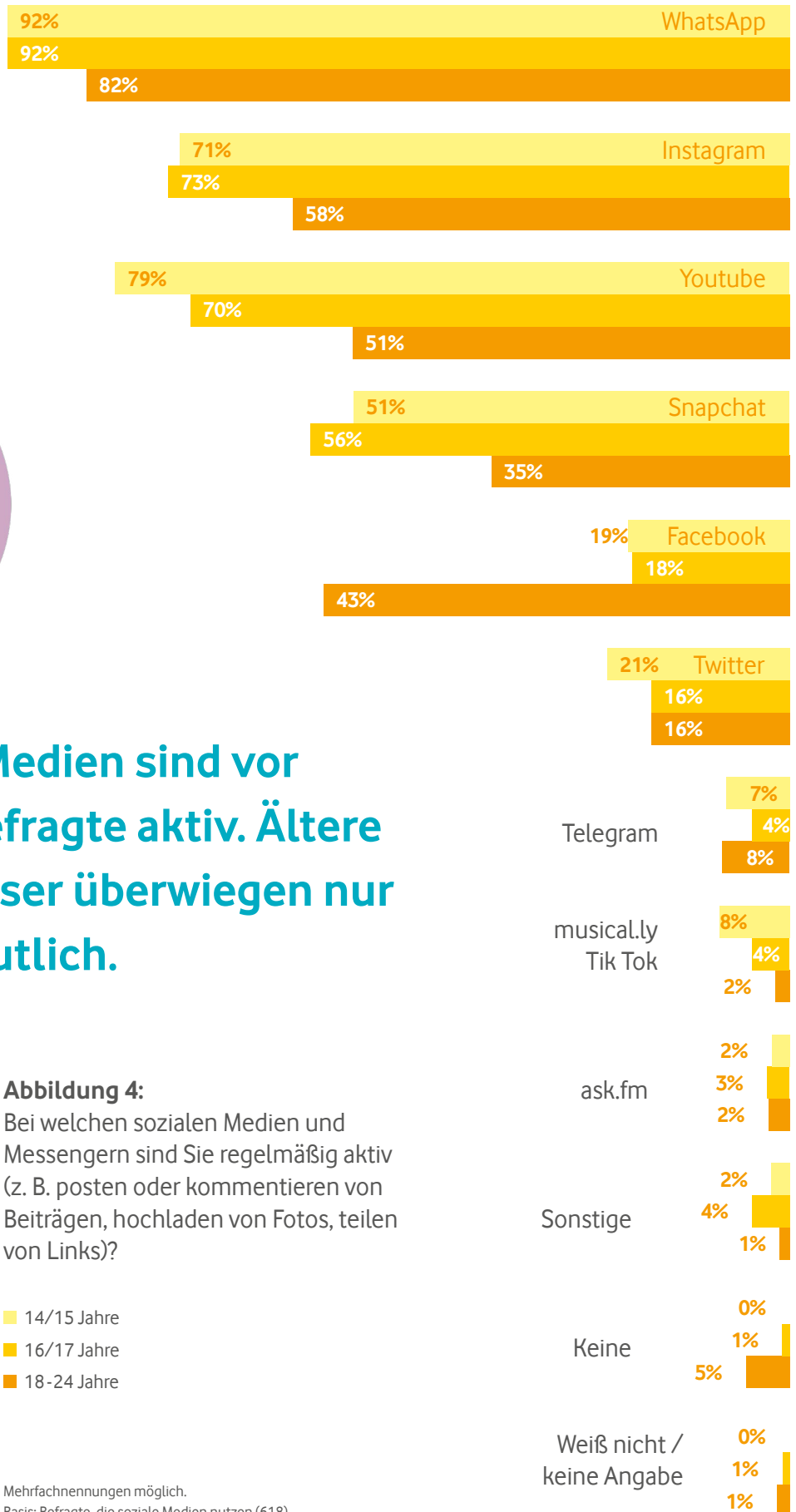


In den sozialen Medien sind vor allem jüngere Befragte aktiv. Ältere Userinnen und User überwiegen nur auf Facebook deutlich.

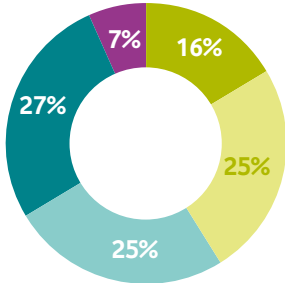
Abbildung 4: Bei welchen sozialen Medien und Messengern sind Sie regelmäßig aktiv (z. B. posten oder kommentieren von Beiträgen, hochladen von Fotos, teilen von Links)?

- 14/15 Jahre
- 16/17 Jahre
- 18-24 Jahre

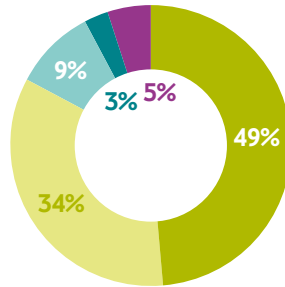
Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)



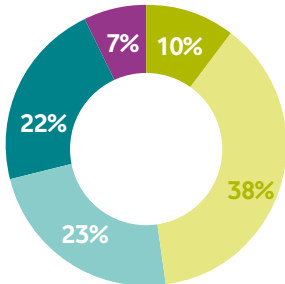
Ich poste in sozialen Medien nach Lust und Laune und teile Fotos und Kommentare eher spontan.



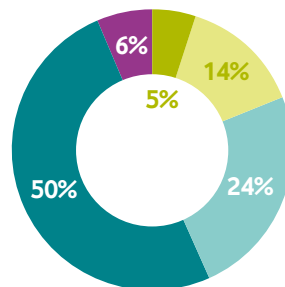
Ich überlege mir vorher immer genau, was ich in sozialen Medien poste.



Junge Menschen geben sich souverän und selbstbewusst im Umgang mit sozialen Medien. Immerhin jeder Dritte weiß jedoch nicht mit Anfeindungen im Netz umzugehen.



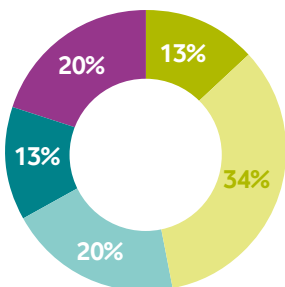
Mir ist wichtig, dass meine Beiträge in sozialen Medien geliked und / oder kommentiert werden.



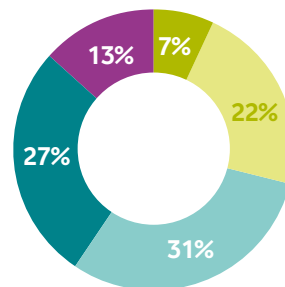
Ich mache mir oft Sorgen, dass ich mal für einen meiner Beiträge in sozialen Medien gemobbt werde.

Abbildung 5: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Nutzung von sozialen Medien zu?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme gar nicht zu
- Weiß nicht / keine Angabe



Wenn jemand etwas Falsches oder Beleidigendes über einen meiner Freunde oder Freundinnen in sozialen Medien postet, versuche ich es durch Kommentare / eigene Posts richtig zu stellen.



Wenn jemand etwas Falsches oder Beleidigendes über mich in sozialen Medien postet, weiß ich nicht, wie ich reagieren soll.

Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)



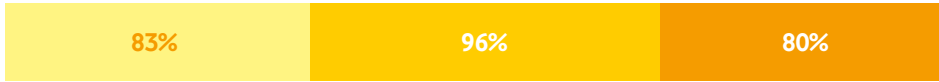
Das Ergebnis der Studie der Vodafone Stiftung zeigt, dass wir Junge Liberale jungen Menschen zurecht vertrauen. Digital Natives bewegen sich souverän in den sozialen Medien. Beim Umgang mit Fake News und Anfeindungen sind sie ganz und gar nicht naiv – der Wunsch nach mehr Aufklärung in der Schule bleibt aber zu oft unerfüllt.

Das Problem scheint oft die mangelnde Medienkompetenz der Älteren zu sein, das gilt leider für viele Lehrer, Eltern und auch Politiker. Während Horst Seehofer einen Twitter-Einstieg erst 2018 schafft und diesen mehrere Wochen im Voraus planen muss, hat der 13-Jährige Schüler schon lange durchschaut, wie er seine Meinung in 280 Zeichen äußern kann. Für junge Menschen bieten sich so großartige Chancen, schon früh an politischen und gesellschaftlichen Debatten teilzuhaben.

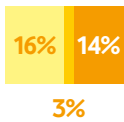
Abbildung 6:

Ich überlege mir vorher immer genau, was ich in sozialen Medien poste.

Top2Box (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)



Bottom2Box (Stimme eher nicht zu / stimme gar nicht zu)



- 14/15 Jahre
- 16/17 Jahre
- 18-24 Jahre

Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)

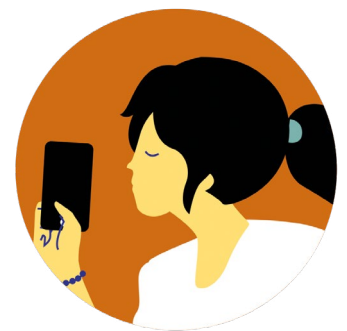
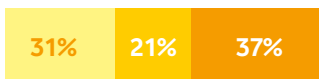
Verglichen mit jüngeren und älteren Jugendlichen geben insbesondere 16- und 17-Jährige häufig an, sich sehr bewusst und tendenziell kritischer in den sozialen Medien zu bewegen.

Wenn jemand etwas Falsches oder Beleidigendes über einen meiner Freunde oder Freundinnen in sozialen Medien postet, versuche ich es durch Kommentare / eigene Posts richtig zu stellen.

Top2Box (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)



Bottom2Box (Stimme eher nicht zu / stimme gar nicht zu)

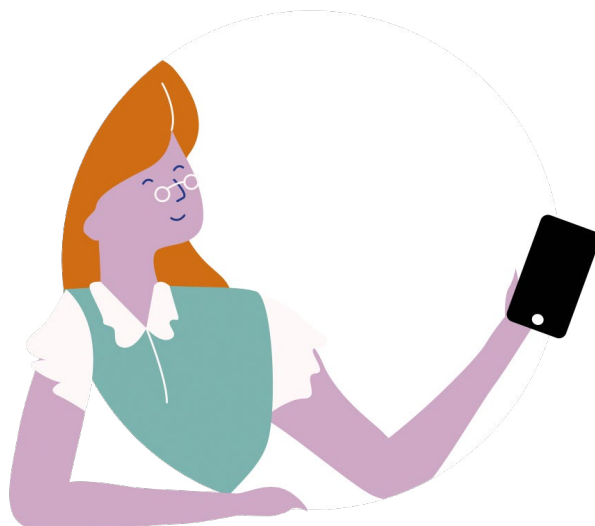
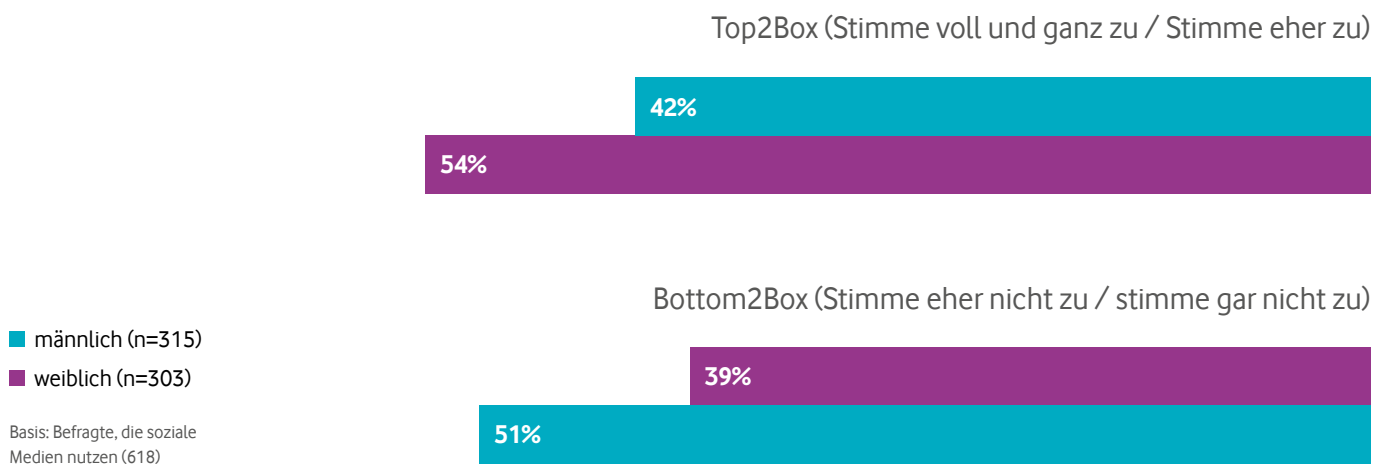


Sie engagieren sich auch häufiger gegen Hasskommentare mit eigenen Posts.

Vor allem Mädchen und jungen Frauen ist positives Feedback in den sozialen Medien wichtig.

Abbildung 7:

Mir ist wichtig, dass meine Beiträge in sozialen Medien geliked und /oder kommentiert werden.

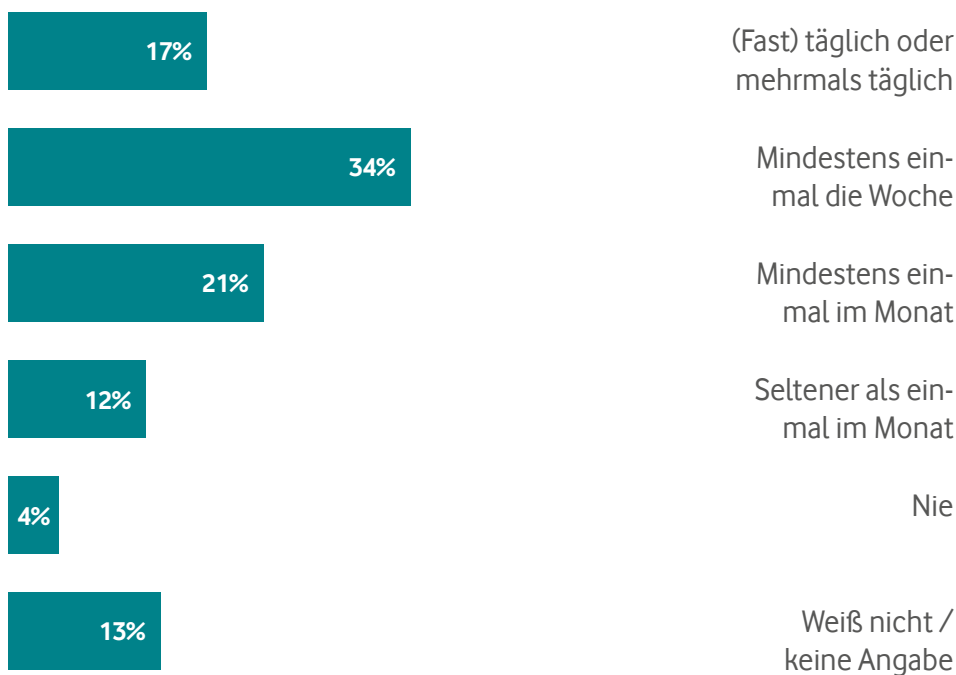


Die Hälfte der befragten Jugendlichen stößt mindestens einmal wöchentlich auf Falschnachrichten, die in den sozialen Medien verbreitet werden, fast jeder Fünfte sogar täglich.

Abbildung 8:

Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder einfach falsch sind, werden „Fake News“ (Falschnachrichten) genannt. Wie oft ungefähr stoßen Sie in den sozialen Medien auf Nachrichten oder Informationen, von denen Sie das Gefühl haben, dass sie die Realität falsch darstellen oder eindeutig falsch sind?

Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618); Frage wurde übernommen aus dem Flash Eurobarometer 464 „Fake news and disinformation online“, April 2018



(Fast) täglich oder mehrmals täglich / Mindestens einmal die Woche



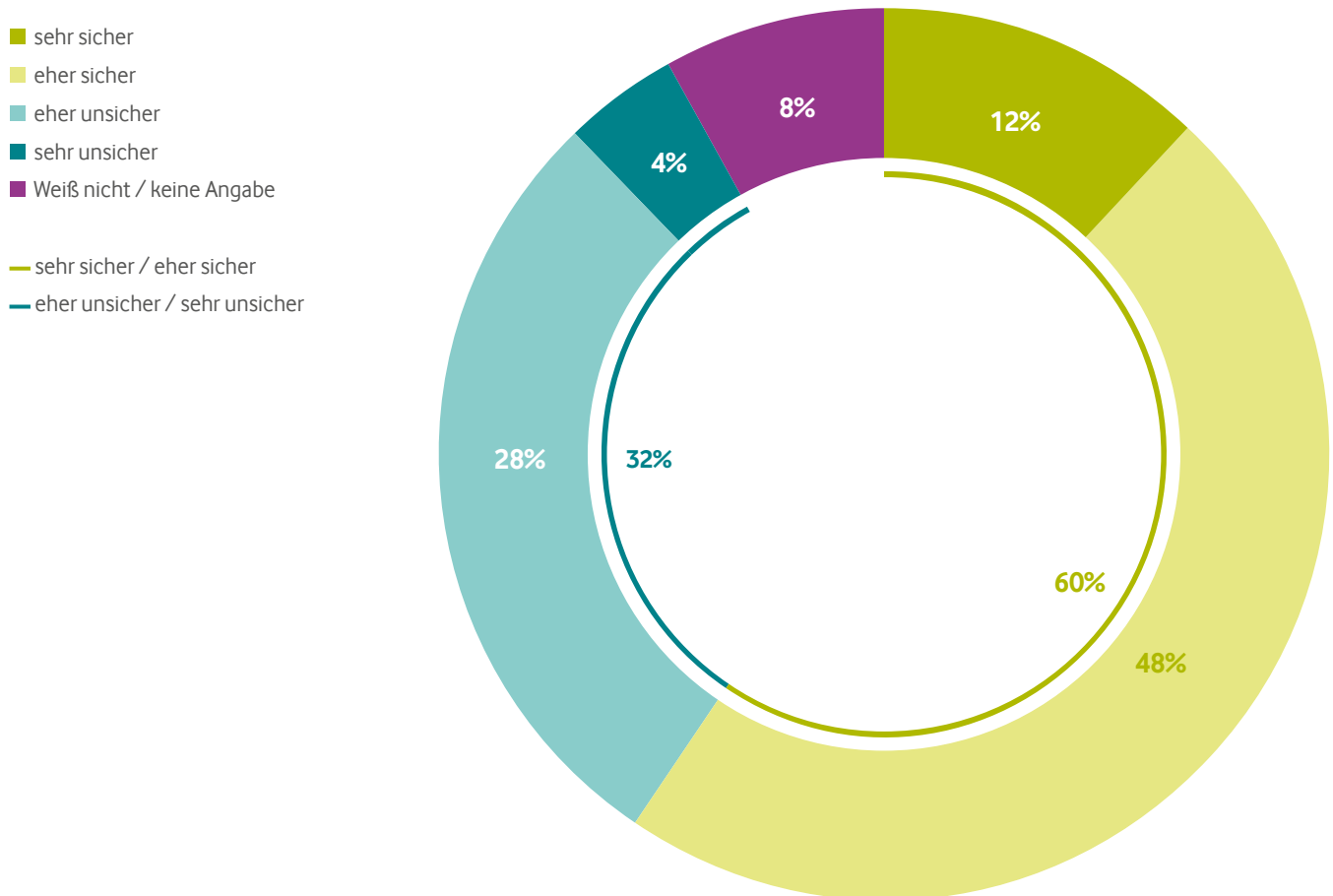
Mindestens einmal im Monat / Seltener als einmal im Monat



Mehrheitlich sind junge Menschen davon überzeugt, „Fake News“ identifizieren zu können. Rund ein Drittel ist sich diesbezüglich jedoch unsicher.

Abbildung 9:

Wie sicher oder unsicher sind Sie, dass Sie Falschnachrichten („Fake News“) in den sozialen Medien erkennen können?



Vor allem Jungen und junge Männer glauben, „Fake News“ sicher erkennen zu können. Nur sehr wenige Mädchen behaupten das von sich.

Abbildung 10:

Wie sicher oder unsicher sind Sie, dass Sie Falschnachrichten („Fake News“) in den sozialen Medien erkennen können?

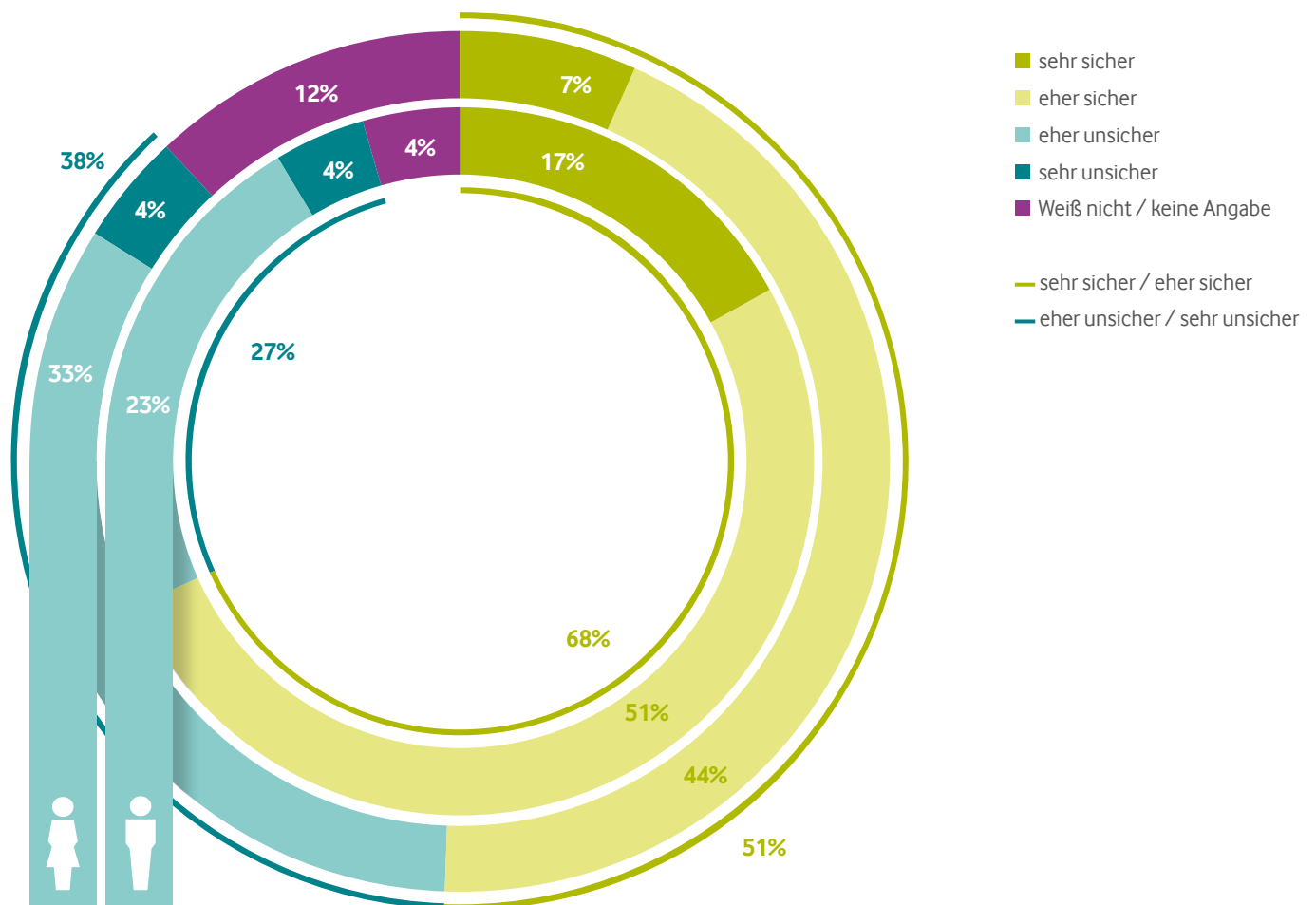
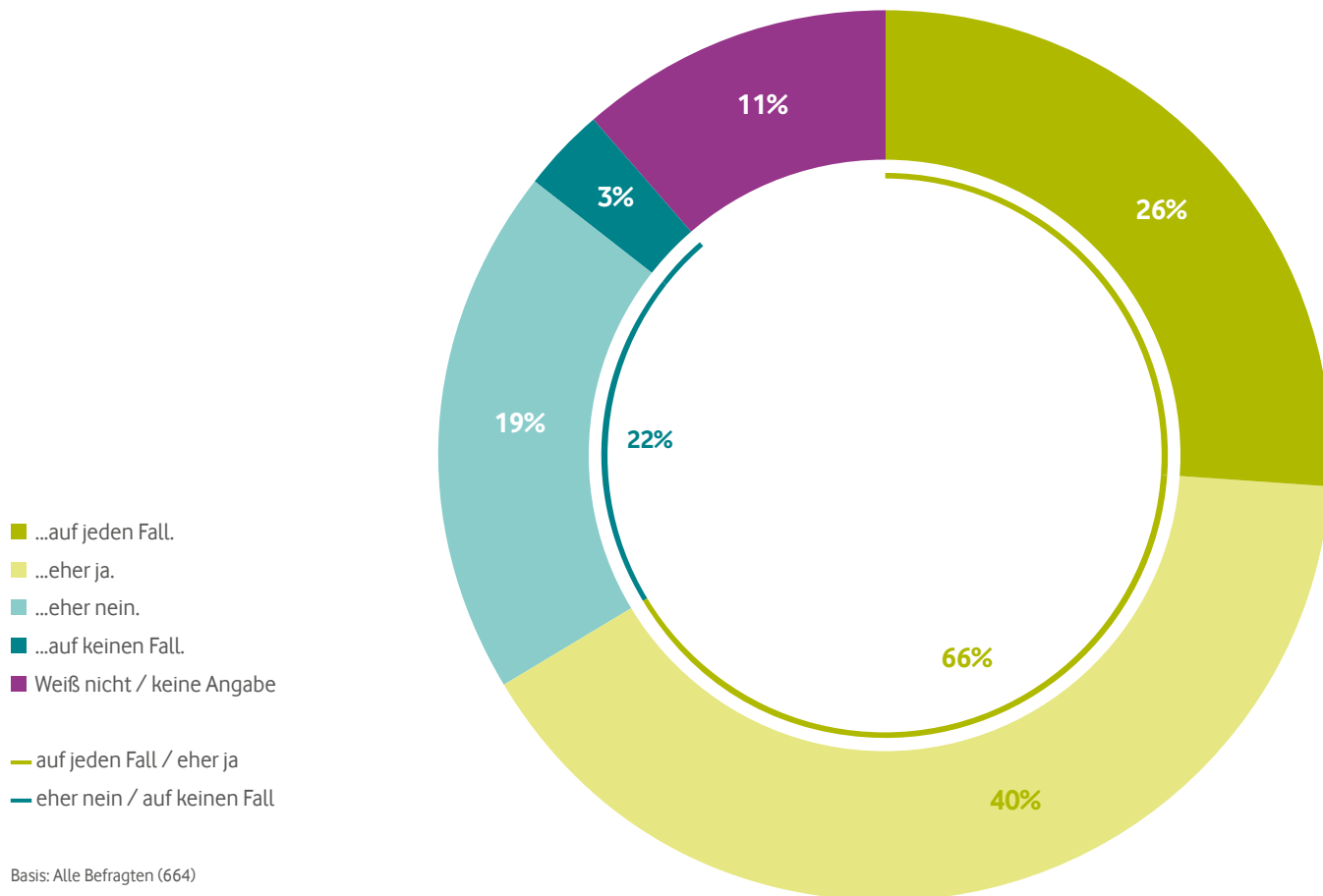


Abbildung 11:

Gefährden „Fake News“ aus Ihrer Sicht den Zusammenhalt der Gesellschaft in Deutschland oder nicht? „Fake News gefährden den Zusammenhalt unserer Gesellschaft...“

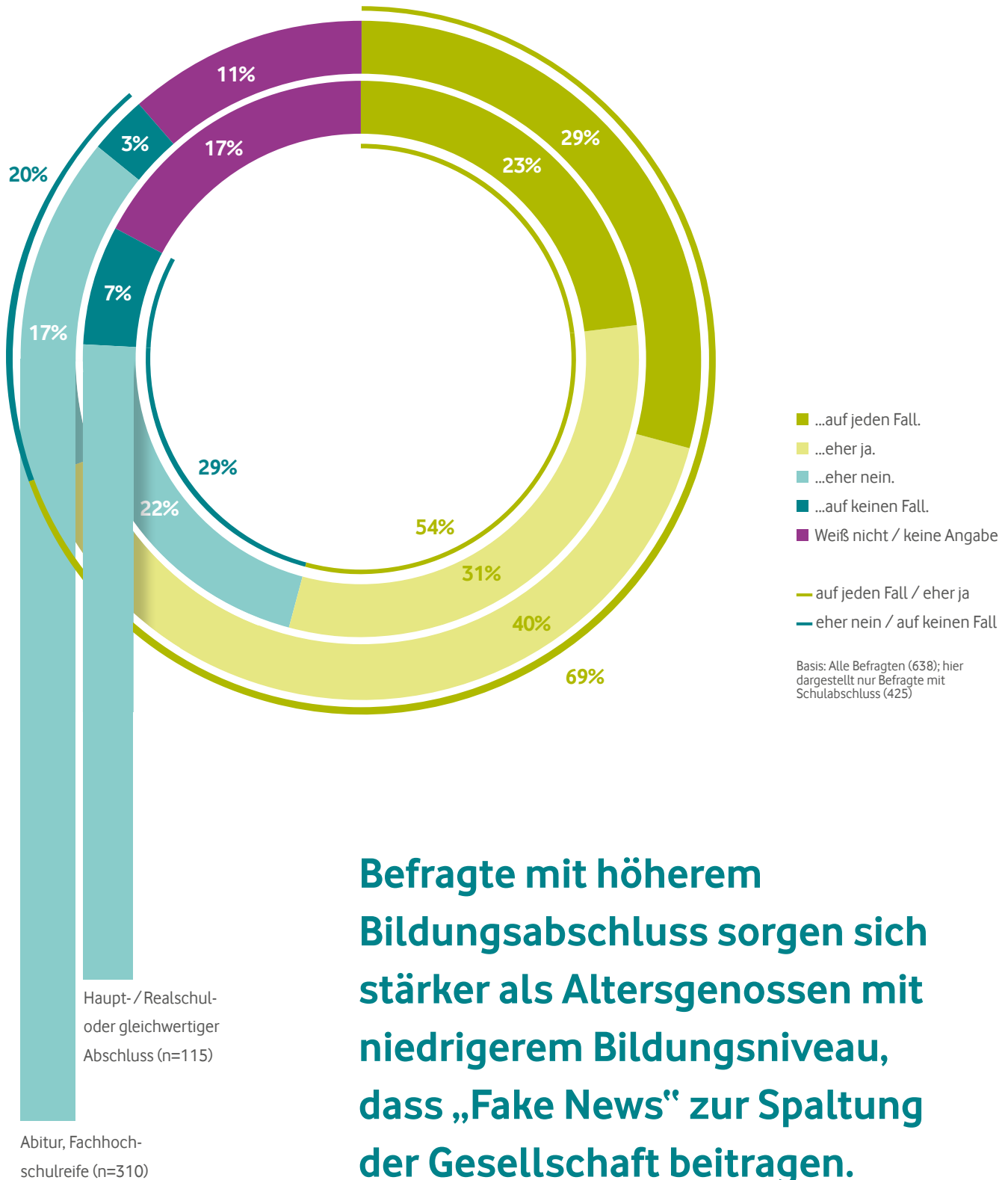


Die Mehrheit der jungen Menschen in Deutschland befürchtet durch „Fake News“ negative Folgen für den Zusammenhalt in der Gesellschaft.



Abbildung 12:

Gefährden „Fake News“ aus Ihrer Sicht den Zusammenhalt der Gesellschaft in Deutschland oder nicht? „Fake News gefährden den Zusammenhalt unserer Gesellschaft...“



Aus Sicht der Jugendlichen müssen sich Wirtschaft, Medien, Politik und Zivilgesellschaft gemeinsam gegen „Fake News“ einsetzen.

Abbildung 13:
Welche der folgenden Institutionen oder Personengruppen sollten Ihrer Meinung nach aktiv handeln, damit sich „Fake News“ nicht weiterverbreiten?

Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Alle Befragten (664); Frage wurde übernommen aus dem Flash Eurobarometer 464 „Fake news and disinformation online“, April 2018



Immerhin jeder Vierte hat schon einmal „Fake News“, auf die er in den sozialen Medien gestoßen ist, gemeldet.



Abbildung 14:

Haben Sie schon einmal „Fake News“ bei sozialen Medien (z. B. auf YouTube, Facebook, Twitter) gemeldet?

- Ja 26%
- Nein 74%

Basis: Alle Befragten (664)

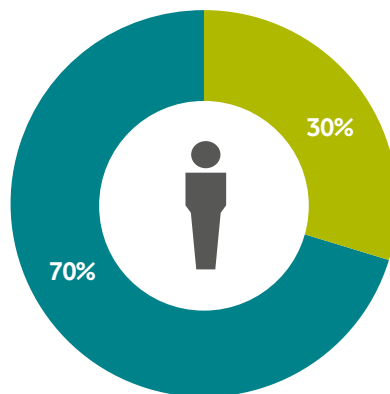
Jungen und jungen Männer melden „Fake News“ in den sozialen Medien häufiger als Mädchen und junge Frauen.

Abbildung 15:

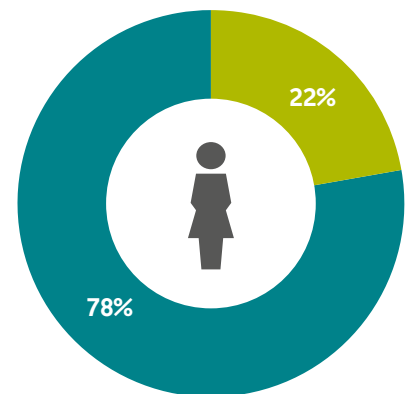
Haben Sie schon einmal „Fake News“ bei sozialen Medien (z. B. auf YouTube, Facebook, Twitter) gemeldet?

■ Ja
■ Nein

Basis: Alle Befragten (664)



männlich (n=342)



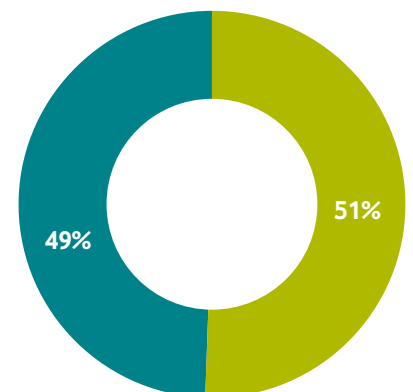
weiblich (n=322)

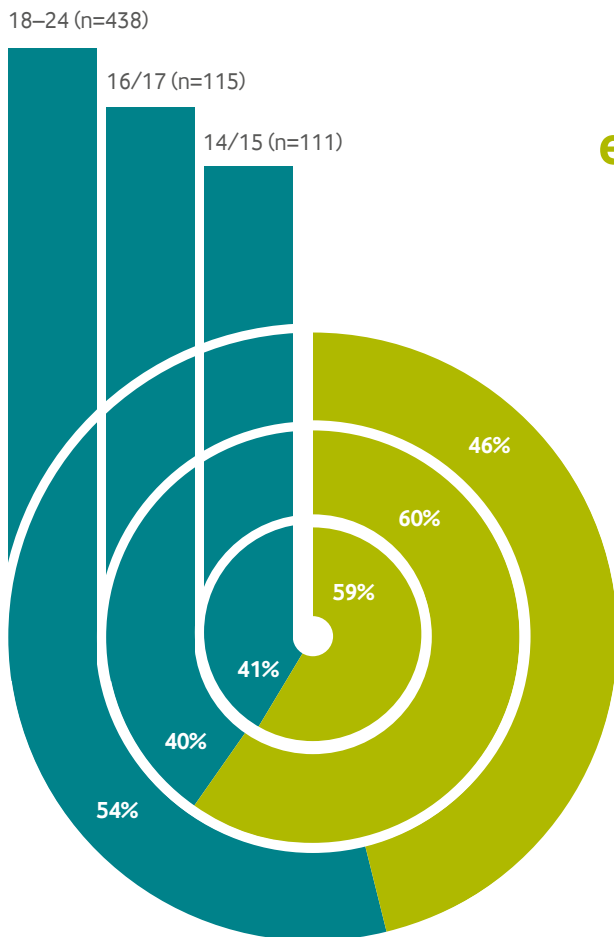
Jugendliche setzen sich für andere ein: Hasskommentare wurden von mehr als der Hälfte der Befragten schon einmal gemeldet.

Abbildung 16:

Haben Sie schon einmal Hasskommentare bei sozialen Medien (z. B. auf YouTube, Facebook, Twitter) gemeldet?

■ Ja
■ Nein





Vor allem Jüngere zeigen sich engagiert, wenn es darum geht, Hasskommentare zu melden.

Abbildung 17:
Haben Sie schon einmal Hasskommentare bei sozialen Medien (z. B. auf YouTube, Facebook, Twitter) gemeldet?

Basis: Alle Befragten (664)

- Ja
- Nein

Mehr als die Hälfte der Jugendlichen gibt an, dass ihre Beschwerde zu „Fake News“ und/oder Hasskommentaren keinen Erfolg hatte oder sehr verzögert bearbeitet wurde.

- Die Beschwerde hatte keinen Erfolg.
- Die Beschwerde hatte Erfolg, aber die Reaktion auf meine Beschwerde hat meiner Meinung nach zu lange gedauert.
- Die Beschwerde hatte Erfolg und die Reaktion auf meine Beschwerde erfolgte auch zeitnah.
- Weiß nicht / keine Angabe

Basis: Befragte, die schon einmal Fake News und / oder Hasskommentare gemeldet haben (367)

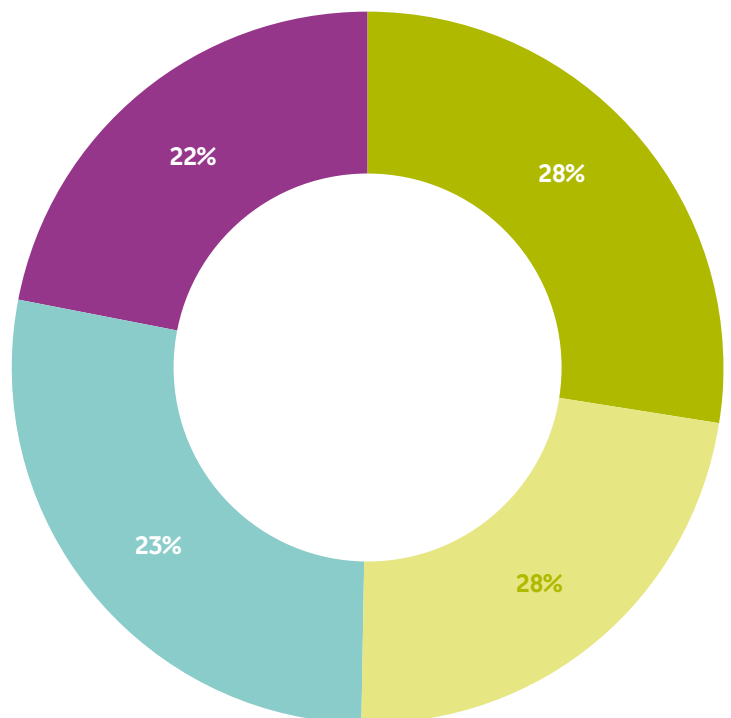
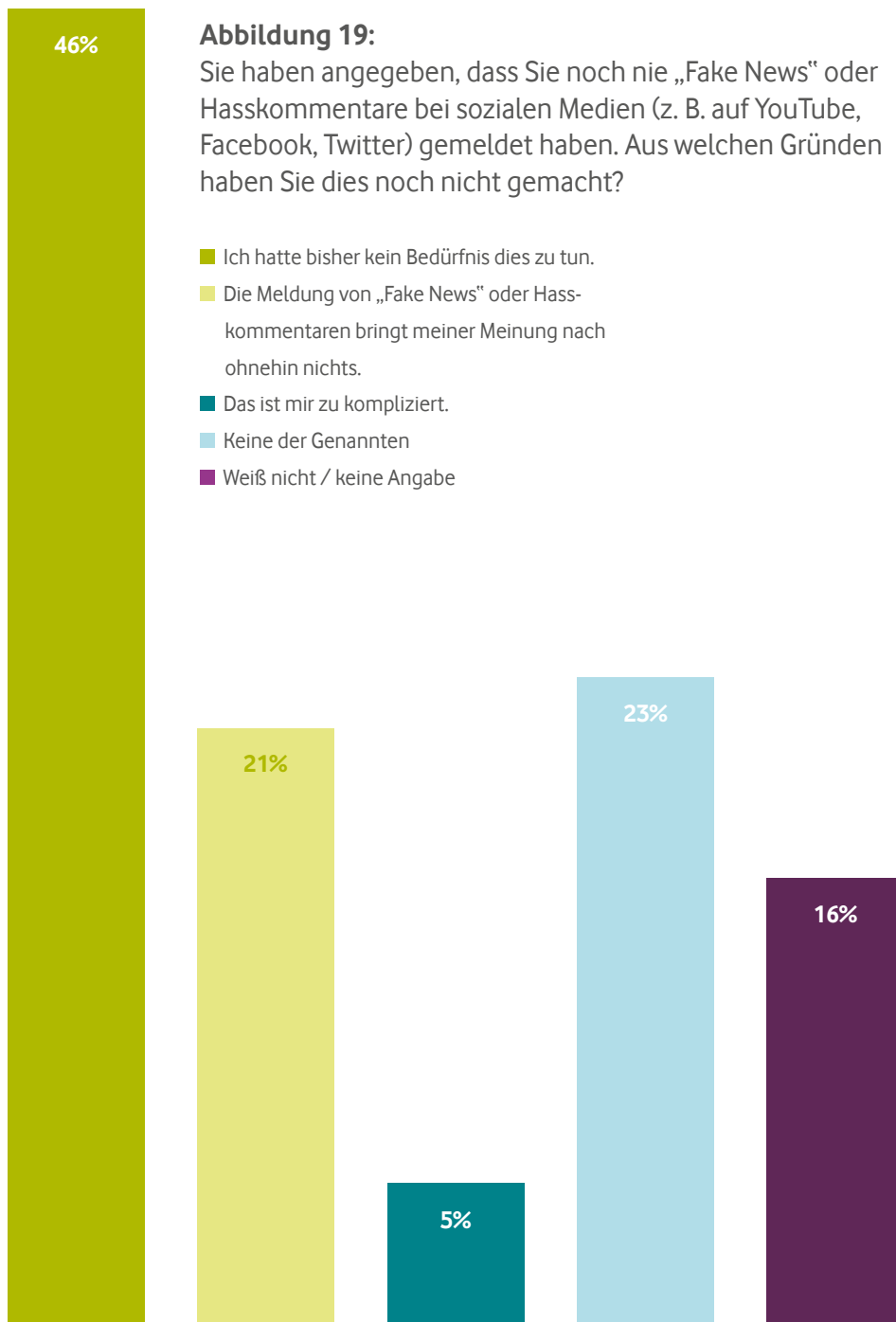


Abbildung 18:

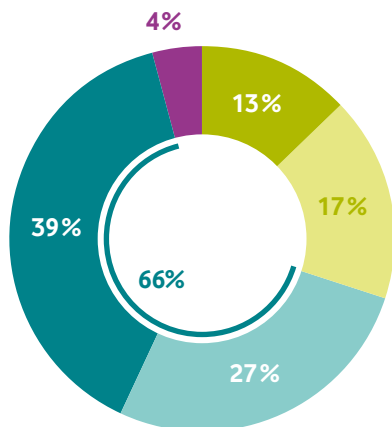
War diese Beschwerde erfolgreich? Bitte wählen Sie die am ehesten zutreffende Antwort aus. Wenn Sie bereits mehrere Meldungen gemacht haben, beziehen Sie sich bitte auf Ihre letzte Beschwerde.



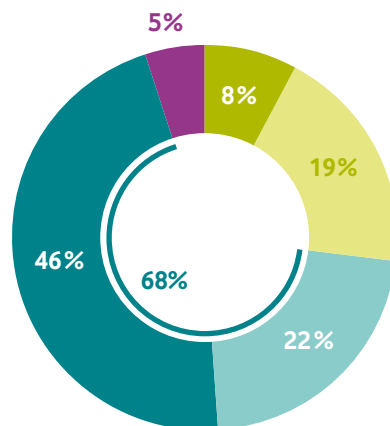
Rund jeder Fünfte ist resigniert und glaubt nicht, dass es etwas bringt, „Fake News“ oder Hasskommentare zu melden.



Im Schulunterricht haben wir darüber gesprochen, was „Fake News“ sind und wie man damit umgeht.



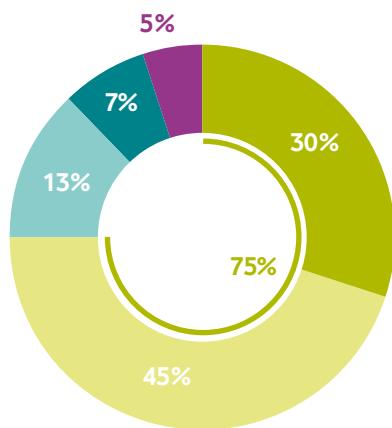
Im Schulunterricht haben wir darüber gesprochen, was Hasskommentare sind und wie man damit umgeht.



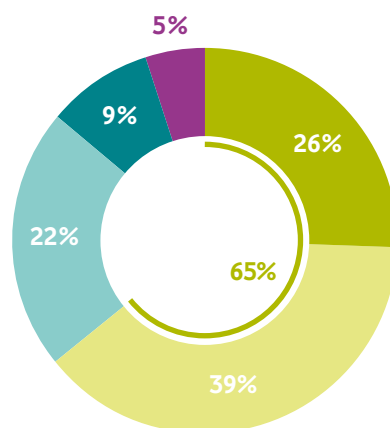
Der Umgang mit „Fake News“ und Hasskommentaren spielt im Unterricht kaum eine Rolle. Der Wunsch nach mehr Aufklärung zu diesen Themen in der Schule ist jedoch groß unter Jugendlichen.

Abbildung 20:
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- Stimme voll und ganz zu
 - Stimme eher zu
 - Stimme eher nicht zu
 - Stimme gar nicht zu
 - Weiß nicht / keine Angabe
-
- Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu
 - Stimme eher nicht zu / Stimme gar nicht zu



Ich fände es gut, wenn wir in der Schule mehr dazu lernen würden, woran man „Fake News“ erkennt und wie man damit umgeht.



Ich fände es gut, wenn wir in der Schule mehr dazu lernen würden, woran man Hasskommentare erkennt und wie man damit umgeht.



Der richtige Umgang mit sozialen Medien gehört auf jeden Stundenplan. Laut Studie sehen zwei Drittel der Befragten den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland durch „Fake News“ gefährdet. Dem können wir sehr gut durch Präventionsmaßnahmen in der Schule entgegenwirken.

Falko Mohrs
SPD-Bundestagsabgeordneter

Junge Menschen informieren sich bei Fragen zu sozialen Medien meist selbst im Netz. Mädchen fragen häufiger auch ihre Freunde um Rat. Nur jeder Zehnte wendet sich an seine Eltern.

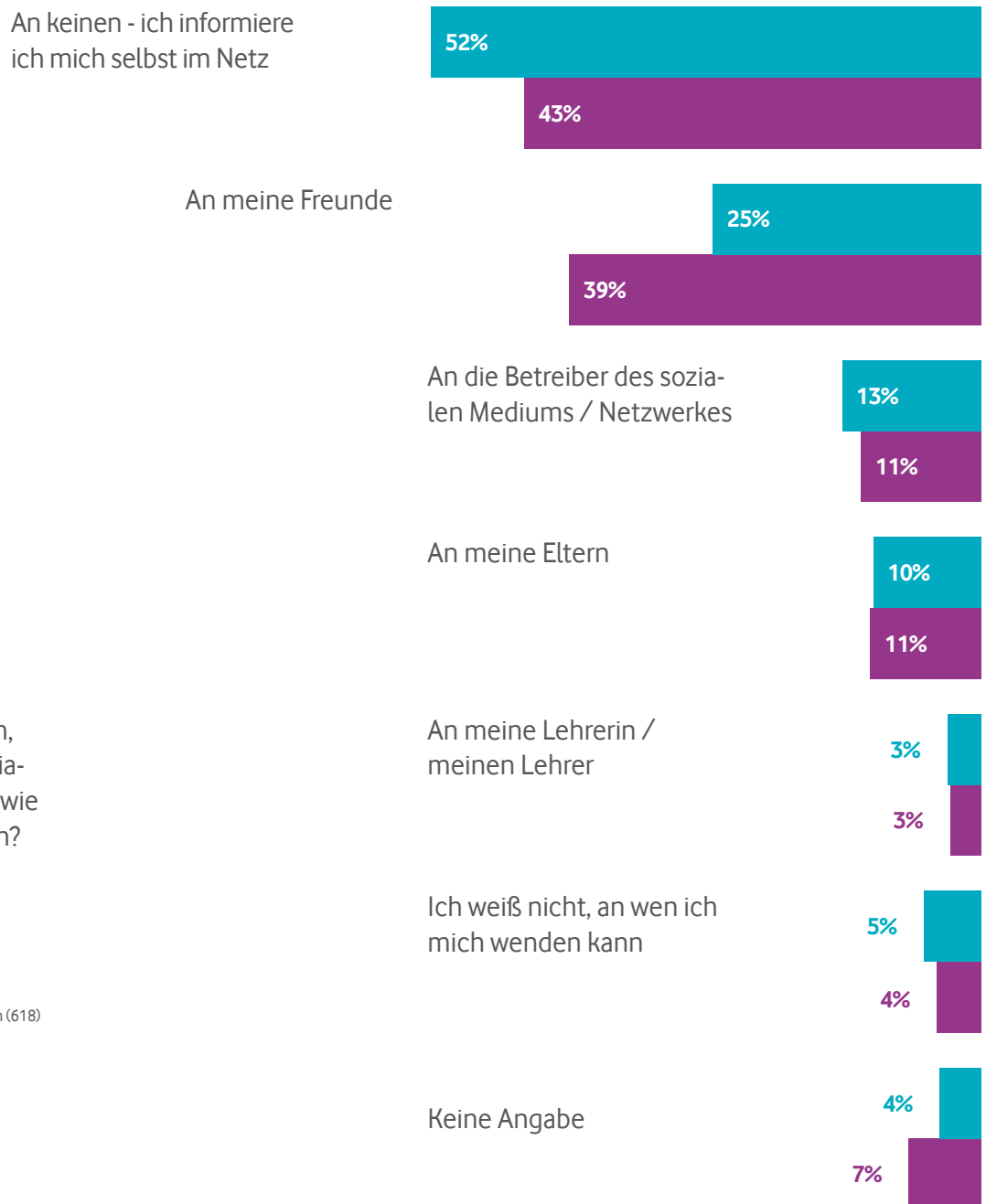


Abbildung 21:

An wen wenden Sie sich, wenn Sie Fragen zu sozialen Medien haben, z. B. wie Sie sich verhalten sollen?

■ männlich (n=315)

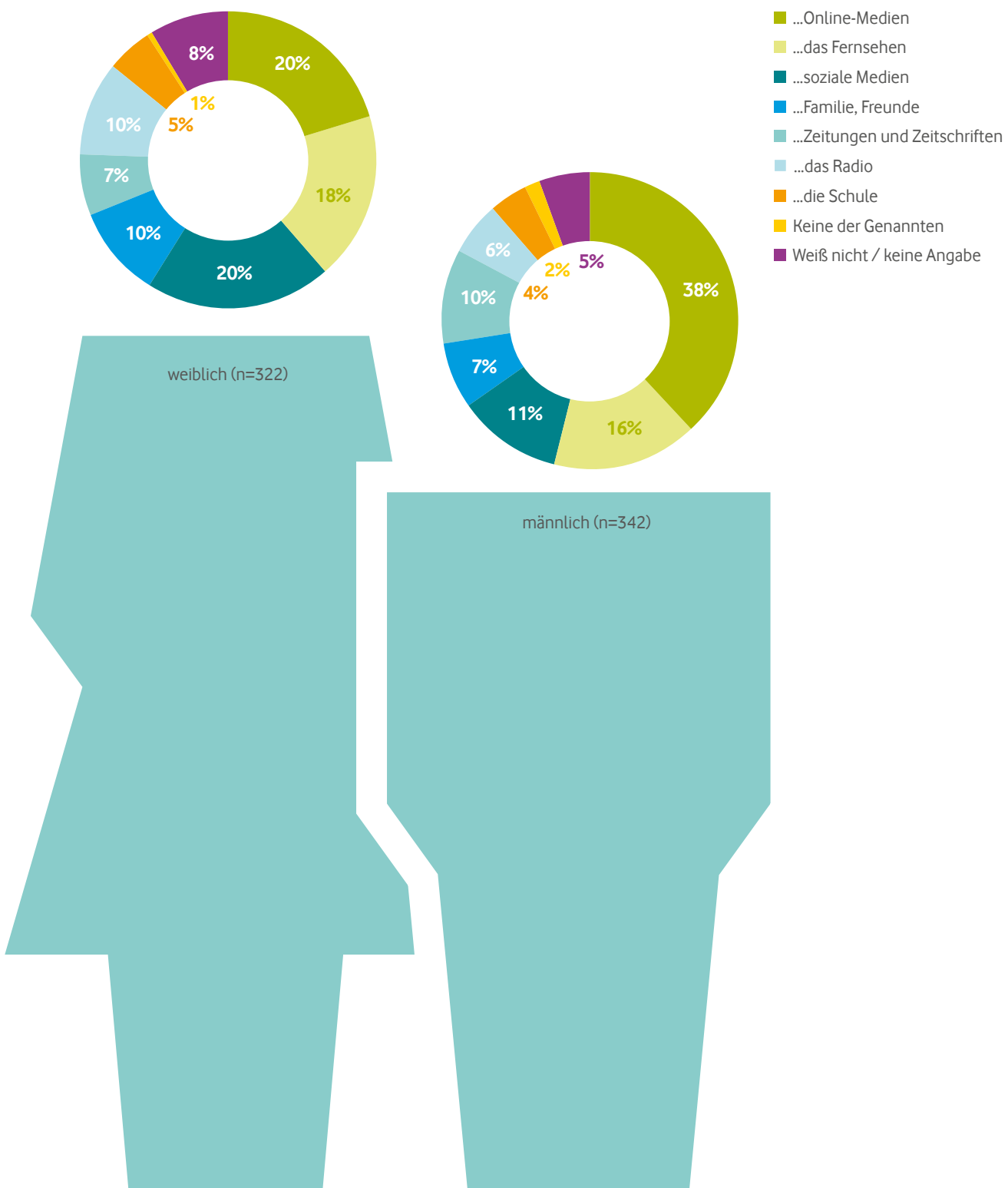
■ weiblich (n=303)

Mehrfachnennungen möglich.
Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)

Für Jungen und junge Männer sind Online-Medien die wichtigste Nachrichtenquelle, Mädchen und junge Frauen nutzen ebenso häufig soziale Medien und das Fernsehen.

Abbildung 22:
Was aktuell gesellschaftlich und politisch in Deutschland passiert, erfahre ich vor allem durch...?

Basis: Alle Befragten (664)

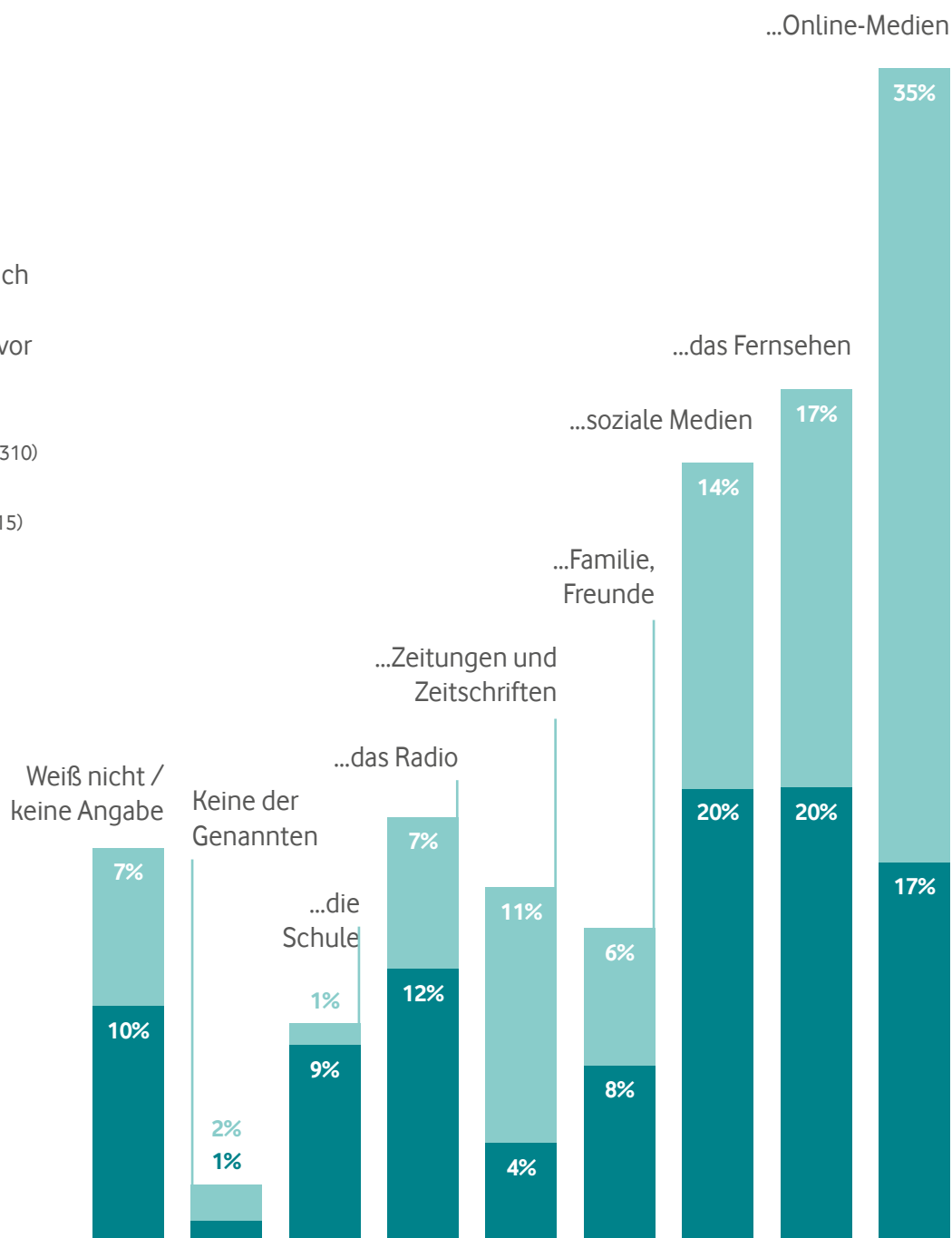


Für Befragte mit höherem Bildungsabschluss stehen Online-Medien an erster Stelle, um das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt zu verfolgen.

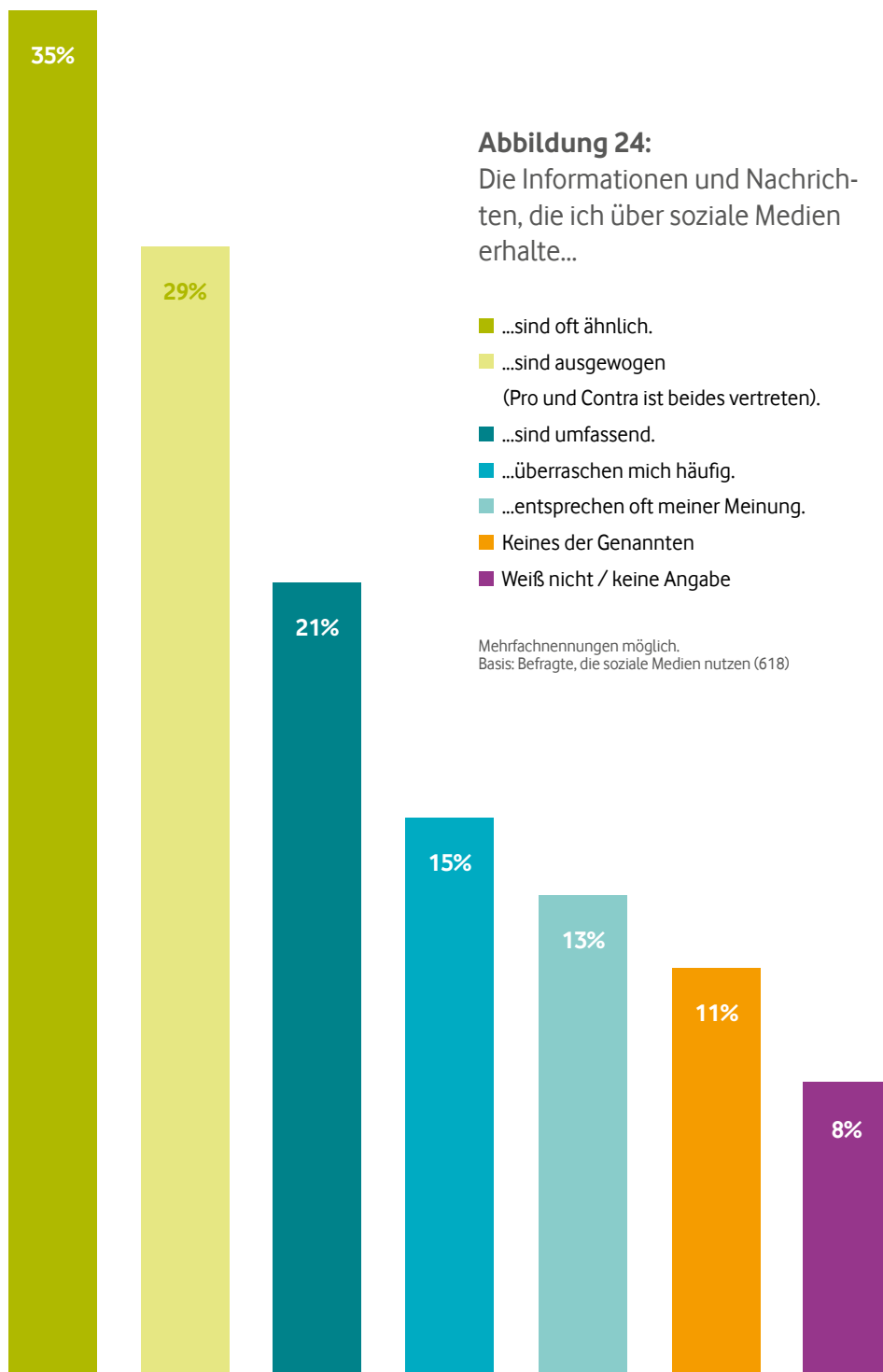
Abbildung 23:
Was aktuell gesellschaftlich und politisch in Deutschland passiert, erfahre ich vor allem durch...?

■ Abitur / Fachhochschulreife (n=310)
■ Haupt- / Realschul oder gleichwertiger Abschluss (n=115)

Basis: Alle Befragten (638); hier dargestellt nur Befragte mit Schulabschluss (425)



Nicht einmal jeder Dritte hält die Informationen und Nachrichten, die er über die sozialen Medien erhält, für ausgewogen.

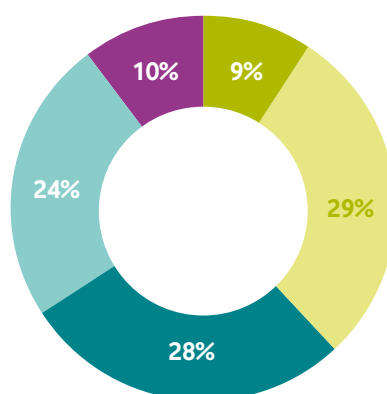


Jugendliche und junge Erwachsene nehmen auch die Politik und Politiker über soziale Medien in den Blick. Gut jeder Vierte folgt Politikerinnen und Politikern und/oder Parteien.

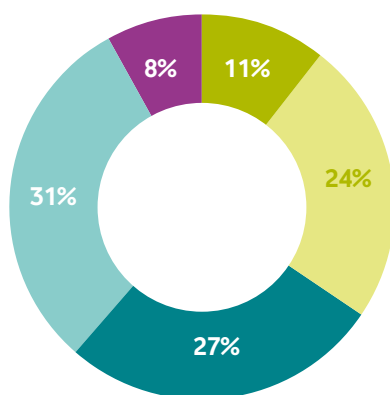
Abbildung 25:
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme gar nicht zu
- Weiß nicht / keine Angabe

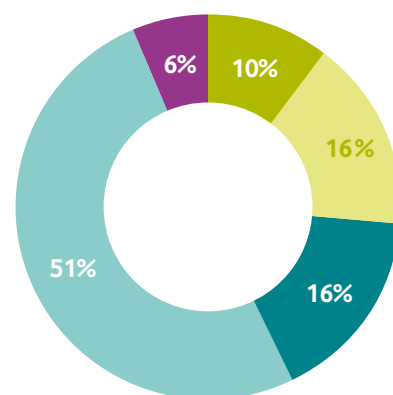
Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)



Wenn Politikerinnen und Politiker in den sozialen Medien aktiv sind, motiviert mich das, mich über politische Themen zu informieren.



Ich kann mir vorstellen, bei Fragen Politikerinnen und Politiker über soziale Medien anzusprechen.

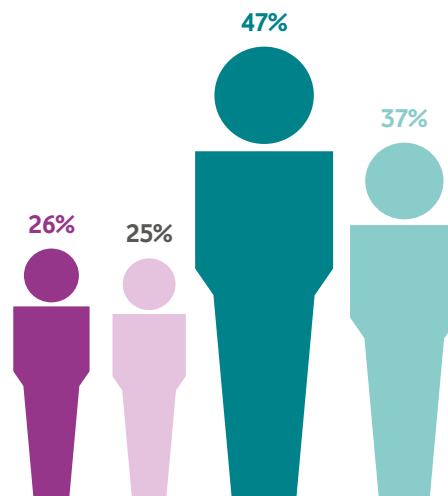


Ich folge Politikerinnen und Politikern sowie Parteien in den sozialen Medien.

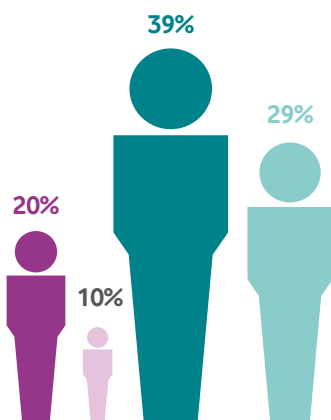
Deutlich mehr männliche Befragte interessieren sich für die Auftritte politischer Entscheidungsträger in den sozialen Medien. Das politische Interesse steigt erwartungsgemäß mit dem Alter.



Wenn PolitikerInnen in den sozialen Medien aktiv sind, motiviert mich das, mich über politische Themen zu informieren (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)



Ich kann mir vorstellen, bei Fragen Politikerinnen und Politiker über soziale Medien anzusprechen (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)



Ich folge PolitikerInnen und Politikern sowie Parteien in den sozialen Medien (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)

Abbildung 26:
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

■ männlich	14–17 Jahre
■ männlich	18–24 Jahre
■ weiblich	14–17 Jahre
■ weiblich	18–24 Jahre

Basis: Befragte, die soziale Medien nutzen (618)

Soziale Medien sind für mich als Politikerin eine wichtige Möglichkeit Menschen direkt in ihrer Wirklichkeit und ihrem Alltag anzusprechen, über meine Arbeit zu informieren und für meine politischen Positionen zu werben. Aus der Studie nehme ich mit, dass die jungen Menschen in Deutschland die sozialen Medien sehr kompetent und verantwortlich benutzen. Das sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass Medienkompetenz und der Umgang mit sozialen Medien in Schulen häufig immer noch stiefmütterlich behandelt werden. Das muss sich ändern.

Terry Reintke

Abgeordnete des Europäischen Parlaments (Bündnis 90/Die Grünen)



Impressum

Über die Vodafone Stiftung Deutschland:

Die Vodafone Stiftung ist eine gemeinnützige Unternehmensstiftung, die Teil des internationalen Vodafone Stiftungsnetzwerkes ist. Schwerpunkt der Arbeit ist die Förderung von Bildung, um die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Teilhabechancen im digitalen Zeitalter zu verbessern. Hierfür werden wissenschaftliche Studien sowie eigene Modellprojekte initiiert und ausgewählte Organisationen in ihrer praktischen Arbeit unterstützt.

www.vodafone-stiftung.de

Über die Initiative Klickwinkel

Klickwinkel möchte junge Menschen zu souveränen Gestaltern digitaler Medien machen. Für eine starke und lebendige Demokratie in einer digitalisierten Gesellschaft. Die Initiative wurde von der Vodafone Stiftung ins Leben gerufen und steht unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten. Kooperationspartner sind die HAW-Hamburg, Teach First Deutschland und Zeit für die Schule.

www.klickwinkel.de

Herausgeberin:

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH

Ferdinand-Braun-Platz 1

40549 Düsseldorf

info@vodafone-stiftung.de

www.vodafone-stiftung.de

Verantwortlich: Inger Paus

Projektleiterin:

Dr. Johanna Börsch-Supan

Gestaltung:

Nick Böse

Robin Kupski

© Vodafone Stiftung Deutschland, Oktober 2018



**Vodafone
Stiftung
Deutschland**

KLICK WINKEL

WEITE DEINEN
DIGITALEN BLICK



Schirmherrschaft



Der Bundespräsident

Eine Initiative der



Vodafone
Stiftung
Deutschland

In Kooperation mit



HAW
HAMBURG



Teach First
Deutschland

ZEIT FÜR DIE SCHULE