



upgrade
democracy

Studie | September 2024

Präventiv, reaktiv, restriktiv?

Maßnahmen gegen Desinformationen aus Sicht der
Bevölkerungen in Deutschland und den USA

Lukas Bernhard, Leonie Schulz, Cathleen Berger, Kai Unzicker

Präventiv, reaktiv, restriktiv?

Maßnahmen gegen Desinformationen aus Sicht der
Bevölkerungen in Deutschland und den USA

Lukas Bernhard, Leonie Schulz, Cathleen Berger, Kai Unzicker

Inhalt

Kernergebnisse	5
1. Digitale Diskurse und Wahlen: Welche Rolle spielen Falschinformationen?	8
2. Wer tritt Desinformation entgegen?	11
2.1 Auf wen kommt es an? Relevanz für den Umgang mit Desinformation	12
2.2 Wer steht in der Pflicht? Verantwortung für den Umgang mit Desinformation	13
2.3 Wer hat die Fähigkeiten? Kompetenz im Umgang mit Desinformation	14
3. Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformation: Ein Spannungsfeld	18
3.1 Unterschiede nach Geschlecht, Alter und politischer Orientierung	19
3.2 Unterschiedliche Bewertung von Themen	22
4. Nicht eine, sondern viele Maßnahmen wirken im Zusammenspiel gegen Desinformation	25
4.1 Einordnung und Bewertung potenzieller Maßnahmen	27
4.2 Einordnung von Maßnahmen entlang der Wahlabsicht	30
5. Politische Forderungen	32
6. Vergleich mit den Vereinigten Staaten	36
7. Fazit	41
Literatur	44
Impressum	47



Kernergebnisse

Deutschland

Desinformation wird nach Ansicht der Deutschen vor allem im Zusammenspiel verschiedener Akteur:innen erfolgreich eingegrenzt: Die Mehrheit der Befragten bewertet den Einsatz gegen Desinformationen von Schulen, Medien, Politik und Plattformen, aber auch den Bürger:innen selbst, als „sehr wichtig“.

Die Verantwortung für die Umsetzung von Gegenmaßnahmen sehen die Befragten insbesondere bei der Politik: Ein Drittel sieht die nationale Politik am ehesten in der Pflicht, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern. Seltener wird bei dem Thema (bislang) an die Rolle und Verantwortung der Europäischen Union gedacht (5 Prozent). Plattformen (22 Prozent) und Medien (21 Prozent) tragen aus Sicht der Deutschen ebenfalls wesentliche Verantwortung.

Verantwortung heißt nicht gleich Kompetenz. Die größte Kompetenz, etwas zu verbessern, wird den Bürger:innen zugeschrieben: 20 Prozent trauen sich selbst und ihren Mitbürger:innen am ehesten zu, etwas zu verbessern, 17 Prozent am ehesten den Medien und 14 Prozent sogar niemandem von den abgefragten Akteur:innen. Nur 13 Prozent schreiben der Politik in Deutschland Kompetenz für Verbesserungen zu. Die Lücke zwischen Anspruch und Zutrauen ist hier besonders hoch, was aber nicht unmittelbar mit dem Thema „Desinformation“ zu tun haben muss, sondern eher Ausdruck einer allgemeinen Vertrauenskrise von Politik und Regierung sein kann.

Im Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformationen spricht sich in Deutschland ein Großteil eher für den Schutz der Bürger:innen vor Desinformation aus: 57 Prozent sind der Auffassung, dass es wichtiger sei, dass Bürger:innen im Internet nur Zugang zu

korrekten Informationen haben. 35 Prozent betonen hingegen die Wichtigkeit des Rechts, im Internet alles sagen und schreiben zu dürfen. Diese Sichtweise ist insbesondere unter jungen Männern und AfD-Wähler:innen stärker ausgeprägt.

Die Abwägung zwischen Meinungsfreiheit und dem Schutz vor Desinformationen fällt je nach Themenbereich unterschiedlich aus: Bei den Themen „Krieg in der Ukraine“, „Corona“, „Einwanderung und Flucht“ sowie „Klimawandel und Naturkatastrophen“ wird jeweils von mehr als 60 Prozent der Schutz vor Desinformationen gegenüber dem Schutz der Meinungsfreiheit bevorzugt. Nur beim Thema „Wahlen“ verschiebt sich das Verhältnis leicht: 52 Prozent präferieren hier den Schutz vor Desinformation, während 43 Prozent die Meinungsfreiheit priorisieren. Besonders stark pro Meinungsfreiheit sprechen sich hierbei AfD-Wähler:innen aus (64 Prozent), während sich Wähler:innen der Grünen wie auch in den anderen Themenbereichen überdurchschnittlich häufig für den Schutz der Bürger:innen vor Desinformation entscheiden (70 Prozent).

Viele mögliche Maßnahmen zum Umgang mit Desinformation finden breite Unterstützung in der Bevölkerung – unabhängig davon, ob sie einen eher präventiven, reaktiven oder restriktiven Ansatz verfolgen: Besonders positiv bewertet werden das Richtigstellen oder das Löschen nachweislich falscher Behauptungen und die Stärkung der Medienkompetenz. Kontroverser gesehen werden Vorschläge zum Einsatz automatisierter Lösungen (sogenannter Upload-Filter), die dafür sorgen sollen, dass Desinformationen gar nicht erst auf den Plattformen erscheinen, die Einführung einer Klarnamenpflicht sowie die Beschränkung der Reichweite von zweifelhaften Informationen. Insgesamt befürworten vor allem ältere Befragte eine Vielzahl der Maßnahmen. Jüngere und insbesondere junge Männer sehen einzelne Maßnahmen hingegen häufiger auch kritisch. Vor allem die Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen bewertet eine Klarnamenpflicht kritischer – rund jede:r Zweite (47 Prozent) hält diese für eine „eher schlechte“ oder „sehr schlechte“ Idee. Auch die intensive Nutzung sozialer Medien und Messenger hat Einfluss auf die Bewertung. Vor allem Nutzer:innen von Twitter/X (39 Prozent) und Telegram (34 Prozent) lehnen die vorgeschlagenen Maßnahmen häufiger ab.

Von der Politik wird erwartet, dass sie die Medienkompetenz der Bürger:innen fördert: 87 Prozent der Befragten stimmen dieser Forderung zu. Dies gilt auch für AfD-Wähler:innen (80 Prozent), die andere Forderungen nur in geringerem Ausmaß unterstützen. Des Weiteren erwarten die Befragten von der Politik, dass bestehende Vorschriften für Plattformbetreiber:innen konsequenter durchgesetzt und Verstöße stärker bestraft werden (82 Prozent Zustimmung). Die Idee einer unabhängigen, staatsfernen Einrichtung, die sich dem Umgang mit Desinformation widmet, wird von 68 Prozent unterstützt. Allerdings wird die Forderung nach einer höheren Finanzierung für Fact-Checking-Organisationen lediglich von 52 Prozent befürwortet, 32 Prozent lehnen Mehrausgaben in diesem Bereich eher ab. Wähler:innen der AfD lehnen die finanzielle Förderung von Fact-Checking-Organisationen mehrheitlich ab.

Worten muss Handeln folgen: In der Bevölkerung gibt es breite Zustimmung für einen aktiveren Umgang mit Desinformation seitens aller Verantwortlichen (Politik, Plattformen, Medien). Dabei sollten die unterschiedlichen Maßnahmen hinsichtlich ihrer Wirksamkeit, Angemessenheit und Legitimität genau abgewogen werden. Einige Maßnahmen, zum Beispiel Sanktionen, Upload-Filter oder staatlich vorgeschriebene Löschungen, wurden von den Befragten kritischer bewertet als andere. Für die Politik bedeutet dies, hier transparent und differenziert zu agieren und zu kommunizieren. Eine resiliente Demokratie muss Angriffen begegnen, ohne dabei die Meinungsfreiheit und andere Grundrechte einzuschränken. Wie, wo und in welcher Form hier Lösungen umgesetzt werden, ist im Bewusstsein der Bevölkerung bisher kaum angekommen.

Vergleich USA

Für die Studie wurde ein Teil der Fragen parallel zur Befragung in Deutschland auch in den USA gestellt, sodass wir für ausgewählte Ergebnisse Vergleiche zwischen beiden Ländern ziehen können.

US-Befragte betonen ebenfalls die Verantwortung von Politik bzw. Regierung im Kampf gegen Desinformation, sehen aber im Vergleich zu Deutschland Bürger:innen stärker in der Pflicht: 27 Prozent der US-Befragten benennen die Regierung als die wichtigste Akteurin. Mit 22 Prozent sieht ein relevanter Anteil die Hauptverantwortung im Umgang mit Desinformation auch bei den Bürger:innen. In Deutschland schreiben nur 9 Prozent der Befragten den Bürger:innen diese Verantwortung zu.

Im Gegensatz zu den deutschen Befragten trauen die US-Amerikaner:innen der eigenen Regierung durchaus zu, etwas gegen Desinformation zu bewirken: 26 Prozent von ihnen glauben, dass die Regierung am ehesten in der Lage ist, etwas zu verbessern. Insbesondere Wähler:innen der US-Demokraten trauen der Regierung Verbesserungen zu. In Deutschland ist die Schere zwischen Verantwortung und Lösungskompetenz der Politik deutlich größer. In beiden Ländern wird die Rolle der Bürger:innen bei der Lösung des Problems hervorgehoben – insbesondere Befragte mit geringem Vertrauen in Medien und Politik sehen in beiden Ländern vornehmlich die Bürger:innen selbst in der Lage, gegen Desinformation vorzugehen.

In den USA polarisiert die Frage, ob der Schutz der Bürger:innen vor Desinformation oder die Meinungsfreiheit Vorrang hat, stärker: Das Recht, alles im Internet sagen und schreiben zu dürfen, betonen 44 Prozent der US-Befragten, 47 Prozent entscheiden sich in der Gegenüberstellung für die Perspektive, dass Bürger:innen im Internet nur Zugang zu korrekten Informationen haben sollten. In Deutschland ist der Wunsch nach dem Schutz der Bürger:innen vor Desinformation mit 57 Prozent stärker ausgeprägt.

Methode

Vom 4. bis 17. Oktober 2023 wurden in Deutschland 5.055 und in den USA 2.018 Personen ab 16 Jahren online befragt. Die Umfrage führte die pollytix strategic research gmbh im Auftrag der Bertelsmann Stiftung durch und nutzte dazu das Online-Panel von Bilendi & respondi. Die Daten sind gewichtet und die Fehlertoleranz beträgt 1,4 (Deutschland) bzw. 2,2 (USA) Prozentpunkte. Erste Ergebnisse aus dieser Befragung wurden bereits im Februar 2024 in der Studie „Verunsicherte Öffentlichkeit“ (Bernhard et al. 2024) veröffentlicht.





1. Digitale Diskurse und Wahlen: Welche Rolle spielen Falschinformationen?

Im Jahr 2024 waren und sind so viele Augen wie nie zuvor auf die Integrität und Resilienz von demokratischen Wahlen gerichtet. Die Sorge vor Desinformationskampagnen war im Superwahljahr hoch – und bleibt es mit Blick auf die US-Wahlen im November. Weltweit haben die Aufmerksamkeit und die Untersuchung von Desinformationskampagnen, das heißt der absichtlichen und manipulativen Verbreitung von Falschinformationen, enorm zugenommen: Im November 2023 deklarierte die *New York Times* die Wahlen in Argentinien zur ersten KI-Wahl und prognostizierte eine Welle an KI-generierten Falschinformationen (siehe Berger 2023). Zahlreiche Analysen zu Taiwan (Januar), Indonesien (Februar), Südafrika (Mai), Mexiko (Juni) und den Wahlen zum Europäischen Parlament (Juni) folgten (z. B. Thomson Foundation 2024; Tapsell 2024; Allen 2024; DRI 2024). Der rote Faden: Desinformationskampagnen von staatsnahen Akteur:innen (Russland, China) werden lanciert, Bots und „Fake-Accounts“ versuchen, auf sozialen Medien Stimmung zu machen, und KI-generierte Inhalte kommen in allen Ländern zum Einsatz. Inwieweit solche Kampagnen verfangen, Wähler:innenverhalten beeinflussen und digitale Diskurse nachhaltig manipulieren, ist eine entscheidende Frage (Bochert und Unzicker 2024). Diese gilt es nicht zuletzt deshalb zu beantworten, weil weitere richtungsweisende Wahlen bevorstehen – neben den US-Präsidentenwahlen in diesem Jahr auch die deutsche Bundestagswahl im kommenden Jahr. Vor diesem Hintergrund wollten wir ein tiefgreifendes Verständnis dafür entwickeln, wie gut unsere Gesellschaften auf die Herausforderungen durch Desinformation vorbereitet sind und welche Maßnahmen aus Perspektive der Bevölkerung ergriffen werden sollten.

Erste veröffentlichte Teilergebnisse unserer Daten zeigen: Das Phänomen ist im Bewusstsein der Menschen angekommen. Sorgen und Aufmerksamkeit hinsichtlich der Risiken für Demokratie und Zusammenhalt sind in der Gesamtgesellschaft hoch. Auch der Einfluss auf Wahlen durch Desinformation wird gefürchtet (Bernhard et al. 2024). Die bisherigen Ergebnisse zeigen auch, dass viele bislang vor allem auf die eigenen Recherchefähigkeiten setzen, um Desinformationen zu entlarven, sich dabei häufig selbst einen guten Umgang mit Desinformationen bescheinigen und meinen, sich nicht von diesen beeinflussen zu lassen. Zugleich unterstellen sie ihren Mitbürger:innen aber häufig, manipulierbar zu sein (ebd.).

Dieser Befund, wonach Personen die Wirkung von Massenmedien auf andere Menschen stärker einschätzen als auf sich selbst, ist nicht neu (Davison 1983). Dieses als „Third-Person-Effekt“ bekannte medienpsychologische Phänomen tritt vor allem bei negativen und unerwünschten Medieneinflüssen auf. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Effekt auch im Rahmen des Umgangs mit Desinformation zeigt. Trotz positiver Selbsteinschätzung müssen Sorgen vor Manipulation ernst genommen und mehr Menschen aktiviert bzw. von Lösungskonzepten erfasst und überzeugt werden. Wer aber ist aus Bevölkerungsperspektive in der Lage und in der Pflicht, wirksam gegen Desinformation vorzugehen? Und wie sollte das Ganze aussehen?

Mit tiefer gehenden Fragen sind wir auf eine Vielzahl an Maßnahmen gegen Desinformation eingegangen, um so das Spannungsverhältnis zwischen Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformation, aber auch von Verantwortungen und Lösungskompetenzen verschiedener Akteur:innen genauer zu beleuchten. Die Umfrage stellte dabei präventive, reaktive und restriktive Maßnahmen vor. Präventive Maßnahmen zielen darauf ab, die Bevölkerung für Desinformation zu sensibilisieren und zu immunisieren, reaktive Ansätze versuchen, den Schaden zu minimieren, wenn Desinformationen bereits im Umlauf sind, und restriktive Maßnahmen versuchen, die Verbreitung falscher Informationen gänzlich zu unterbinden. Wir wollten wissen: Was sind Lösungsansätze, die auf breite Zustimmung stoßen? Wo klaffen die Sichtweisen auseinander?

Gegen Desinformation vorzugehen, bedeutet meist auch, bei stark kontrovers diskutierten Themen zu urteilen, welche Informationen als wahr und welche als falsch gelten, und gegebenenfalls dafür zu sorgen, dass falsche Tatsachenbehauptungen nicht in den sozialen Medien stehen bleiben. Inwiefern sieht die Bevölkerung hier Konflikte mit dem Recht auf Meinungsfreiheit? Bei welchen Themen wiegt für die Bürger:innen das Recht, im Internet alles sagen und schreiben zu dürfen, schwerer als der Wunsch nach Schutz vor Desinformation?

Bei diesen Fragen ist erneut der Vergleich zwischen Deutschland und den Vereinigten Staaten besonders reizvoll: Die Präsidentschaftswahlen der USA im November schlagen bereits jetzt mediale Wellen, zuvor wählen im September mehrere deutsche Bundesländer und im nächsten Jahr folgt die Bundestagswahl. Auf beiden Seiten des Atlantiks müssen sich politische Entscheider:innen daran messen lassen, wie gut sie mit den Herausforderungen umgehen und wie bedacht und gleichzeitig effizient sie Gegenmaßnahmen ergreifen oder unterstützen. Wie sehr variieren hier die Erwartungen seitens der Bevölkerung? Wie wird diesseits und jenseits des Atlantiks auf den Konflikt zwischen Meinungsfreiheit und dem Schutz vor Desinformation geblickt?

Zur Methode

Für diese Studie wurden zwischen dem 4. und 17. Oktober 2023 in Deutschland 5.055 Personen befragt. Parallel fand auch eine Befragung von 2.018 Personen in den Vereinigten Staaten statt. Die Grundgesamtheit bildete in beiden Fällen die Wohnbevölkerung ab 16 Jahren. Die durch-

schnittliche Befragungsdauer lag bei rund 20 Minuten (Deutschland) bzw. 10 Minuten (USA). Die Daten wurden anschließend jeweils gemäß der amtlichen nationalen Statistik gewichtet, um die Repräsentativität der Ergebnisse zu gewährleisten.¹ Die jeweiligen Stichproben wurden von dem Umfrageunternehmen Bilendi & respondi bereitgestellt. Die Durchführung und Datenauswertung erfolgten durch die pollytix strategic research gmbh. Die hier vorliegende Analyse gibt nur einen Teil der Umfrageergebnisse wieder. Eine vorangestellte Analyse fokussierte auf den Umgang mit sowie auf das Verständnis und die Wahrnehmung von Desinformation. Sie wurde im Februar 2024 unter dem Titel „Verunsicherte Öffentlichkeit“ veröffentlicht (Bernhard et al. 2024).

Medienvertrauen

Die Ausprägung des Medienvertrauens spielt eine entscheidende Rolle sowohl bei der Wahrnehmung von als auch dem Umgang mit Desinformationen. Bereits in der Vorgängerstudie, die auf dem gleichen Datensatz beruht, haben wir daher eine Unterteilung nach hohem, mittlerem und niedrigem Medienvertrauen eingeführt und als analytische Linse verwendet. Dafür wurden die folgenden drei Fragebogenitems genutzt:

1. „Alles in allem kann man der Berichterstattung über politische Themen in den Medien vertrauen.“
2. „Die Bevölkerung in Deutschland wird von den Medien systematisch belogen.“
3. „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.“

Die Antworten wurden jeweils auf einer Skala von 0 („stimme überhaupt nicht zu“) bis 10 („stimme voll und ganz zu“) erfasst und anschließend zu einem Summenindex zusammengefasst. Niedriges Medienvertrauen entspricht dabei 0 bis 10 Punkten, mittleres Medienvertrauen 11 bis 20 Punkten und hohes Medienvertrauen 21 bis 30 Punkten. Weitere Informationen finden sich in Bernhard et al. 2024 auf den Seiten 11 bis 15.



¹ Bei N = 5.055 Befragten in Deutschland beträgt die maximale Fehlertoleranz bei einem 95 %-Konfidenzintervall 1,4 Prozentpunkte, für die US-Befragten liegt sie bei 2,2 Prozentpunkten.



2. Wer tritt Desinformation entgegen?

Die Mehrheit der Bevölkerung betrachtet Desinformation als großes bis sehr großes Problem für die Gesellschaft, das Zusammenhalt und Demokratie gefährdet (Bernhard et al. 2024). Die Komplexität der Herausforderung ist hoch, und auch die Befragten sind sich im Klaren darüber, dass es ein Zusammenspiel verschiedener Gruppen braucht, um Lösungen zu unterbreiten. Zu den Protagonist:innen, die infrage kommen, um Desinformation erfolgreich zu begegnen, gehören neben zivilgesellschaftlichen Organisationen auch politische Entscheidungsträger:innen, soziale Plattformen und Journalist:innen. Die *Politik* erarbeitet Regelwerke auf nationaler oder europäischer Ebene. Die *Plattformen* stellen breite digitale Diskursräume zur Verfügung und müssen sowohl ihre eigenen Regelungen implementieren als auch öffentliche Regelwerke umsetzen, indem sie zum Beispiel technische Lösungen entwickeln, die die Verbreitung von Desinformationen auf den eigenen Seiten eindämmen und Nutzer:innen mehr Orientierung ermöglichen. *Journalismus und Medienschaffende*, die sich hohen Qualitätsstandards verschreiben, tragen ihren Teil bei, indem sie gut recherchierte Informationen zur Verfügung stellen, Desinformationen entlarven und über die Bedeutung von Recherchen und Quellenprüfung aufklären. *Schulen und andere Bildungseinrichtungen* vermitteln Bürger:innen wichtige Kompetenzen, um Resilienz gegen Desinformation zu entwickeln, sodass auch diese als *kritische und reflektierte Nutzer:innen* einen selbstbewussten und sicheren Umgang mit Nachrichten und Desinformationen zeigen und nicht zur Verbreitung Letzterer beitragen.

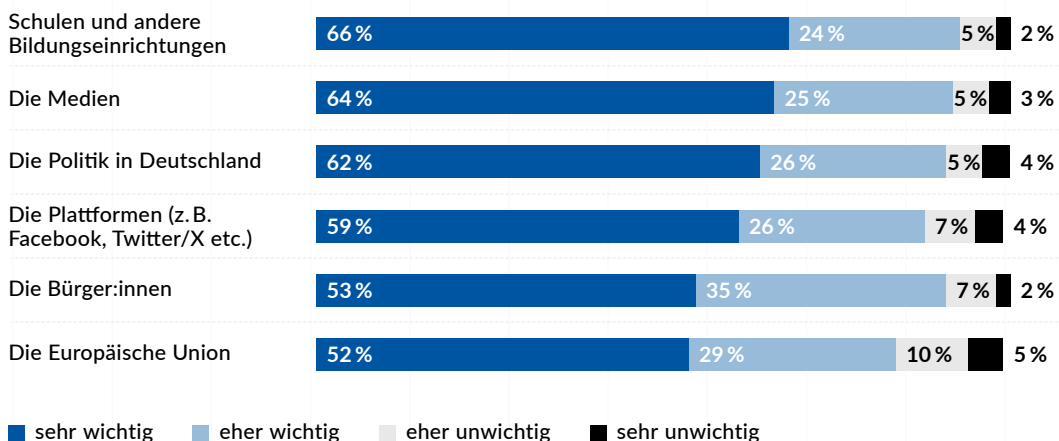
So weit das Idealbild. Aber wie blickt die Bevölkerung auf die Rolle und Verantwortung dieser unterschiedlichen Protagonist:innen im Umgang mit Desinformation? Wer wird in der Verantwortung gesehen? Wem wird am ehesten zugetraut, etwas zum Positiven zu verändern?

2.1 Auf wen kommt es an? Relevanz für den Umgang mit Desinformation

Bei der Frage nach der Relevanz unterschiedlicher Handelnder bzw. Verantwortlicher bei der Bekämpfung von Desinformation verdeutlichen die Zahlen auf den ersten Blick, dass es auch nach Ansicht der Befragten nicht *die eine* Gruppe oder gar *das eine* Individuum gibt, die oder das es allein lösen soll. Die Komplexität und Interdependenz der Handelnden werden hier schnell deutlich.

Abbildung 1: Relevanz verschiedener Akteur:innen bei der Bekämpfung von Desinformation

Es gibt verschiedene Akteur:innen, die dazu beitragen können, Desinformationen im Internet zu bekämpfen. Wie wichtig finden Sie es, dass die folgenden Akteur:innen jeweils gegen Desinformationen vorgehen?



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht.

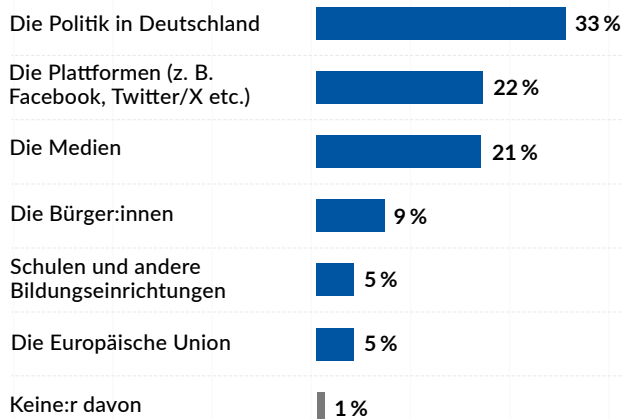
So wird die höchste Relevanz Schulen und Bildungseinrichtungen zugeschrieben. 66 Prozent sehen es als „sehr wichtig“ an, dass das Thema „Desinformation“ hier aufgearbeitet wird. Eine ähnlich hohe Relevanz wird bei Medien, Politik und Regierungen sowie den Plattformen gesehen: Zwischen 59 und 64 Prozent bewerten deren Handeln als „sehr wichtig“. Ihnen folgt der Einsatz der Bürger:innen, den 53 Prozent als „sehr wichtig“ und nur 2 Prozent als „sehr unwichtig“ einschätzen. Mit 52 Prozent „sehr wichtig“ nicht minder relevant, im Ranking dennoch an letzter Stelle, liegt der Einsatz der Europäischen Union (EU) – ein erster Hinweis, dass das Thema „Desinformation“ im Bewusstsein der Befragten stärker in einem nationalen als in einem internationalen Rahmen gedacht wird.

2.2 Wer steht in der Pflicht? Verantwortung für den Umgang mit Desinformation

Bei der Frage danach, wen die Befragten am stärksten in der Verantwortung sehen, gegen Desinformation vorzugehen, fällt das Bild deutlicher aus.

Abbildung 2: Verantwortungszuschreibung bei der Bekämpfung von Desinformation

Und wer ist am ehesten in der Pflicht, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern?



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht.

Für jede:n Dritte:n ist die Politik in Deutschland hauptverantwortlich. Nur 5 Prozent verorten die Verantwortung hingegen am stärksten bei der EU. Die Zuschreibung von Verantwortung an die Politik ist besonders stark unter Älteren ab 65 Jahren (37 Prozent), unter Frauen (37 Prozent), bei niedriger formaler Bildung (38 Prozent), niedrigem Medienvertrauen (39 Prozent) sowie unter AfD-Wähler:innen (38 Prozent). Dieser Befund überrascht mit Blick auf die drei letztgenannten Gruppen, die sich eher durch geringes Vertrauen in Politik auszeichnen. Eine mögliche Erklärung dafür liegt vermutlich in einer hohen Unzufriedenheit und Politikverdrossenheit. Dabei werden nicht gelöste Aufgaben und Probleme eher der Politik zugeschrieben, die diesen in den Augen der Befragten „wieder mal“ nicht nachkommt und gerecht wird. Insofern passt auch die vergleichsweise große Diskrepanz zwischen zugeschriebener Verantwortung und Lösungskompetenz der Politik, die bei diesen drei Gruppen besonders ausgeprägt ist.

An zweiter Stelle im Verantwortungsranking stehen mit 22 Prozent die Plattformen. Die Verantwortung der Plattformen wird vor allem von denjenigen mit hohem Medienvertrauen gesehen. 36 Prozent dieser Gruppe schreiben ihnen die größte Verantwortung zu. Konträr dazu ist die Perspektive derjenigen mit niedrigem Medienvertrauen, die mit 12 Prozent nur in geringerem Ausmaß die Plattformen als hauptverantwortlich sehen, sondern die Verantwortung der Politik stärker betonen. Ebenfalls auf Rang 1 landen die Plattformen im Ranking der Grünen-Wähler:innen. Mit 33 Prozent wird von ihnen die Pflicht zu Verbesserungen deutlich häufiger bei den Plattformen als bei der Politik in Deutschland (26 Prozent) gesehen. Intensive Nutzer:innen² der verschiedenen Social-Media-Plattformen sehen diese hingegen nicht überdurchschnittlich häufig in der Hauptverantwortung, etwas zu verbessern.

2 Intensive Nutzung entspricht hierbei: Mindestens eine Plattform der sozialen Medien mehrmals täglich nutzen.

Auf Rang 3 folgen die Medien. 21 Prozent sehen diese am stärksten in der Pflicht, einen Beitrag zu leisten. Diese Sichtweise ist weitestgehend unabhängig vom Vertrauen, das Medien jeweils entgegengebracht wird. Bürger:innen werden nur von 9 Prozent als hauptverantwortlich eingestuft, allerdings auffällig häufiger dann, wenn die Befragten selbst aktiv in sozialen Medien sind und hier politisch Stellung beziehen (13 Prozent) – also potenziell Erfahrungen mit der Verbreitung von Desinformation oder auch Gegenrede in diesem Zusammenhang gemacht haben. Der Blick auf die Verantwortungszuschreibung an Schulen und andere Bildungseinrichtungen (5 Prozent) verdeutlicht, dass deren Beitrag zwar als besonders relevant erachtet wird, aber für viele eher Kür statt Pflicht darstellt. Aus Bevölkerungsperspektive müssen demnach andere Akteur:innen zuerst in die Pflicht genommen werden.

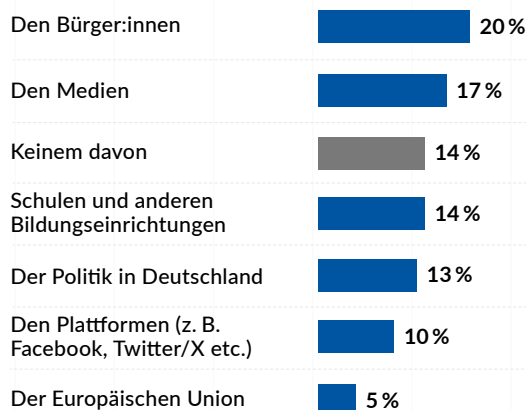
Im Vergleich zwischen Bevölkerungs- und Expert:innenperspektive fällt auf, dass die Rolle der Politik bzw. Gesetzgebung unterschiedlich bewertet wird (Stegers 2021). Dringendsten Handlungsbedarf sehen Expert:innen auf der Seite der Plattformen, dicht gefolgt von Maßnahmen im Bereich „Bildung“. Im Bereich „Gesetzgebung“ plädieren Expert:innen vor allem für eine effektive Umsetzung und Durchsetzung bestehender Regeln (Jaursch 2022; Stegers 2021). Diese Unterschiede können vermutlich einem unterschiedlichen Wissensstand zugeschrieben werden, welche Gesetzgebung bereits von der Politik angestoßen wurde bzw. welche Maßnahmen trotz Vorgaben auf Plattformseite bisher nicht ausreichend implementiert werden.

2.3 Wer hat die Fähigkeiten? Kompetenz im Umgang mit Desinformation

Die Frage nach der Hauptverantwortung ist nicht gleichzusetzen mit der Frage danach, wem am ehesten zugetraut wird, tatsächlich die Kompetenzen zu haben, Desinformation zu begegnen oder etwas am digitalen Diskurs zu verbessern.

Abbildung 3: Zugeschriebene Lösungskompetenz bei der Bekämpfung von Desinformation

Und wem trauen Sie am ehesten zu, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern?



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht.

Am ehesten wird diese Kompetenz bei den Bürger:innen gesehen (20 Prozent). Auf Rang 2 landen die Medien mit 17 Prozent, an dritter Stelle wird es Schulen und anderen Bildungseinrichtungen

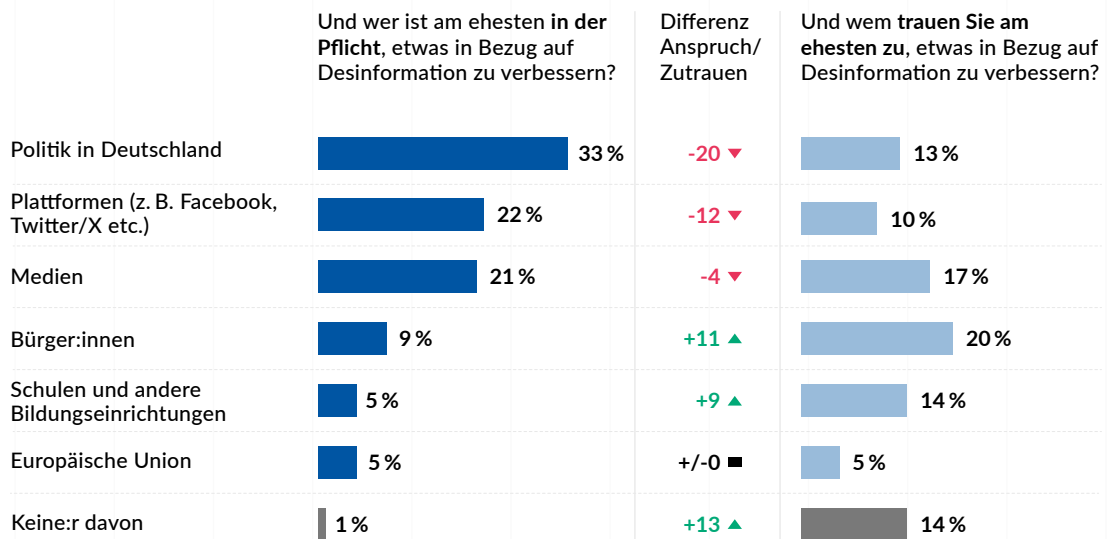
zugetraut (14 Prozent). Ebenso viele trauen allerdings keiner bzw. keinem der vorgeschlagenen Akteur:innen zu, etwas zu verbessern. Auf Rang 5 landet die Politik in Deutschland (13 Prozent). Noch geringer ist das Zutrauen in die Plattformen, etwas zu verbessern (10 Prozent). Das Schlusslicht bildet erneut die EU (5 Prozent).

Die meisten Bürger:innen trauen also sich selbst und ihren Mitbürger:innen zu, etwas zu verbessern. Die Ergebnisse der ersten Datenanalyse im Rahmen dieser Studie, die den Umgang mit Desinformation in den Blick nehmen, zeigen jedoch, dass nur ein geringer Anteil der Bürger:innen bislang einen sehr aktiven Umgang mit Desinformationen pflegt. Zwar gibt rund die Hälfte der Befragten an, Informationen im Internet bereits einmal durch eigene Recherche überprüft zu haben. Bei der Absenderin bzw. bei dem Absender einer Nachricht aktiv nachgefragt haben hingegen nur 27 Prozent. Gerade einmal 12 Prozent sagen, dass sie das Angebot einer Fact-Checking-Organisation genutzt haben. Rund ein Drittel der Befragten gibt an, schon einmal jemanden durch einen Kommentar oder eine Nachricht darauf aufmerksam gemacht zu haben, dass sie bzw. er falsche Informationen verbreitet. Ein Viertel der Befragten hat bereits einen Beitrag oder einen Account in den sozialen Medien gemeldet (Bernhard et al. 2024). Die Ergebnisse verdeutlichen, dass ein allgemeines Bewusstsein für die Gefahren, die von Desinformation ausgehen, nicht immer ausreicht, um Verhaltensanpassungen zu erwirken. Ebenso wurde bei der Analyse ein weiterer Fallstrick deutlich: Die Bürger:innen neigen dazu, ihre Kompetenzen zu überschätzen. Das Vertrauen in die eigene Resilienz gegen Desinformation ist relativ hoch, sodass Desinformation primär als Gefahr für andere gesehen wird (ebd.). Die Befunde unterstreichen die bereits erwähnte Vermutung, dass hier der sogenannte „Third-Person-Effekt“ auftritt: Die Wirkung von Desinformation auf einen selbst wird eher unter- und die eigene Resilienz überschätzt. Negative Auswirkungen werden daher vor allem auf Dritte vermutet. Eine Studie zur Nachrichten- und Informationskompetenz in der Bevölkerung zeigt in dem Zusammenhang eindrucklich, dass die Nachrichten- und Informationskompetenz der Bevölkerung tendenziell stark ausbaufähig ist (Meßmer et al. 2021).

Die Lösungskompetenz der Medien wird häufiger von älteren und seltener von jüngeren Befragten gesehen und vor allem nur dann, wenn auch tendenziell Vertrauen in Medien vorhanden ist. Auf Bildung und Vermittlung von Kompetenzen setzt vor allem die Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen. Diese sieht mit einem Anteil von 25 Prozent in Schulen und anderen Bildungseinrichtungen die wichtigsten Akteurinnen im Kampf gegen Desinformation. Spannend: Die zugeschriebene Lösungskompetenz geht in diesem Fall nicht mit einer wahrgenommenen Verantwortung einher. Nur 9 Prozent der 16- bis 24-Jährigen glauben, dass Schulen und andere Bildungseinrichtungen am ehesten in der Pflicht sind, etwas zu tun, aber jede:r Vierte von ihnen traut es ihnen zu.

Der Politik in Deutschland (13 Prozent) sowie der EU (5 Prozent) wird insgesamt eine sehr geringe Lösungskompetenz zugerechnet. Überdurchschnittlich häufig wird der Politik in Deutschland von Wähler:innen der SPD (23 Prozent), der CDU/CSU (17 Prozent) und der Grünen (16 Prozent) sowie von älteren Befragten ab 65 Jahren (17 Prozent) Kompetenz zugesprochen. Die EU wird am häufigsten von Männern zwischen 25 und 34 Jahren (11 Prozent) als Akteurin wahrgenommen, die am ehesten in der Lage ist, etwas zu verbessern. Besonders gering fällt die zugeschriebene Lösungskompetenz der Politik in Deutschland unter AfD-Wähler:innen (7 Prozent) und Befragten aus, die sich ohnehin schon durch niedriges Vertrauen in Demokratie und Medien (jeweils 7 Prozent) auszeichnen.

Abbildung 4: Vergleich zwischen Verantwortungszuschreibung und zugeschriebener Lösungskompetenz



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht.

Auffällig ist die bei den meisten Protagonist:innen stark ausgeprägte Diskrepanz zwischen der wahrgenommenen Verantwortung und der zugeschriebenen Lösungskompetenz. Am deutlichsten ist dies bei der nationalen Politik erkennbar. 20 Prozentpunkte liegt die Kompetenzzuschreibung unter der Verantwortung (33 zu 13 Prozent). Bei den Plattformen sind es immerhin noch 12 Prozentpunkte (22 zu 10 Prozent). Damit wird eine gewisse Ernüchterung oder Enttäuschung der Befragten gegenüber jenen Akteur:innen sichtbar, von denen man zwar mehr Einsatz fordert, jedoch kaum Erfolg erwartet. Umgekehrt verhält es sich sowohl bei den Bürger:innen selbst als auch bei Schulen und anderen Bildungseinrichtungen. Hier übersteigt das Zutrauen der Befragten die wahrgenommene Verpflichtung zum Handeln deutlich: 11 bzw. 9 Prozentpunkte. Bei den Medien fallen die Unterschiede hingegen gering aus.

Woran liegt es und was bedeutet das?

Das niedrige Vertrauen in die Lösungskompetenz der Politik hat multiple Gründe und ist nicht allein dem Thema „Desinformation“ geschuldet oder auf diesen Themenbereich begrenzt. Vielmehr zeigen Studien seit Langem ein abnehmendes Vertrauen in die Politik, allgemein und insbesondere in ihre Lösungsfähigkeit zentraler Zukunftsherausforderungen (Hagemeyer et al. 2024). Sei es aus zugeschriebenem mangelndem Gestaltungswillen oder aufgrund bürokratischer Hürden – ein Großteil der Bevölkerung zweifelt aktuell stark am positiven Beitrag, den die Politik leistet bzw. leisten kann. Die Herausforderung, Desinformation zu bekämpfen, bildet hier keine Ausnahme.

Ein weiterer Faktor, der zur negativen Wahrnehmung der Politik im Themenbereich beitragen könnte, ist die vermutete niedrige Bekanntheit der bereits umgesetzten oder geplanten Maßnah-

men. Wichtige Gesetzesinitiativen, wie der Digital Services Act³, waren zum Zeitpunkt unserer Umfrage noch nicht in Kraft. Mittlerweile gilt das Gesetz seit über sechs Monaten und dringt langsam ins Bewusstsein der Allgemeinbevölkerung vor. Nicht zuletzt die Verfahren, die die EU-Kommission inzwischen gegen mehrere große Plattformen eingeleitet hat, werden zunehmend auch medial aufbereitet. Die Strafen in Millionenhöhe, die von Apple, Meta, Alphabet und Twitter/X gefordert werden, illustrieren erstmals greifbar, wie groß die potenziellen Wirkhebel der Plattformen sind. Allerdings lassen sich diese Entwicklungen – und vor allem auch die wahrgenommenen Veränderungen seitens der Nutzer:innen – auf Basis unserer Daten nicht einordnen und müssen langfristig weiteren Aufmerksamkeits- und Wirkungstests unterzogen werden.

Social-Media-Plattformen sind die Orte, an denen Internetnutzer:innen Desinformationen nach eigener Aussage am häufigsten begegnen (Bernhard et al. 2024). Den Plattformen wird mit einem Anteil von 10 Prozent mit am seltensten zugetraut, etwas zu verbessern, wenngleich sie zunehmend stark reguliert und zur Verantwortung gezogen werden. Allerdings zeigen die eingeleiteten Verfahren gegen Plattformen auch, dass diese Rechtsinstrumente bisher nicht ausreichend umgesetzt werden, insbesondere wenn diese ihren wirtschaftlichen Interessen entgegenstehen. Weiterhin bleibt ihre Funktionsweise für die meisten Nutzer:innen opak, was mitunter auch dazu beiträgt, dass hier wenig Potenzial für Verbesserungen gesehen wird. Das Wie und die technischen Gegebenheiten verhängen oft noch im Expert:innenaustausch. Gleichzeitig scheint sich dieser nach und nach zu wandeln: So sehen häufiger jüngere Befragte und diejenigen, die soziale Medien intensiver nutzen, darunter vor allem Nutzer:innen von TikTok, Snapchat und Twitter/X, dass die Plattformen ihre Instrumente sinnvoll einsetzen (müssen). Der Druck auf Plattformen, konsequenter zu handeln, kommt von mehreren Seiten: den Internetnutzer:innen selbst (Sängerslaub und Schulz 2021), dem Verbraucherzentrale Bundesverband (2023) und der Europäischen Kommission (European Commission 2023). Die Plattformen sollten daher ein starkes Interesse daran haben, das Existieren und Einhalten bestehender Regeln in den Fokus zu stellen und ihrem negativen Image entgegenzuarbeiten – nicht zuletzt, um Sanktionen vorzubeugen und lukrativ zu bleiben. Seit der Übernahme von Twitter/X durch Elon Musk und den damit einhergehenden Veränderungen – unter anderem der Entlassung von Trust & Safety Teams, die für die Inhaltsmoderation zuständig sind, der weltweiten Reduktion von (mehrsprachigen) Inhaltsmoderator:innen sowie der Abschaltung des Zugangs für Forschende – wurden die Kapazitäten zur Umsetzung von Rechtsvorschriften signifikant zurückgefahren. In der Folge sind sowohl Werbeeinnahmen als auch die Anzahl der aktiven Nutzer:innen deutlich gesunken (Gürtler 2023), und Twitter/X gilt unter Nutzer:innen aktuell als eine der Plattformen, auf denen am häufigsten Desinformationen wahrgenommen werden (Bernhard et al. 2024).



3 Der Digital Services Act (DSA, auf Deutsch: Gesetz über digitale Dienste) ist ein Gesetz der Europäischen Union, das darauf abzielt, Online-Plattformen wie soziale Medien und Marktplätze stärker zu regulieren. Seit dem 25. August 2023 gilt der Digital Services Act zur Haftung von sehr großen Online-Plattformen, seit dem 17. Februar 2024 auch für kleinere Online-Dienste. In Deutschland ist die Bundesnetzagentur für die Koordination und Überwachung der Umsetzung zuständig (Die Bundesregierung 2024).



3. Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformation: Ein Spannungsfeld

Die Meinungsfreiheit wird in Deutschland durch Artikel 5 (1) des Grundgesetzes (GG) gewährleistet. Darin heißt es: *„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“* Die Meinungsfreiheit ist ein Grund- und Menschenrecht, das die öffentliche Meinungsbildung garantiert. Das Recht auf Meinungsfreiheit findet jedoch seine Schranken, wenn die Inhalte in Konflikt mit anderen gesetzlichen Vorschriften stehen, also illegale Inhalte darstellen, gegen Bestimmungen des Jugendschutzes oder das Recht der persönlichen Ehre verstoßen oder die öffentliche Ordnung gefährden (Artikel 5 (2) GG).

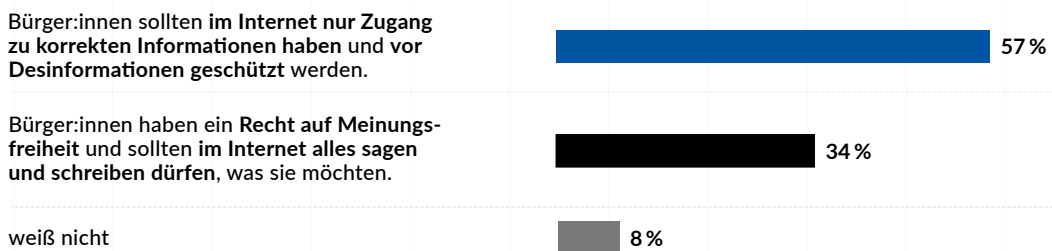
Desinformation, definiert als die absichtliche Verbreitung falscher oder irreführender Informationen, bedient oft einen rechtlichen Graubereich. Ihre Inhalte sind nicht direkt illegal oder strafbar, zielen aber dezidiert darauf ab, demokratische Prozesse zu untergraben, Hass und Diskriminierung anzustiften oder die öffentliche Gesundheit und Sicherheit zu gefährden. Die Abwägung, was die Grenze von provozierender Meinung hin zu strafbarem Inhalt überschreitet, muss oft im Einzelfall getroffen werden. Somit ist grundlegend sichergestellt, dass nicht der Staat darüber entscheidet, welche Aussagen verbreitungswürdig sind und welche nicht (Schillmöller und Doseva 2023). Regulierungen wie der Digital Services Act setzen daher stark auf Selbstregulierungen der Plattformen. Ihnen wird überlassen, welche Inhalte sie zulassen wollen, und somit auch, ob, ab wann und unter welchen Umständen potenziell schädliche Inhalte zugelassen oder eingeschränkt werden. Die Plattformen sind dabei jedoch zu Transparenz verpflichtet und müssen nachvollziehbar machen, auf welchen Grundlagen sie diese Entscheidungen treffen, und vor allem begründen,

wie sie Abwägungen mit Blick auf systemische Risiken treffen, zum Beispiel wenn es bei Desinformationskampagnen um demokratische Prozesse oder öffentliche Gesundheit geht (ebd.).

An dieser Stelle ist daran zu erinnern, dass das Begriffsverständnis der Bevölkerung nicht immer deckungsgleich mit dessen wissenschaftlicher und juristischer Definition ist. Aus Bevölkerungsperspektive wird der Begriff „Desinformation“ breiter definiert und zum Teil auch reißerische Überschriften oder Überspitzungen darunter verstanden. Hinzu kommt, dass ein wachsender Anteil (13 Prozent in Deutschland und 25 Prozent in den USA) Desinformation für einen Begriff hält, der nur genutzt wird, um alternative Meinungen schlechtmachen (Bernhard et al. 2024). Ähnlich ist es mit Meinungsfreiheit: Die individuelle Grenze zwischen Meinung und (verbaler) Übergriff fällt unterschiedlich aus. Auch dies beeinflusst die Wahrnehmung und entsprechend das Verständnis von Zuständigkeit und Kompetenz.

Abbildung 5: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit

Welcher Sichtweise stimmen Sie eher zu?



Basis: alle Befragten.

In der Abwägung dieses Spannungsfeldes zeigt sich, dass sich eine Mehrheit von 57 Prozent der Befragten für den Schutz vor Desinformation – gegebenenfalls auch auf Kosten der Meinungsfreiheit – ausspricht. 35 Prozent hingegen sehen das Recht auf Meinungsfreiheit wichtiger als den Schutz vor Desinformation an. Ein weiterer, mit 8 Prozent nicht unerheblicher Anteil sieht sich nicht in der Lage, sich zwischen den beiden Positionen zu entscheiden.

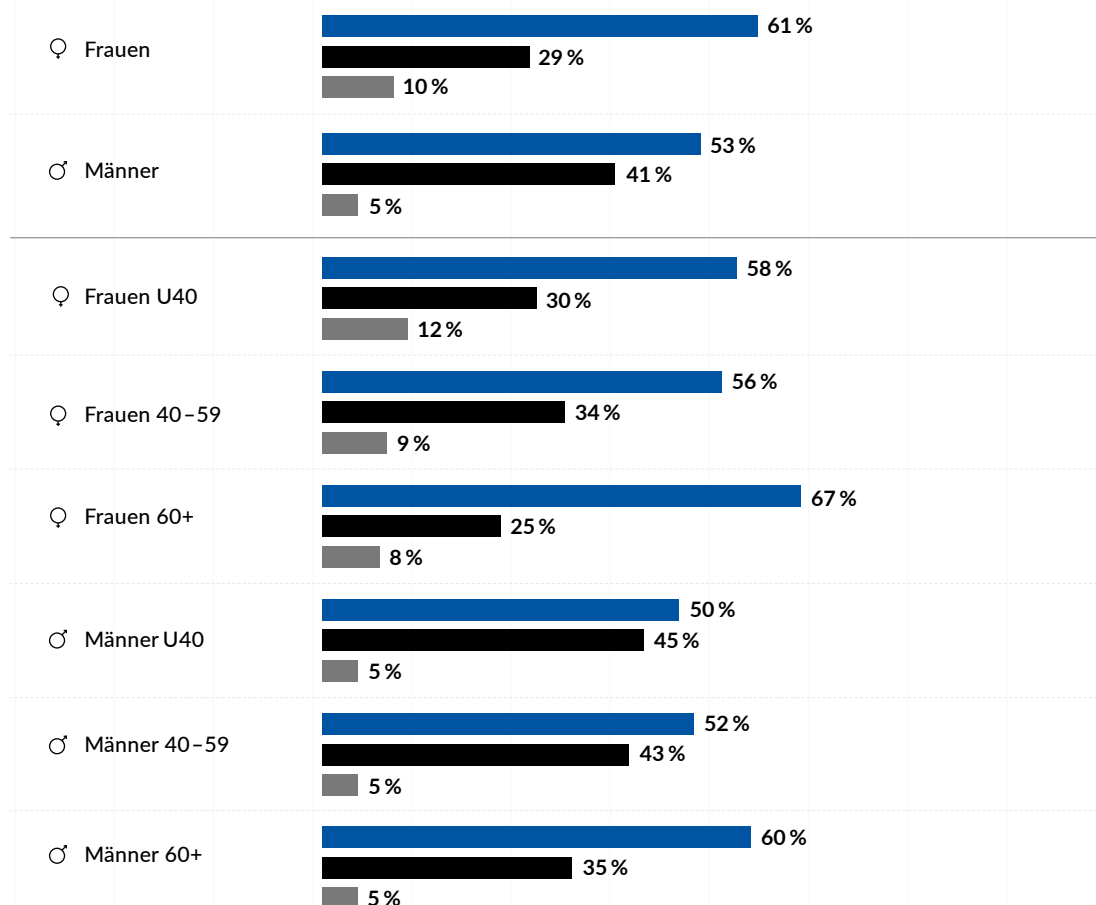
3.1 Unterschiede nach Geschlecht, Alter und politischer Orientierung

Die Umfrage spiegelt auch die unterschiedlichen gelebten Erfahrungen wider: 61 Prozent der Frauen sprechen sich für einen Schutz vor Desinformation aus, und nur 29 Prozent priorisieren die Meinungsfreiheit. Dies ist vermutlich auch auf persönliche Erfahrungen mit Hass und Hetze zurückzuführen, denen weiblich gelesene Personen im digitalen Raum nachweislich stärker ausgesetzt sind, und die daher zu Recht mehr Schutz vor Angriffen fordern (BAG 2024). Gleichzeitig erlauben unsere Daten keine direkte Differenzierung zwischen den Erfahrungen mit Hassrede, Desinformation und politischer Einflussnahme, die die Befragten in ihren Antworten reflektieren. Bei Männern fallen die Antworten ausgeglichener aus: Zwar spricht sich auch hier eine Mehrheit (53 Prozent) für den Schutz vor Desinformation aus, allerdings auch 41 Prozent für ein Recht auf Meinungsfreiheit. Besonders groß fällt die Präferenz zum Recht auf Meinungsfreiheit unter

jungen Männern zwischen 16 und 24 Jahren aus. Hier sind 52 Prozent der Auffassung, dass es wichtiger ist, dass Bürger:innen im Internet alles sagen und schreiben dürfen. 45 Prozent sehen hingegen den Schutz vor Desinformation als wichtigeres Gut an.

Abbildung 6: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit nach Geschlecht und Alter

Welcher Sichtweise stimmen Sie eher zu?



Hinweis: Aufgrund des geringen Anteils von 0,1 Prozent werden die Angaben derjenigen, die „divers“ angegeben haben, hier nicht dargestellt.

- Bürger:innen sollten im Internet nur Zugang zu korrekten Informationen haben und vor Desinformation geschützt werden.
- Bürger:innen haben ein Recht auf Meinungsfreiheit und sollten im Internet alles sagen und schreiben dürfen, was sie möchten.
- weiß nicht

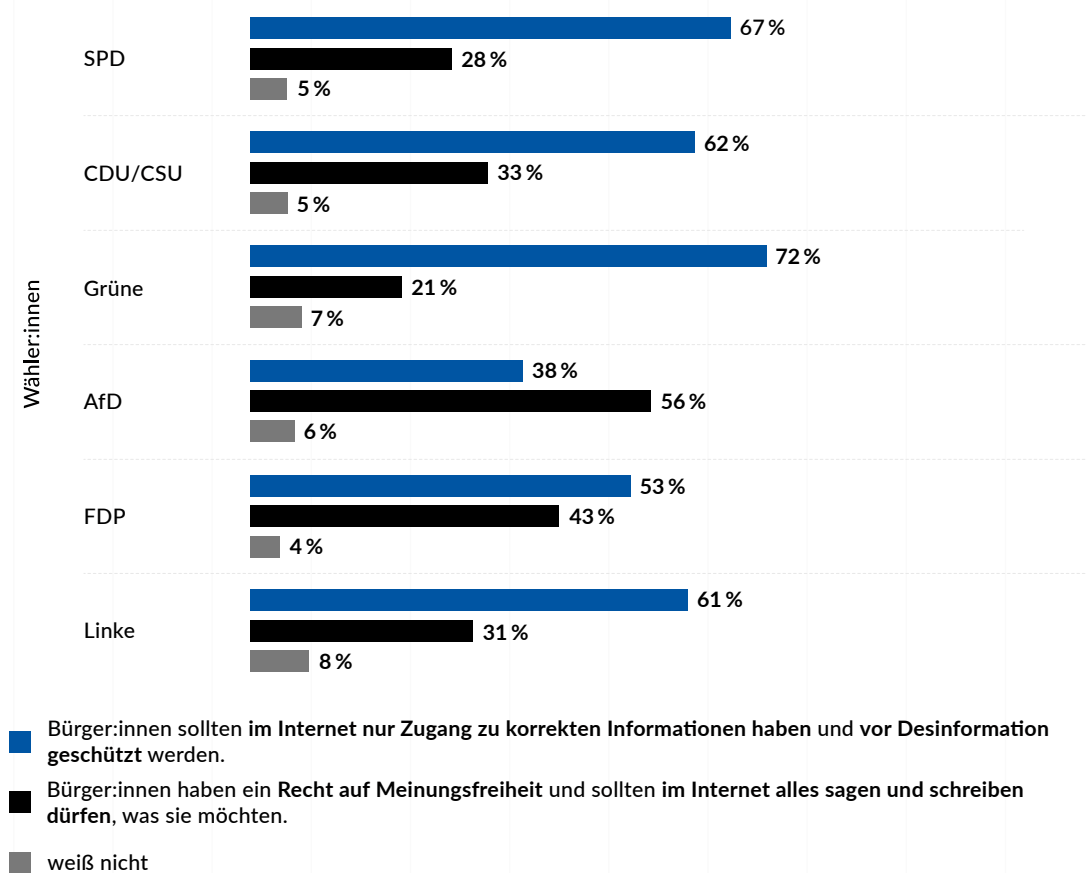
Basis: alle Befragten (halbes Sample).

Die Perspektive, dass der Schutz vor Desinformation wichtiger sei als das Recht, im Internet alles schreiben und sagen zu dürfen, hängt stark mit dem Medienvertrauen sowie der politischen Einstellung der Befragten zusammen. Befragte mit hohem Medienvertrauen sprechen sich mit 68 Prozent überdurchschnittlich häufig dafür aus, dem Schutz vor Desinformation Vorrang zu geben. Bei niedrigem Medienvertrauen wird hingegen das Recht auf Meinungsfreiheit (49 Prozent) dem Schutz vor Desinformation vorgezogen. Besonders stark ist die Verteidigung des Rechts darauf, alles im Internet schreiben und sagen zu dürfen, unter denjenigen, die Desinformation ohnehin

als einen politischen Kampfbegriff verstehen, der alternative Meinungen schlechtmachen soll (69 Prozent für Meinungsfreiheit gegenüber 28 Prozent für Schutz vor Desinformation). Unter AfD-Wähler:innen wird das Recht auf Meinungsfreiheit deutlich präferiert (56 Prozent). Überdurchschnittlich häufig für den Schutz vor Desinformation sprechen sich hingegen Wähler:innen der Grünen (72 Prozent), der SPD (67 Prozent) sowie der CDU/CSU (62 Prozent) aus. FDP-Wähler:innen sind in der Frage gespalten (53 Prozent Schutz vor Desinformation gegenüber 43 Prozent Recht auf Meinungsfreiheit).

Abbildung 7: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit nach Parteiwahl

Welcher Sichtweise stimmen Sie eher zu?



Basis: alle Befragten (halbes Sample).

Der Befund, dass insbesondere Personen, die Medien und Staat kritisch gegenüberstehen, Eingriffe in die Meinungsfreiheit skeptischer sehen und stark für Meinungsfreiheit plädieren, verwundert wenig. Die Frage nach Schutz vor Desinformation geht auch immer mit der Frage einher, wer entscheidet, welche Informationen als wahrhaftig und welche als bewusst falsch und manipulierend gelten und nicht verbreitet werden dürfen. Wenngleich in der Praxis die Entscheidung oftmals den Plattformen überlassen wird, ist die Unterstellung, dass Politik darauf Einfluss ausübt, weitverbreitet. Mehr als 40 Prozent der Bevölkerung unterstellen der Politik, mit den Medien zusammenzuarbeiten, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren – und somit auch potenziell die Entscheidung, welche Informationen verbreitet werden dürfen und welche nicht, von Staatsseite getroffen wird. Das ist erschreckend und unterstreicht eindrücklich, wie wichtig die Unabhängigkeit von Medien ist.

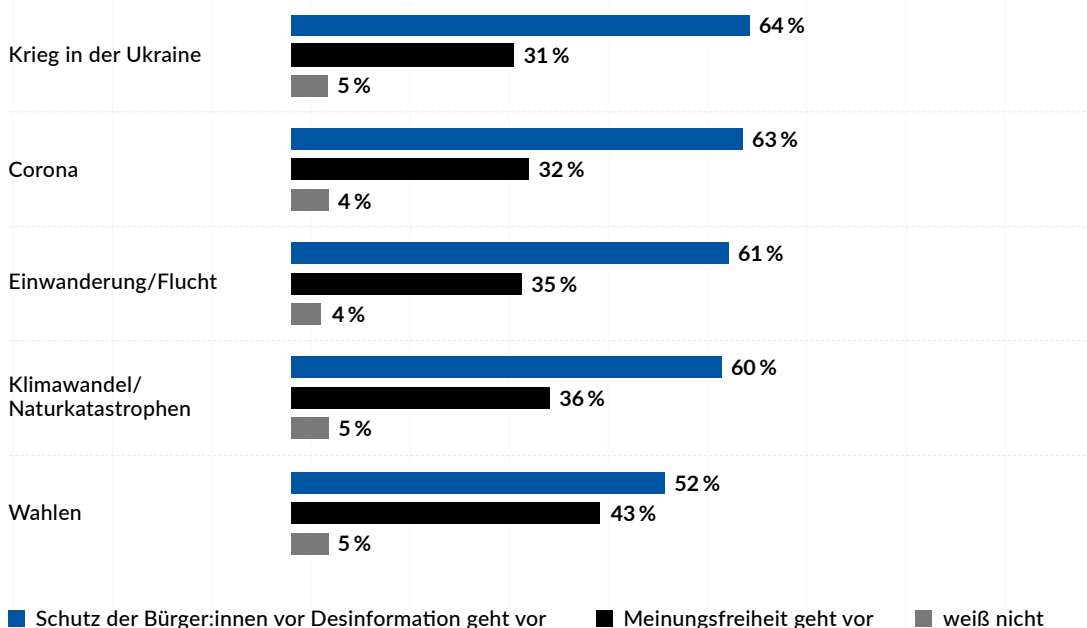
Auch unter Expert:innen ist das Eingreifen zum Schutz vor Desinformation umstritten (siehe Iglesias Keller et al. 2024). Ähnlich warnt Philip Kreißel von der Initiative „Ich bin hier“: „Staatliche Maßnahmen müssen gut abgewogen werden, da sie den Eindruck verstärken können, dass soziale Medien unter Druck von oben löschen. Die Deutungshoheit über das, was wahr ist, darf nie beim Staat liegen“ (Stegers 2021, Seite 24).

3.2 Unterschiedliche Bewertung von Themen

Es mag Fälle – oder Themen – geben, bei denen die Abwägung zwischen dem Schutz vor Desinformationen und dem Recht auf Meinungsfreiheit einfacher oder schwerer fällt. Sei es, weil Meinungsvielfalt bei dem Thema als besonders schützenswert gilt, Tatsachenbehauptungen von Meinungen leichter zu trennen sind oder es einfacher zu beurteilen scheint, welche Informationen korrekt und welche falsch sind. Aus diesem Grund haben wir die Befragten das Spannungsfeld von Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformation in verschiedenen Themenkontexten bewerten lassen. Es wurden fünf Themen ausgewählt, die in der Berichterstattung besonders häufig mit Desinformation in Verbindung gebracht werden (EU DisinfoLab 2023). Bei vier der fünf Themen scheint die Abwägung tatsächlich leichter zu fallen und fällt deutlicher positiv für ein Eingreifen gegen Desinformation aus.

Abbildung 8: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit bei verschiedenen Themen

Wenn Sie an einige kontrovers diskutierte Themen denken, wie ist es da jeweils: Sollte die freie Meinungsäußerung Vorrang haben oder stärker gegen Desinformationen im Internet vorgegangen werden?



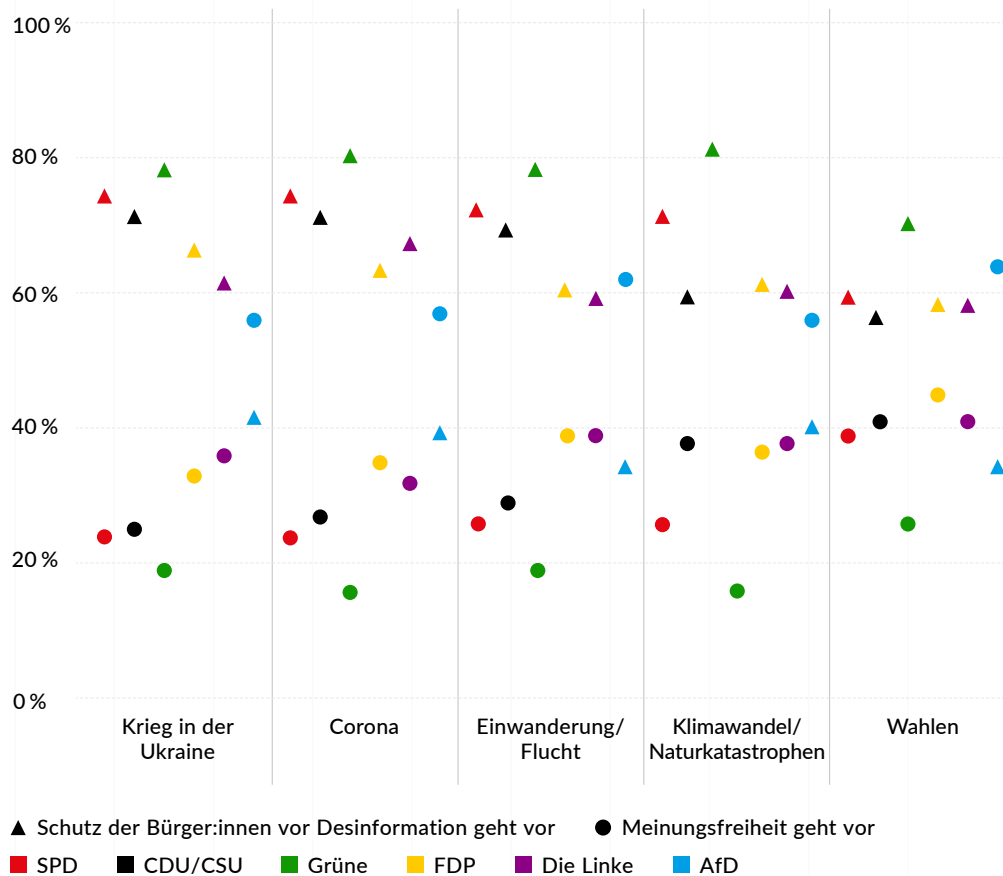
Basis: alle Befragten (halbes Sample). Abweichungen rundungsbedingt.

Wenn es um den Krieg in der Ukraine geht, stimmen 64 Prozent der Befragten einem stärkeren Schutz vor Desinformation zu. Hier ist mit Russland als Aggressor ein Akteur involviert, der wie wenige andere für die Verbreitung von Desinformation steht und ein großes Interesse daran hat, Einfluss auf die Wahrnehmung und Unterstützung der Ukraine auszuüben. Seit Ende 2022 werden wiederholt Elemente und Angriffe einer groß angelegten russischen Desinformationskampagne aufgedeckt. Zum einen werden durch sogenannte „Doppelgänger“ weitreichendstarke Zeitungen wie *Der Spiegel* oder *Die Zeit* täuschend echt kopiert, der Inhalt aber durch Falschnachrichten ausgetauscht (EU DisinfoLab 2022). Zum anderen sollen mehrere Tausend gefälschte Accounts irreführende Beiträge auf der Plattform Twitter/X geteilt haben, mit dem Ziel, die Bundesregierung zu diskreditieren (Rosenbach und Schult 2024). Ein Zusammenhang, der sich auch in den Daten wiederfinden lässt. Es zeigt sich, dass insbesondere diejenigen, die eher eine Verbreitung von Desinformationen in Deutschland durch ausländische Akteur:innen vermuten, sich beim Thema „Krieg in der Ukraine“ mit einem Anteil von 75 Prozent noch stärker für den Schutz der Bürger:innen vor Desinformation aussprechen.

Lediglich beim Thema „Wahlen“ ist der Trend, dem Schutz vor Desinformation Vorrang zu geben, nicht ganz so stark ausgeprägt. 43 Prozent und somit deutlich mehr Befragte als bei den allgemeinen, abstrakteren Abwägungen (siehe Abbildung 8) priorisieren bei diesem Thema die Meinungsfreiheit – obwohl rund zwei Drittel der Bürger:innen besorgt sind, dass der Ausgang von Wahlen durch Desinformation beeinflusst wird (Bernhard et al. 2024). Vor dem Hintergrund resilienter Demokratien scheint hier ein hohes Bewusstsein dafür zum Ausdruck zu kommen, dass Wahlen auch dem Wettbewerb von Ideen und Visionen dienen, bei denen es dazugehört, Reibungsflächen zu bieten. Eine positive Erkenntnis. Gleichzeitig steht im Raum, dass ein großer Teil der Bevölkerung auch Manipulation und Meinungsmache seitens der Politik befürchtet. So wirft beispielsweise jede:r Zweite auch Parteien und Politiker:innen in Deutschland vor, häufig Desinformation zu verbreiten (ebd.). Hinzu kommt, dass das Vertrauen in politische Parteien aktuell auf einem Tiefstand ist: 55 Prozent geben an, überhaupt kein oder geringes Vertrauen in politische Parteien zu haben, nur 7 Prozent haben großes oder sehr großes Vertrauen (siehe auch Boehnke et al. 2024). Für viele Befragte besteht daher scheinbar die Sorge, dass die Einschränkung der Meinungsfreiheit genutzt werden kann, um politische Gegner:innen zu benachteiligen. Die Meinungsvielfalt hat vermutlich gerade deswegen hier einen besonders hohen Wert.

Abbildung 9: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit bei verschiedenen Themen nach Parteiwahl

Sollte die freie Meinungsäußerung Vorrang haben oder stärker gegen Desinformationen im Internet vorgegangen werden?



Besonders stark sprechen sich AfD-Wähler:innen für Meinungsfreiheit beim Thema „Wahlen“ aus (64 Prozent). Wähler:innen der Grünen entscheiden sich währenddessen, wie auch in den anderen Themenbereichen, überdurchschnittlich häufig für den Schutz der Bürger:innen vor Desinformation (70 Prozent).





4. Nicht eine, sondern viele Maßnahmen wirken im Zusammenspiel gegen Desinformation

Die Umfragedaten verdeutlichen, dass der Schutz vor Desinformation von einem Großteil der Bevölkerung gewünscht wird. Auf die Frage, durch welche:n Akteur:in dies am besten gelingen kann, gibt es jedoch keine einheitliche Antwort. Ähnlich strittig ist auch die Frage, wie weit der Schutz vor Desinformation gehen sollte und an welcher Stelle der Schutz der Meinungsfreiheit Vorrang hat. Wie sieht es mit Blick auf verschiedene Lösungsansätze gegen Desinformation aus? Zur Beantwortung dieser Frage wurde den Befragten eine Bandbreite an möglichen Maßnahmen vorgelegt, die diese bewerten mussten. Die vorgestellten Maßnahmen sind unterschiedlich restriktiv bzw. weitreichend und setzen an verschiedenen Stellen an.

Präventive Maßnahmen

Präventive Maßnahmen zielen darauf ab, Menschen gegenüber Desinformation resilienter zu machen oder die Verbreitung von Falschinformationen signifikant von Anfang an einzuschränken. Die Palette an Optionen ist dabei bewusst bunt gewählt, um nicht von vornherein solche Maßnahmen auszuschließen, die von Expert:innen dezidiert kritisch beurteilt werden. Die Einordnung unserer Umfragedaten erfolgt entsprechend im nächsten Schritt.

Prebunking geht davon aus, dass Menschen „immunisiert“ werden können (Schaefer und Bitzer 2021). Hierunter fallen Maßnahmen wie die *Aufklärung der Bürger:innen und Förderung der Medienkompetenz* oder die *Veröffentlichung von Listen, die Kanäle/Profile zusammentragen, die häufig Desinformation verbreiten*. Andere präventive Maßnahmen setzen bei stärkerer Transparenz aufseiten der Plattformen an, beispielsweise durch *mehr Kennzeichnungen, z. B. von Werbebeiträgen, Bots oder geprüften Accounts*. Die grundlegende Idee ist hierbei, dass die Kennzeichnungen den Nutzer:innen die Beurteilung des Gesehenen erleichtern und sie dadurch befähigt werden, die Glaubwürdigkeit von Beiträgen selbst zu bewerten. Allerdings setzt dieser Lösungsansatz bereits fundiertes Wissen zu diesen Aspekten bei Nutzer:innen voraus und ist primär dann wirkungsvoll, wenn die Kennzeichnungen unmissverständlich und gut sichtbar sind – eine Hürde, die in der Praxis bisher selten überwunden wird (Meßmer et al. 2021; Die Medienanstalten 2023). Ebenfalls bei den Plattformen setzt die Forderung nach *mehr Transparenz bezüglich der Algorithmen und Funktionsweisen* an. Ziel ist es, ein bewussteres und kritischeres Umfeld zu schaffen, in dem Desinformationen weniger gedeihen können, zum Beispiel weil Nutzer:innen besser nachvollziehen können, warum bestimmte Informationen mehr Sichtbarkeit erhalten, und dadurch Bias und Manipulation leichter erkennen. Durch mehr Transparenz öffnen sich die Plattformen zugleich für eine unabhängige Überprüfung durch Wissenschaft oder Journalismus, was Vertrauen und effektive Kontrollmechanismen stärken kann. In der Durchsetzung restriktiv und weitreichend sind *harte und konsequente Strafen für die Verbreitung von Desinformation*, die vor allem deshalb als präventiv gelten, weil sie abschreckend auf eine mögliche künftige Verbreitung von Desinformation wirken sollen. Hierbei spielt auch die Forderung nach einer *Klarnamenpflicht in sozialen Medien* eine Rolle. Wenn Nutzer:innen unter ihren echten Namen agieren, ist es für Plattformen und Behörden einfacher, gegen Regelverstöße vorzugehen und gegebenenfalls rechtliche Schritte einzuleiten. Weitere Vorteile, die durch eine Klarnamenpflicht erhofft werden, sind, das Agieren von Bot- und Fake-Accounts zu erschweren sowie die Hemmschwelle für die Verbreitung von Desinformation (und insbesondere auch Hassnachrichten) zu erhöhen.

Reaktive Maßnahmen

Unter reaktiven Maßnahmen werden solche gefasst, die auf bereits verbreitete Desinformation reagieren und die Schadensminimierung fokussieren. Hierzu zählen das *Richtigstellen nachweislich falscher Behauptungen* sowie der *Einsatz von Fact-Checking durch unabhängige Organisationen, die Inhalte überprüfen und als falsch kennzeichnen*. Dies wird manchmal unter Debunking von Nachrichten zusammengefasst (Schaefer und Bitzer 2021). Neben der zeitnahen Richtigstellung hat Debunking auch eine Archivfunktion, die sicherstellt, dass bei historischen Aufbereitungen Falschnachrichten nicht unkorrigiert stehen bleiben.

Restriktive Maßnahmen

Restriktive Maßnahmen zielen darauf ab, die Exposition von Nutzer:innen mit Desinformation zu verhindern oder zumindest zu reduzieren. Instrumente können dabei sein:

1. *Löschen von nachweislich falschen Behauptungen durch die Plattformen*
2. *Sperren von Nutzer:innen, die Desinformationen auf den Plattformen verbreiten (sogenanntes Deplatforming)*
3. *Einsatz von Upload-Filtern, die dafür sorgen sollen, dass Desinformationen gar nicht erst auf den Plattformen hochgeladen werden können*
4. *Einschränken der Reichweite von Informationen, bei denen Zweifel an der Richtigkeit bestehen*

Diese restriktiven Maßnahmen sind, ähnlich wie Sanktionen und Klarnamenpflicht, unter Expert:innen umstritten und bewegen sich auf dem schmalen Grat zwischen Wahrung der Meinungsfreiheit und dem Schutz vor falschen Informationen ([siehe Kapitel 3](#)). Dabei wird vielfach die Entscheidungshoheit über die Zulässigkeit von Inhalten in die Hände kommerzieller Plattform-Anbieter:innen gelegt, eine Problematik, die von Expert:innen als „Privatisierung des Rechts“ bezeichnet wird (Stegers 2021). Die Kriterien, nach denen Plattformen Löschungen vornehmen, sind aber (bislang) wenig bis nicht öffentlich verfügbar dokumentiert. Nutzer:innensperren werfen über diese Problematik hinausgehend zusätzlich Fragen nach zulässigen Einschränkungen von Grundrechten auf.

4.1 Einordnung und Bewertung potenzieller Maßnahmen

Auf den ersten Blick zeigt sich, dass alle vorgeschlagenen präventiven wie reaktiven und restriktiven Maßnahmen eine breite Zustimmung erfahren. Keine der vorgeschlagenen Maßnahmen wird von einer Mehrheit negativ bewertet.

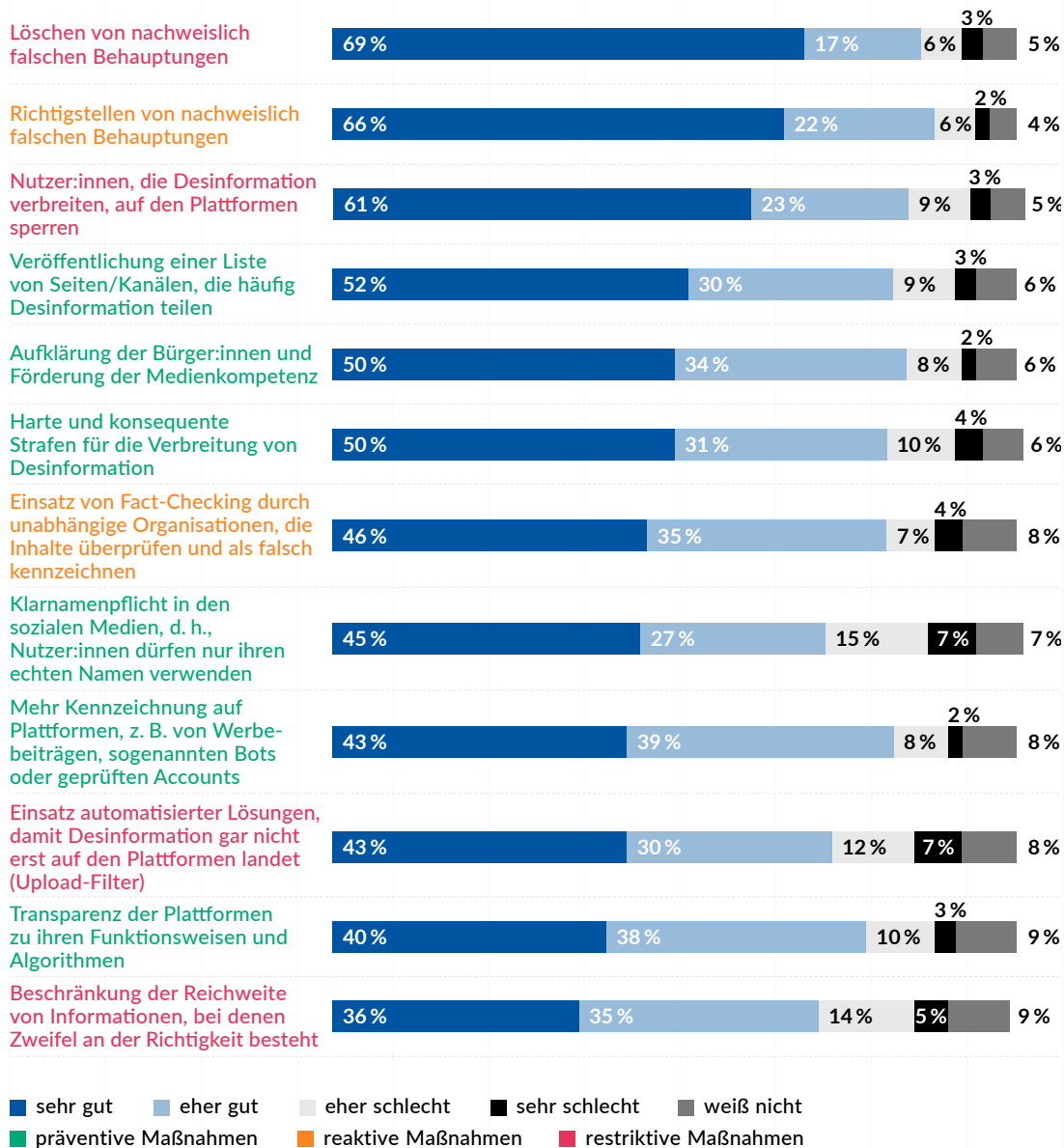
Bewertung präventiver Maßnahmen

Die drei vorgeschlagenen Maßnahmen *Aufklärung und Förderung der Medienkompetenz*, *Veröffentlichung von Listen mit Kanälen, die häufig Desinformation verbreiten*, sowie *harte und konsequente Strafen bei Verbreitung von Desinformationen* werden von einer Mehrheit (zwischen 50 und 52 Prozent) als „sehr gut“ bewertet. Nur zwischen 10 und 14 Prozent der Befragten bewerten die Vorschläge mit Skepsis. Die Vorschläge für mehr Transparenz und mehr Kennzeichnungen aufseiten der Plattformen stoßen ebenfalls auf breite Befürwortung, wenngleich sie etwas weniger Begeisterung bei den Befragten auslösen (40 bzw. 43 Prozent).

Etwas kontroverser wird im Bereich der präventiven Maßnahmen die Klarnamenpflicht gesehen. 22 Prozent bewerten den Vorschlag als „eher schlecht“ oder „sehr schlecht“. Unter den zwölf vorgestellten Maßnahmen ist sie diejenige, die am häufigsten explizit als negativ bewertet wird. In der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen findet sogar rund jede:r Zweite (47 Prozent) den Vorschlag „schlecht“ – junge Männer der Altersgruppe (54 Prozent) noch etwas häufiger als junge Frauen (40 Prozent). Mit Blick auf die Social-Media- und Messenger-Nutzer:innen positionieren sich insbesondere Twitter-/X-Nutzer:innen (39 Prozent) sowie Telegram-Nutzer:innen (34 Prozent) häufig gegen die Klarnamenpflicht. Die Klarnamenpflicht hat zwar möglicherweise das Potenzial, die Verbreitung von Desinformation einzuschränken, bringt darüber hinaus aber zwangsläufig auch weitere Einschränkungen mit sich, die der freien und anonymen Nutzung des Internets entgegenstehen. Einigen Nutzer:innengruppen wie Aktivist:innen, Whistleblower:innen oder auch Opfern von Missbrauch bietet die Anonymität wichtige Schutzfunktionen und ermöglicht vielen, Missstände aufzuzeigen sowie Meinungen ohne Angst vor Verurteilung oder Vergeltung zu äußern. Des Weiteren spielen neben praktischen Fragen zur Umsetzung auch juristische und ethische Bedenken eine Rolle und lassen Zweifel an der tatsächlichen Umsetzbarkeit der Maßnahme laut werden.

Abbildung 10: Bewertung von Maßnahmen gegen die Verbreitung von Desinformation

Hier lesen Sie einige Vorschläge, wie die Verbreitung von Desinformationen im Internet verhindert werden könnte. Wie bewerten Sie diese jeweils?



Basis: alle Befragten (halbes Sample).

Bewertung reaktiver Maßnahmen

Mit Blick auf die reaktiven Maßnahmen zeigt sich, dass insbesondere das Richtigstellen nachweislich falscher Behauptungen von einer breiten Mehrheit befürwortet wird und einer der beliebtesten und vermutlich bekanntesten Vorschläge im Umgang mit Desinformation ist. Fact-Checking ist ein klassisches journalistisches Instrument, das wohl auch deshalb einen vergleichsweise hohen Bekanntheitsgrad hat. 66 Prozent, also zwei von drei Befragten, bewerten den Vorschlag als „sehr gut“. Auch der Einsatz von Fact-Checking-Organisationen, die eben bei genau diesem Richtigstellen helfen können, indem sie Inhalte prüfen und (z. T. auch direkt über Partnerprogramme auf Plattformen) als falsch kennzeichnen, wird mit 46 Prozent „sehr gut“ als positiv bewertet.

Bewertung restriktiver Maßnahmen

Unter den restriktiven Maßnahmen schneidet das Löschen von nachweislich falschen Behauptungen am besten ab. 69 Prozent bewerten es als „sehr gut“, weitere 17 Prozent als „eher gut“, nur 9 Prozent als tendenziell „schlecht“. Die im Vergleich negativste Bewertung im Bereich der restriktiven Maßnahmen erhält der Vorschlag zur Reichweiteneinschränkung von Informationen, bei denen Zweifel an der Richtigkeit bestehen. Diesen bewerten 36 Prozent als „sehr gut“, 35 Prozent als „eher gut“ und insgesamt 19 Prozent als „schlecht“. Somit wird auch deutlich, dass die Befragten zwischen Informationen, die „nachweislich falsch“ sind, und Informationen, bei denen „Zweifel an der Richtigkeit besteht“, unterscheiden und einen entsprechend unterschiedlich restriktiven Umgang befürworten. Das Abwägen zwischen dem Schutz der Meinungsfreiheit und dem Schutz vor Desinformation ([siehe Kapitel 3](#)) kommt hier erneut zum Tragen. Die Personengruppen, die die Reichweiteneinschränkung bei Zweifeln der Richtigkeit von Informationen eher ablehnen, sind die gleichen, die sich zuvor häufiger für den Schutz der Meinungsfreiheit ausgesprochen haben: eher junge Männer zwischen 16 und 39 Jahren (27 Prozent bewerten den Vorschlag als „sehr schlecht“ oder „eher schlecht“), AfD-Wähler:innen (30 Prozent), Befragte mit niedrigem Medienvertrauen (27 Prozent) sowie Befragte mit niedrigem Vertrauen in die Demokratie (25 Prozent). Ebenfalls stärker abgelehnt wird der Vorschlag von denjenigen, die häufig im Internet politische Stellung beziehen (27 Prozent), sowie von Nutzer:innen von Telegram (30 Prozent) und Twitter/X (31 Prozent). Ähnlich viele skeptische Stimmen ruft der Vorschlag der Upload-Filter hervor, also der Einsatz automatisierter Lösungen, die dafür sorgen sollen, dass Desinformationen gar nicht erst auf den Plattformen landen. Ebenfalls 19 Prozent bewerten den Vorschlag als schlechte Idee, während 73 Prozent die Idee befürworten. Es sind die gleichen Subgruppen, die den Vorschlag – wie zuvor beschrieben – häufiger kritisch bewerten. Zu betonen ist auch: Die Einschränkung von Sichtbarkeit oder die Verlangsamung von potenziell schädlichen Inhalten (keine „Viralität“) sind in der Konsequenz weniger einschneidend als das Löschen von Posts oder das Blockieren von Nutzer:innen. Unter Expert:innen wird diese Verlangsamung deshalb häufig als technische Maßnahme angeführt, um angemessener auf die digitalen Dynamiken zu reagieren und Faktenprüfer:innen das Leben leichter zu machen. Der individuelle Wunsch nach Sichtbarkeit (Influencer:innenstatus) steht dem mitunter entgegen, und weitere Erhebungen zu diesem Spannungsverhältnis könnten durchaus spannend sein. Die hohe Unterstützung für das Konzept der Upload-Filter (73 Prozent) ist überraschend, zeigt aber auch, dass bestimmte Kontroversen weiterhin im Expert:innendiskurs verbleiben: Die Idee wurde intensiv während der EU-Urheberrechtsreform diskutiert, wobei technische Hürden, ein hoher Anteil von „falsch positiven“ Ergebnissen und disproportionale Eingriffe in die Meinungsfreiheit angemahnt wurden – und weiterhin werden (Gesellschaft für Freiheitsrechte 2022).

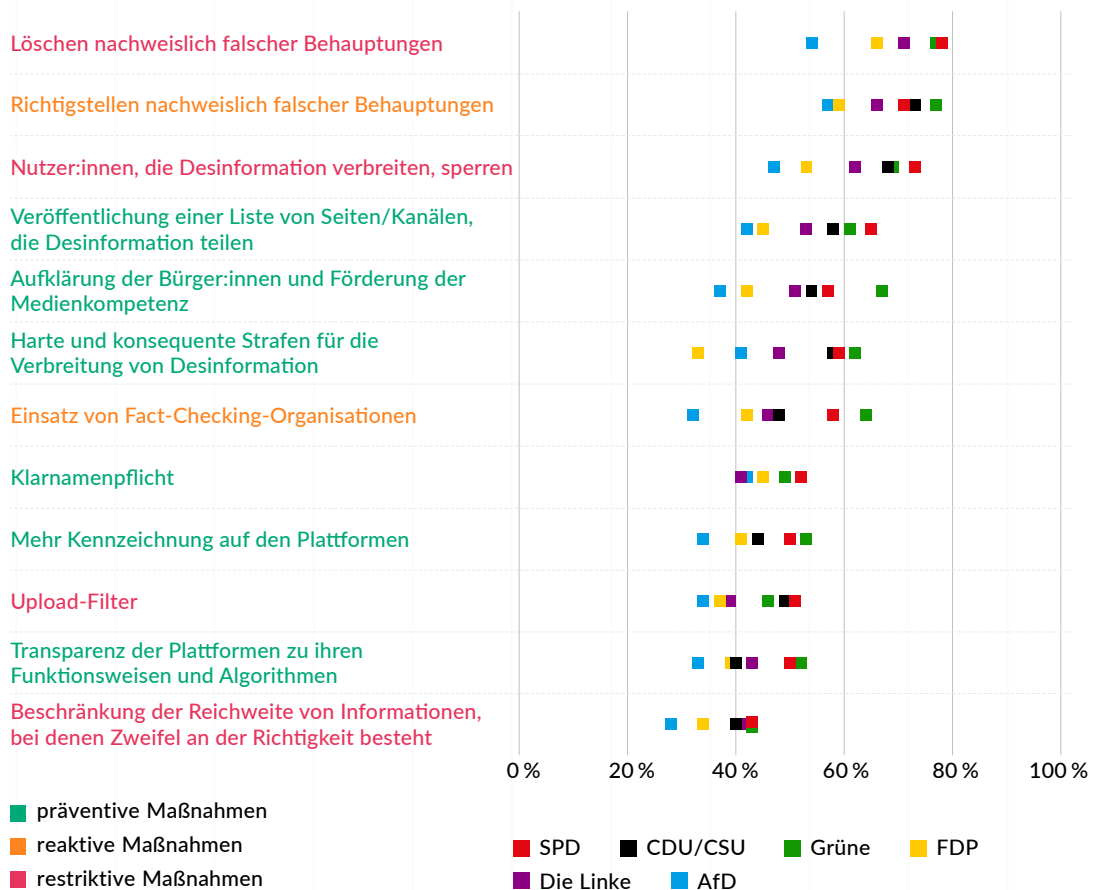
Trotz der vereinzelt kritischen Stimmen bleibt zu betonen, dass eine Mehrheit der Befragten eine Vielzahl der zwölf vorgestellten Maßnahmen als „sehr gute“ oder „eher gute“ Vorschläge bewertet. Nur 1 Prozent der Befragten bewertet alle zwölf vorgeschlagenen Maßnahmen als „sehr schlecht“ oder „eher schlecht“, ihnen gegenüber stehen 40 Prozent, die alle Maßnahmen als „sehr gut“ oder „eher gut“ beurteilen.

4.2 Einordnung von Maßnahmen entlang der Wahlabsicht

Mit Blick auf die Bewertung der verschiedenen Vorschläge nach Wahlabsicht der Befragten fallen sowohl Gemeinsamkeiten wie auch Unterschiede auf. Relativ einig sind sich alle Wähler:innen darin, nachweislich falsche Behauptungen zu löschen oder diese richtigzustellen. Eine Mehrheit von mindestens 50 Prozent hält diese beiden Vorschläge für „sehr gut“. Auch AfD-Wähler:innen, die diesen und anderen Vorschlägen insgesamt häufig skeptischer gegenüberstehen, stimmen hier mehrheitlich zu. Große Einigkeit herrscht außerdem bei der Bewertung der Klarnamenpflicht, die zwar mehrheitlich eher positiv bewertet wird, im Vergleich zu anderen Maßnahmen aber abfällt.

Abbildung 11: Bewertung von Maßnahmen gegen die Verbreitung von Desinformation nach Parteiwahl

Hier lesen Sie einige Vorschläge, wie die Verbreitung von Desinformationen im Internet verhindert werden könnte. Wie bewerten Sie diese jeweils?



Dargestellte Werte: sehr gut.

Basis: alle Befragten (halbes Sample). Fehlende Werte: eher gut / eher schlecht / sehr schlecht / weiß nicht.

Weniger Einigkeit herrscht hinsichtlich der Frage, wie mit Nutzer:innen umgegangen werden sollte, die Desinformation verbreiten. Vor allem SPD-Wähler:innen halten die Idee, diese Nutzer:innen zu sperren, für „sehr gut“ (73 Prozent), doch auch eine deutliche Mehrheit der Wähler:innen von Grünen, CDU/CSU und Linken unterstützt diesen Vorschlag. FDP- und AfD-Wähler:innen sind etwas skeptischer, doch auch hier hält je rund die Hälfte die Vorschläge für „sehr gut“.

Besonders gespalten sind die Wähler:innen hinsichtlich des Einsatzes von Fact-Checking-Organisationen. Beinahe zwei Drittel der Grünen-Wähler:innen halten diesen für einen „sehr guten“ Vorschlag, allerdings nur jede:r dritte AfD-Wähler:in sieht das so. Dieser Befund deckt sich mit anderen Ergebnissen dieser Studie und unterstreicht das große Misstrauen von AfD-Wähler:innen in Fact-Checking-Organisationen.

Überraschend spaltet die Wähler:innen auch der Vorschlag, gegen die Verbreitung von Desinformationen im Internet auf mehr Aufklärung der Bürger:innen und Förderungen der Medienkompetenz zu setzen. Mit Blick auf diejenigen, die diesen Vorschlag „sehr gut“ finden, zeigt sich eine große Streuung. Auf der einen Seite findet jede:r zweite Grünen-Wähler:in diesen Vorschlag „sehr gut“, aber nur rund jede:r dritte Wähler:in der AfD. Die Differenz relativiert sich etwas, wenn man berücksichtigt, dass auch 37 Prozent der AfD-Wähler:innen angeben, diesen Vorschlag zumindest „eher gut“ zu finden. Insgesamt halten 94 Prozent der Grünen- und 74 Prozent der AfD-Wähler:innen diesen Vorschlag für „(eher) gut“.

Während sich in vielen Fällen Wähler:innen von Grünen und AfD konträr gegenüberstehen, trennt FDP- und Grünen-Wähler:innen vor allem der Vorschlag, die Verbreitung von Desinformation hart und konsequent zu bestrafen. 62 Prozent der Grünen-Wähler:innen finden diesen Vorschlag „sehr gut“, aber nur jede:r dritte Wähler:in der FDP. Neben Wähler:innen der Grünen halten auch SPD- und CDU/CSU-Wähler:innen diesen Vorschlag mehrheitlich für eine „sehr gute“ Idee.

Mehr Kennzeichnung auf den Plattformen wünschen sich häufiger Wähler:innen von Grünen (53 Prozent) und SPD (50 Prozent). Upload-Filter, die neben einer Klarnamenpflicht besonders häufig und kontrovers diskutiert werden, halten vor allem Wähler:innen von SPD (51 Prozent), CDU/CSU (49 Prozent) und Grünen (46 Prozent) für einen „sehr guten“ Vorschlag. Wähler:innen von Linken (39 Prozent), FDP (37 Prozent) und AfD (34 Prozent) tun dies seltener. Mehr Transparenz der Plattformen zu ihrer Funktionsweise und ihren Algorithmen halten ebenfalls vor allem Grünen- und SPD-Wähler:innen besonders oft für eine „sehr gute“ Idee. Bei dem Vorschlag, die Reichweite von Informationen zu beschränken, bei denen Zweifel an der Richtigkeit bestehen, sind sich die Wähler:innen wieder etwas einiger: Weniger als 50 Prozent aller Wähler:innen halten dieses Vorgehen für eine „sehr gute“ Idee. Am ehesten wird es von Grünen-Wähler:innen befürwortet (43 Prozent), am seltensten von AfD-Wähler:innen (28 Prozent).

Ob und welche Maßnahmen den Befragten zuvor bekannt waren und inwiefern sie also bei der Bewertung auf Vorwissen zurückgreifen konnten, wurde in diesem Zusammenhang nicht erhoben. Unsere Erfahrungen aus qualitativer und quantitativer Forschung legen jedoch die Vermutung nahe, dass abseits von individualisierten Lösungen, wie der Stärkung der Medienkompetenz, viele der Vorschläge weniger bekannt sind. Es kann somit auch nicht ausgeschlossen werden, dass sich das Meinungsbild ändert, sobald der Wissensstand in der Bevölkerung erhöht wird und Diskussionen um Vor- oder Nachteile einer Maßnahme im öffentlichen Diskurs präsenter oder gar gezielte Kampagnen für/wider Maßnahmen initiiert werden. Die Daten zeigen, dass Maßnahmen, die auch aus Expert:innensicht teilweise als problematisch beurteilt werden, wie Sanktionen oder Upload-Filter und die Gefahr des Overblockings (Iglesias Keller 2024; Stegers 2021), auch jetzt schon in der Bevölkerung Gegenstimmen finden. Die Diskussion um Maßnahmen ist immer auch mit einer Diskussion um die Freiheit der sozialen Medien als öffentlicher Diskursraum verknüpft. Eine Minderheit, die aber eine hohe Affinität zu sozialen Medien aufweist, beäugt einschränkende Maßnahmen deutlich kritischer, könnte hier aber auch von der Annahme angeleitet sein, dass sich Maßnahmen gegen Einzelpersonen richten und weniger gegen koordinierte Kampagnen zur Einflussnahme und Manipulation.

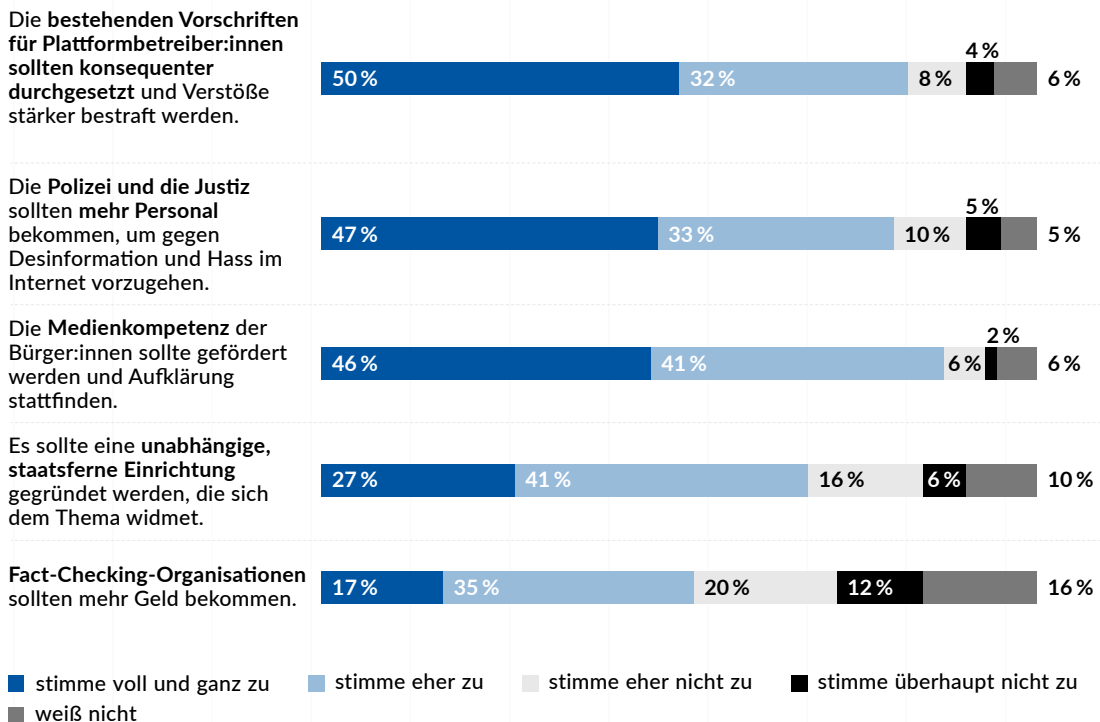


5. Politische Forderungen

Die Politik ist gefordert. Ein Drittel der Befragten sieht die Pflicht zu handeln vor allem bei der Politik. Gleichzeitig ist das Vertrauen in die Problemlösungsfähigkeit von politischen Entscheider:innen gering. Während es einerseits wichtig ist, besser und deutlicher zu demonstrieren, wo vonseiten der Politik bereits Maßnahmen ergriffen werden, darf andererseits nicht aus dem Blick verloren werden, dass es nicht *die* bzw. *den eine:n Verantwortliche:n* und *die eine* Lösung gibt. Eine gesunde digitalisierte Öffentlichkeit lebt von ihrer Vielfalt, den Diskurs- und Beteiligungsräumen und dem Zusammenspiel verschiedener Akteursgruppen. Das heißt, es ist zentral, dass insbesondere die Politik versteht, dass Vertrauen und Kompetenzwahrnehmung in der digitalisierten Öffentlichkeit nicht durch Alleingänge, Härte und Restriktionen gefördert werden. Stattdessen muss sie besser, transparenter und kollaborativer kommunizieren sowie sicherstellen, dass relevante Protagonist:innen nachhaltig und unabhängig aufgestellt sind. Um allerdings insbesondere politischen Entscheider:innen bei der Orientierung zu helfen, haben wir im Rahmen der Befragung die Zustimmung zu verschiedenen Forderungen an die Politik erfragt. Ein erheblicher Teil aller Befragten stimmt den vorgelegten politischen Forderungen zu – und dies meist über alle individuellen Parteipräferenzen hinweg.

Abbildung 12: Bewertung politischer Forderungen im Umgang mit Desinformation

Hier lesen Sie einige Forderungen anderer Menschen, was die Politik in Deutschland bezüglich Desinformationen machen sollte. Inwiefern stimmen Sie jeweils zu?



Basis: alle Befragten.

1. Plattformbetreiber:innen in die Pflicht nehmen

Am stärksten unterstützen die Befragten die Forderung, dass bisher bestehende Vorschriften für Plattformbetreiber:innen konsequenter durchgesetzt und Verstöße stärker bestraft werden sollten. 50 Prozent stimmen dieser Forderung „voll und ganz zu“, 32 Prozent stimmen ihr „eher zu“. Eine mehrheitliche Zustimmung findet sich über alle politischen Lager und Wähler:innen-gruppen hinweg. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt auch eine Studie des Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz (Bernhard und Ickstadt 2024). Demnach spricht sich eine deutliche Mehrheit der deutschsprachigen Internetnutzer:innen ab 16 Jahren dafür aus, bestehende Gesetze, zum Beispiel zur Bekämpfung von Beleidigung, Verleumdung oder Volksverhetzung, auch im Internet konsequenter durchzusetzen.

2. Personal und Ressourcen zur Rechtsum- und -durchsetzung im digitalen Raum sicherstellen

Der digitale Raum ist nicht rechtsfrei. Selbstverständlich gelten Gesetze und Rechtsvorschriften, zum Beispiel mit Blick auf kriminelle Übergriffe, Identitätsdiebstahl, Diskriminierung oder Hassrede, auch auf digitalen Plattformen. Gleichzeitig sind diese Plattformen in der Regel privatwirtschaftlich (und privatrechtlich) organisiert, was die Durchsetzung vor sensible Herausforderungen stellt: Schutz der Privatsphäre, Schutz des Briefgeheimnisses, Recht auf Verschlüsselung und Datensicherheit. Die Kompetenzen und Ressourcen von beispielsweise Polizei und Justiz passen

sich nur langsam an diese Realität an. Unter den Befragten stimmen 47 Prozent „voll und ganz zu“, 33 Prozent „eher zu“, dass Polizei und Justiz mehr Personal erhalten, um gegen Desinformation und Hass im Internet vorzugehen. Gleichzeitig zeigen Studien, wie die des Kompetenznetzwerks gegen Hass, dass es vor allem auch an Sensibilität für Themen im Netz mangelt (Bernhard und Ickstadt 2024). Auch eine solche Sensibilisierung wird von einer breiten Mehrheit gefordert. Eine Forderung, die nicht genug betont werden kann, da die Rechtsdurchsetzung zwar effektiv sein muss, nicht aber zulasten anderer Rechte und Schutzzräume gehen darf. Dass es solche Tendenzen zur disproportionalen Durchsetzung und Kompetenzausweitung gibt, zeigen nicht zuletzt Erfahrungen aus anderen Ländern (Berger et al. 2024). Wenn Polizei und Justiz durchgreifen, muss dies entsprechend umsichtig, mit klaren Prozessen für Rechtshilfe und transparenten Rechenschaftspflichten geschehen, um das Vertrauen in ihr Handeln zu stärken.

3. Medienkompetenz der Bevölkerung stärken

Eine weitere breit unterstützte Forderung ist die nach mehr Aufklärung und Förderung der Medienkompetenz der Bürger:innen. Eine deutliche Mehrheit stimmt „voll und ganz zu“ (46 Prozent) oder „eher zu“ (41 Prozent). In Summe erhält diese Forderung die größte Zustimmung unter den Befragten. Tatsächlich spielen die Bürger:innen selbst, zumindest nach ihrer eigenen Einschätzung, eine wichtige Rolle im Kampf gegen Desinformation. Das Zutrauen in Akteur:innen wie Politik und Plattformen, etwas in Bezug auf Desinformationen zu verbessern, fällt insgesamt gering aus. Stattdessen trauen die Bürger:innen am ehesten sich selbst bzw. anderen Bürger:innen zu, etwas im Kampf gegen Desinformationen auszurichten ([siehe Kapitel 2.3](#)). Die Forderung, dass die Politik sich für eine Erhöhung der Medienkompetenz in der Bevölkerung einsetzt, fällt entsprechend auch bei Gruppen hoch aus, die sich medien- und politikskeptisch zeigen sowie restriktive und reaktive Maßnahmen stärker ablehnen ([siehe Kapitel 4](#)). Auch wer kein Vertrauen in Politik und bestehende Medienangebote fasst, wünscht sich folglich, dass sie oder er selbst bzw. andere befähigt werden, eigenständig die Glaubwürdigkeit und den Wahrheitsgehalt von Informationen bewerten können. Eine hohe Medienkompetenz schafft hierfür die Voraussetzung.

4. Unabhängige, staatsferne Einrichtung, die sich dem Thema verschreibt

Auch die Einrichtung einer unabhängigen, staatsfernen Einrichtung zu diesem Thema wird mehrheitlich begrüßt. 27 Prozent stimmen dieser Forderung „voll und ganz zu“, 41 Prozent stimmen hier „eher zu“. Auch Personen mit niedrigem Medienvertrauen stimmen hier mit 65 Prozent „(eher) zu“. Vor allem die Staatsferne scheint für die Gruppe, die Politik und Medien grundsätzlich misstraut, ein bedeutender Faktor zu sein, wenn es darum geht, Desinformation zu begegnen. Obgleich offen ist, inwieweit eine neue Einrichtung weitreichendes Vertrauen in der allgemeinen Bevölkerung genießen würde, zeigt sich hier ein Betätigungsfeld, das die Politik weiter beleuchten sollte.

5. Nachhaltige Finanzierung von Fact-Checking und weiteren zivilgesellschaftlichen Resilienzmaßnahmen

Zivilgesellschaftliche und journalistische Fact-Checking-Organisationen sind ebenfalls unabhängig und staatsfern organisiert – oder sollten es im Idealfall, mindestens in einem verlässlichen, demokratischen System sein. Der Forderung, diese stärker als bislang finanziell zu unterstützen, wird allerdings von allen Befragten am seltensten zugestimmt. Lediglich 17 Prozent stimmen hier

„voll und ganz zu“, immerhin 35 Prozent stimmen „eher zu“. Vor allem die Forderung nach mehr finanziellen Mitteln für Fact-Checking-Organisationen fällt bei der Gruppe mit niedrigem Medienvertrauen klar durch. Lediglich 38 Prozent stimmen dieser Forderung „voll und ganz zu“ oder „eher zu“, während 50 Prozent hier „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ zustimmen. Das Problem dürfte für die Gruppe die unterstellte mangelnde Unabhängigkeit sein. Fact-Checking-Organisationen, wie zum Beispiel Mimikama, der dpa-Faktencheck, CORRECTIV, der ARD-faktenfinder oder Volksverpetzer, müssen finanziert und ihre Mitarbeitenden bezahlt werden. Einige Unternehmen, wie der dpa-Faktencheck, tun dies durch ihre eigene unternehmerische Tätigkeit. Andere, wie zum Beispiel Mimikama, tun dies durch Werbung und Spendeneinnahmen. Wieder andere werden unter anderem auch von Stiftungen finanziert (z. B. CORRECTIV). Die wichtige Rolle, die solche Organisationen spielen, haben auch Recherchen von CORRECTIV aus dem Januar 2024 gezeigt, mit denen Geheimtreffen von Rechtsextremen, hochrangigen AfD-Politiker:innen und Vertreter:innen anderer Organisationen aufgedeckt wurden (CORRECTIV 2024). In der Folge wurde die Organisation CORRECTIV jedoch schnell selbst zur Zielscheibe von Desinformationen und Diffamierungen. Gerade aus dem Umfeld der AfD wurden Vorwürfe laut, die Berichte seien eine gezielte Kampagne, um die Partei zu schädigen (Tagesschau 2024). In der Tat sind es gerade Wähler:innen der AfD, die als einzige Wähler:innengruppe die finanzielle Förderung von Fact-Checking-Organisationen mehrheitlich ablehnen. Hier zeigt sich auch: Andere zivilgesellschaftliche Organisationen, die sich insbesondere für gesunde Diskursräume, Demokratiekompetenzen oder andere Schulungen engagieren, haben ebenfalls wichtige Funktionen zu erfüllen. Die Politik muss eine nachhaltige Finanzierung sowohl für unabhängiges Fact-Checking als auch für weiteres zivilgesellschaftliches Engagement sicherstellen, um Anfeindungen, Misstrauen oder einer Abkehr von demokratischen Grundfesten entgegenzuwirken.

Die breite Unterstützung der politischen Forderungen zeigt klar: Der Ball des Handelns liegt im Feld der Politik. Es gilt, die breite Unterstützung zu nutzen und wichtige Forderungen bedacht und im engen Austausch mit allen relevanten Akteur:innen in die Tat umzusetzen. Dabei geht es nicht (nur) um eine durchdachte Gesetzgebung, sondern vielmehr um die Durchsetzung bereits bestehender Vorschriften für Plattformbetreiber:innen. Gerade mit Blick auf die mehrfach geforderte Unabhängigkeit einzelner Maßnahmen (Fact-Checking, zentrale Einrichtung) wird zudem deutlich, wie wichtig partizipative Formate sind und dass Beratungsgremien und/oder -formate mit zivilgesellschaftlichen Organisationen, Wissenschaftler:innen und wirtschaftlichen Akteur:innen für den erfolgreichen Umgang mit Desinformation eine zentrale Bedeutung haben.





6. Vergleich mit den Vereinigten Staaten

Nicht nur in mehreren Bundesländern in Deutschland sind in diesem Jahr Millionen Wahlberechtigte aufgerufen, ihre Stimme abzugeben, auch in den USA steht im November mit den Präsidentschaftswahlen eine der weltweit folgenreichsten Wahlen in diesem Jahr an. Es lohnt sich, beim Thema „Desinformation“, das besonders in Wahlkampfphasen Konjunktur hat, den Blick über den Atlantik zu werfen: Gibt es unterschiedliche Präferenzen bei der Bekämpfung von Desinformation in den beiden Ländern? Wem trauen die US-Bürger:innen am ehesten zu, Desinformation wirksam zu bekämpfen, und wie soll dabei vorgegangen werden? Für die vergleichende Perspektive wurde parallel zur Befragung in Deutschland auch eine bevölkerungsrepräsentative Befragung in den USA durchgeführt und ein Großteil der Fragen in beiden Ländern gestellt.

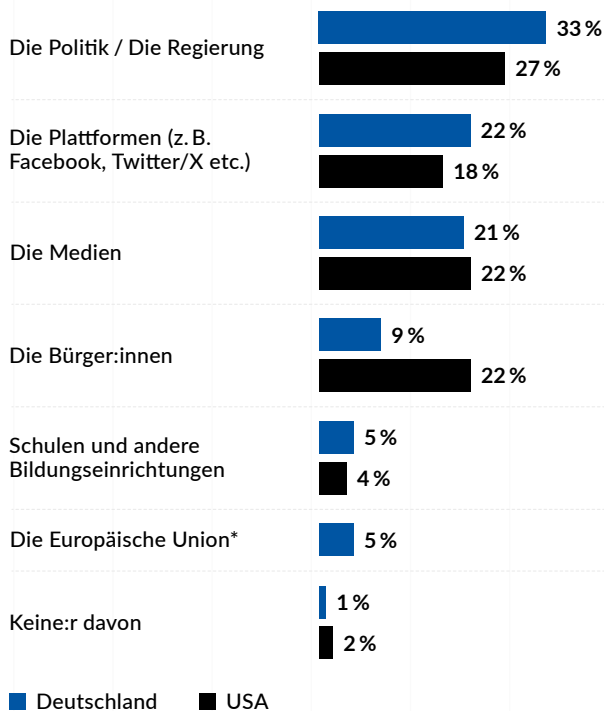
Die erste Auswertung der Umfragedaten mit dem Fokus auf den Umgang mit Desinformation (Bernhard et al. 2024) konnte zeigen, dass in den USA die Befragten deutlich unsicherer sind, was den Wahrheitsgehalt von Informationen angeht, und dass sie deutlich häufiger Desinformationen wahrnehmen als die deutschen Befragten. Der Themenbereich „Politik und Wahlen“ wird in den USA häufiger mit Desinformationen verbunden und auch der Anteil derjenigen, die sich sehr große Sorgen hinsichtlich einer Beeinflussung der Wahlen machen, ist größer. Dabei ist die Wahrnehmung von Desinformationen in den USA durch eine stärkere Polarisierung gekennzeichnet: Je rund ein Viertel der Befragten sieht das rechte oder linke Lager als Urheber von Desinformationen. Auch vermutet eine Mehrheit der US-Befragten, dass die eigene Regierung häufig Desinformationen verbreitet. In Deutschland ist dies (bislang) eine klare Minderheitsmeinung.

Akteur:innen

Bei der Frage nach den zuständigen Akteur:innen zeigt sich, dass auch US-Befragte am häufigsten die eigene Regierung⁴ in der Verantwortung sehen. 27 Prozent benennen diese als die wichtigste Akteurin. Dieser Prozentsatz liegt jedoch deutlich unter den Zuschreibungen der deutschen Befragten, von denen 33 Prozent die Politik in Deutschland und zusätzlich 5 Prozent die EU als maßgebliche Akteurinnen betrachten. Im Gegensatz zum Meinungsbild in Deutschland wird die Regierung in den USA häufiger von jüngeren als von älteren Befragten als hauptverantwortlich eingestuft. Zwischen Demokrat:innen und Republikaner:innen zeigen sich hingegen kaum Unterschiede in der Zuschreibung.

Abbildung 13: Verantwortungszuschreibung bei der Bekämpfung von Desinformation im Ländervergleich

Und wer ist am ehesten in der Pflicht, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern?



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht. *Wurde in der US-Befragung nicht vorgelegt.

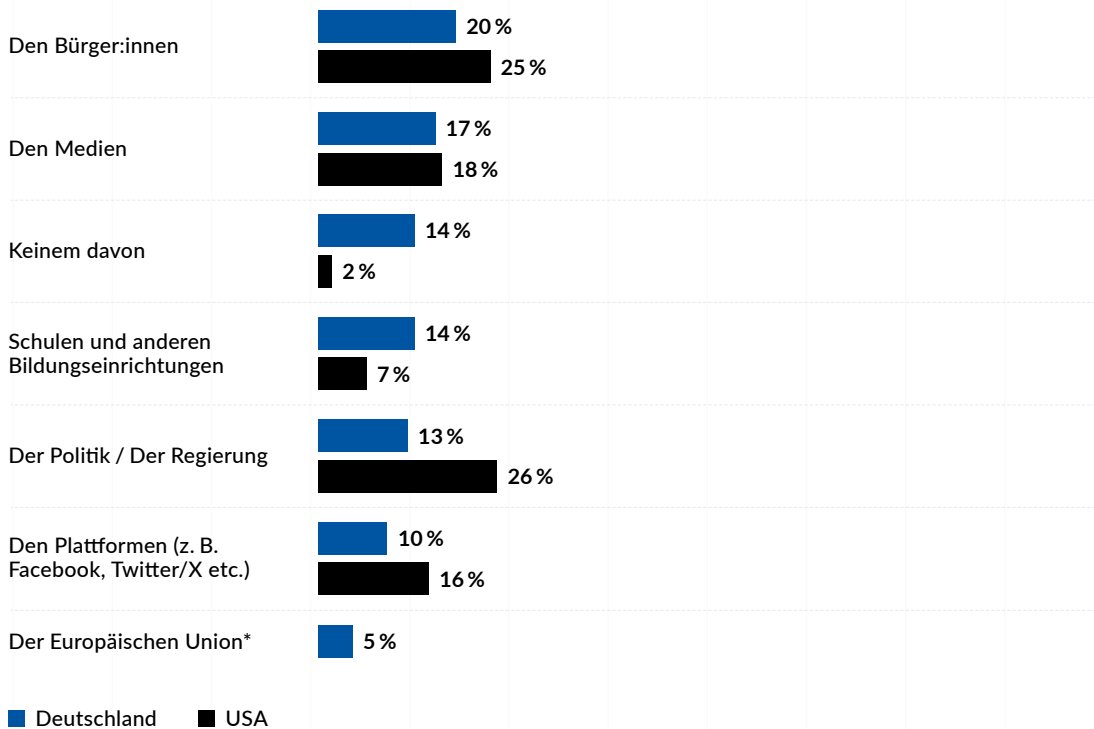
Deutlich mehr Verpflichtung zum Kampf gegen Desinformation sehen die US-Befragten bei den Bürger:innen. Während in Deutschland nur 9 Prozent der Befragten der Meinung sind, dass am ehesten die Bürger:innen in der Pflicht sind, etwas gegen Desinformationen zu unternehmen, sind es in den Vereinigten Staaten 22 Prozent. Ähnlich wie in Deutschland sind es in den USA ebenfalls vor allem Befragte, die Medien und Politik weniger Vertrauen entgegenbringen und daher auf die Zuständigkeit der Bürger:innen bei dem Thema verweisen. Die Medien werden in Deutschland und den USA ähnlich häufig als verantwortlich benannt, die Plattformen in den USA hingegen etwas seltener.

4 In der deutschsprachigen Befragung wurde hier nach der „Politik in Deutschland“ gefragt. Um dem politischen System und der politischen Realität in den Vereinigten Staaten Rechnung zu tragen, wurde hier stattdessen nach der Verantwortung „der Regierung“ (*the government*) gefragt.

Deutliche Unterschiede zwischen den US-Befragten und den Befragten in Deutschland werden bei der Frage ersichtlich, welchen der Akteur:innen *am ehesten* zugetraut wird, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern. Für Deutschland zeichnen die Befragten das Bild, dass Politik zwar in der Pflicht ist, etwas zu verbessern, man es ihr aber nicht zutraut. Dieser Eindruck ist in den USA deutlich positiver. Mit 26 Prozent setzen die US-Befragten die Regierung an die Spitze des Rankings der Lösungskompetenz. Insbesondere Demokrat:innen sowie Wähler:innen, die 2020 für Biden gestimmt haben, trauen der Regierung Verbesserungen zu, ebenso Befragte mit höherem Medienvertrauen.

Abbildung 14: Zugeschriebene Lösungskompetenz bei der Bekämpfung von Desinformation im Ländervergleich

Und wem trauen Sie am ehesten zu, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern?



Basis: alle Befragten. Fehlende Werte: weiß nicht. *Wurde in der US-Befragung nicht vorgelegt.

Ähnlich relevant wird in beiden Ländern mit 20 bzw. 25 Prozent die Rolle der Bürger:innen gesehen. Die Gefahren der Selbstüberschätzung der eigenen Kompetenzen im Umgang mit Desinformation wurden bereits in [Kapitel 2.3](#) reflektiert. Allerdings scheinen die US-Befragten etwas selbstkritischer zu sein: 39 Prozent der Befragten glauben an ihre eigene Beeinflussbarkeit durch Desinformation, in Deutschland sind es hingegen nur 16 Prozent (Bernhard et al. 2024). Darüber hinaus zeigen die US-Amerikaner:innen einen aktiveren Umgang mit Desinformation: Sie überprüfen Inhalte häufiger, hinterfragen sie kritischer und nutzen öfter Angebote von Fact-Checking-Organisationen, als deutsche Befragte angeben, dies zu tun (ebd.). Das lässt sich möglicherweise durch eine stärkere Präsenz des Themas „Desinformation“ in den Medien und im Alltag und einen entsprechenden Lernprozess der US-Amerikaner:innen erklären. Fakt ist: Desinformation ist in den Vereinigten Staaten präsenter als in Deutschland. 67 Prozent der US-Befragten waren sich in den letzten Monaten unsicher, ob eine Information im Internet wahr oder falsch war, 61 Prozent der US-Befragten haben in den letzten Monaten Desinformationen wahrgenommen (ebd.).

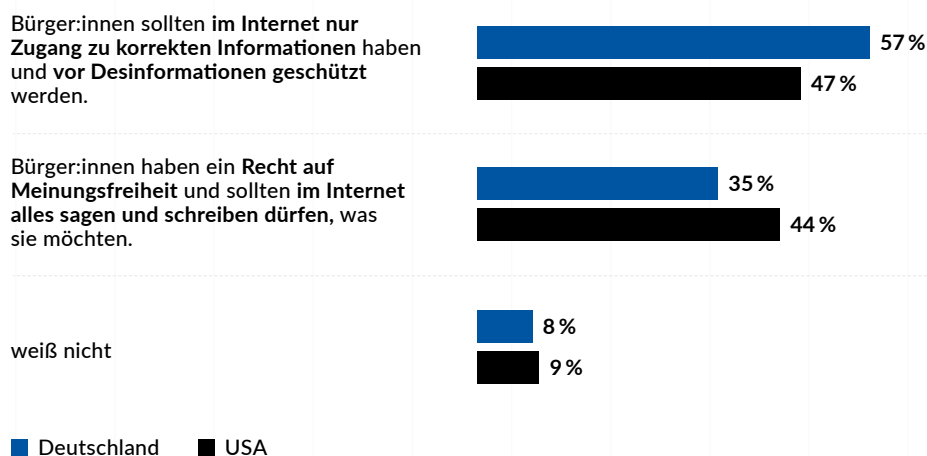
Im Vergleich dazu geben nur 45 Prozent der Befragten in Deutschland an, unsicher gewesen zu sein, bzw. 35 Prozent berichten, Desinformation gesehen zu haben (ebd.). Die Vermutung liegt nahe, dass spätestens seit dem ersten Trump-Wahlkampf das Thema „Desinformation“ in den Vereinigten Staaten viel mehr im Fokus steht und vermehrt im Alltag auftaucht. Demnach ist auch der Umgang mit Desinformation vermutlich gelernter und kritischer, weil die bisherigen Erfahrungen gezeigt haben, wie polarisiert in den USA auch das eigene Umfeld ist. Denn: Auch der Anteil derjenigen, die schon von Personen aus dem eigenen Umfeld Desinformationen per Messenger oder SMS erhalten haben, ist in den Vereinigten Staaten (36 Prozent) deutlich höher als in Deutschland (10 Prozent).

Bei der Bewertung der Medien sind sich die Befragten beider Länder recht einig: 17 Prozent in Deutschland und 18 Prozent in den Vereinigten Staaten trauen am ehesten den Medien zu, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern. Demgegenüber setzen die Befragten in Deutschland im Kampf gegen Desinformationen häufiger auf Schulen und andere Bildungseinrichtungen: 14 Prozent in Deutschland, aber nur 7 Prozent in den Vereinigten Staaten sehen am ehesten entsprechende Kompetenzen bei Schulen und anderen Bildungseinrichtungen. Den Plattformen trauen hingegen US-Befragte (16 Prozent) mehr zu als Befragte in Deutschland (10 Prozent). Darüber hinaus ist der Umstand auffällig, dass rund jede:r achte Befragte in Deutschland keiner bzw. keinem der Akteur:innen zutraut, etwas in Bezug auf Desinformation zu verbessern, während dies mit 2 Prozent in den USA nur eine sehr kleine Minderheit tut.

Auch bei der Frage, wie weit der Kampf gegen Desinformation gehen sollte, zeigen sich Unterschiede zwischen beiden Ländern. Wie Abbildung 15 zeigt, polarisiert in den USA die Balance zwischen dem Schutz der Bürger:innen vor Desinformation und dem Recht auf Meinungsfreiheit deutlich stärker.

Abbildung 15: Abwägung zwischen Schutz vor Desinformation und Meinungsfreiheit im Ländervergleich

Welcher Sichtweise stimmen Sie eher zu?



Basis: alle Befragten (halbes Sample).

Während sich in Deutschland unabhängig von einem spezifischen Thema eine Mehrheit von 57 Prozent dafür ausspricht, dass Bürger:innen im Internet nur Zugang zu korrekten Informationen haben sollten, sind in den USA 47 Prozent dieser Ansicht. Demgegenüber sind 44 Prozent der US-

Befragten der Meinung, dass Bürger:innen im Internet alles sagen und schreiben dürfen sollten, was sie möchten. Der Befund überrascht nicht, denn in den Vereinigten Staaten gilt, anders als in Deutschland ([siehe Kapitel 3](#)), Redefreiheit, die sich von der in anderen Ländern herrschenden Meinungsfreiheit unterscheidet und teilweise auch Aussagen zulässt, die anderswo unter Volksverhetzung oder Ähnliches fallen würden. Die Amerikaner:innen haben entsprechend grundsätzlich eine höhere Toleranz für grenzwertige und möglicherweise wahrheitswidrige Inhalte.

Analog zur Analyse in Deutschland zeigt sich, dass sich auch in den Vereinigten Staaten Männer häufiger pro Meinungsfreiheit aussprechen als Frauen. Der Anteil derjenigen, die sich für den Schutz vor Desinformation aussprechen, ist unter den Männern (47 Prozent) und Frauen (48 Prozent) in den Vereinigten Staaten allerdings gleich hoch. Frauen sind sich in den USA dafür mit 13 Prozent mehr als doppelt so oft unsicher in ihrer Positionierung als Männer (5 Prozent) und antworten hier mit „weiß nicht“. Außerdem gilt in beiden Ländern: Je jünger, desto stärker ist die Aussprache für die Perspektive der Meinungsfreiheit. In beiden Ländern sind es vor allem junge Männer zwischen 16 und 24 Jahren, die sich am stärksten für das Recht, im Internet alles sagen und schreiben zu dürfen, aussprechen (jeweils 52 Prozent).

Auch in den USA zeigt sich bei der Gegenüberstellung von Meinungsfreiheit und Schutz vor Desinformation ein Zusammenhang mit der politischen Verortung der Befragten. Republikaner:innen entscheiden sich mit einem Anteil von 49 Prozent häufiger für den Schutz der Meinungsfreiheit als Demokrat:innen (40 Prozent). Wie in Deutschland verteidigen vor allem diejenigen das Recht, im Internet alles schreiben und sagen zu dürfen, die Desinformation ohnehin für einen politischen Kampfbegriff halten, der alternative Meinungen schlechtmachen soll (61 Prozent).





7. Fazit

Die Ergebnisse unserer Studie zeigen: Die Bevölkerung wünscht sich eine breite Offensive seitens verschiedener Akteur:innen. Besonders von der Politik wird gefordert, Fortschritte im Umgang mit Desinformation zu erzielen – wenngleich Skepsis an der Lösungskompetenz politischer Entscheider:innen vorherrscht. Ähnlich gestaltet sich die Situation für Plattformen: Die Bevölkerung sieht sie häufig in der Pflicht, hegt aber zugleich Zweifel an ihren Kompetenzen (oder ihrem Willen?).

Das Verständnis von Desinformationskampagnen muss geweitet werden. Die Bekämpfung von Desinformation wird von der Bevölkerung bislang stark im nationalen Rahmen gedacht – obwohl in der Forschung klar ist, dass Angriffe von innen wie außen kommen. Lösungen müssen folglich ineinandergreifen, dazu gehört auch, dass das Bewusstsein der Bevölkerung dafür erhöht wird, dass manipulierende Inhalte aus mehreren Richtungen kommen können.

Bürger:innen vertrauen weitgehend auf sich selbst, doch es braucht Medienkompetenzen in allen Altersgruppen. Viele Bürger:innen sehen sich und andere Bürger:innen selbst am ehesten in der Lage, etwas gegen Desinformation zu bewirken. Diese Einschätzung bereitet angesichts der gleichzeitig (noch) geringen allgemeinen Nachrichtenkompetenz der Bevölkerung Sorgen. Wenngleich das Vertrauen in die eigenen Kompetenzen im Umgang mit Desinformation hoch und die wahrgenommene Beeinflussung gering ausfallen, befürchten die Befragten, dass vor allem Dritte Desinformationen „auf den Leim gehen“ könnten (Bernhard et al. 2024). Die Forderung nach mehr Aufklärung und stärkerer Förderung der Nachrichten- und Medienkompetenz wird daher vermutlich vor allem mit Blick darauf geäußert, die Politik möge doch die Kompetenzen der jeweils anderen steigern. Allerdings findet diese Forderung auch Unterstützung bei denen, die kein Vertrauen mehr in Politik und Medien haben und Eingriffe in die Freiheit des Internets kritischer sehen – ein potenziell einendes Element. Weitreichende Medienkompetenzen würden zudem

das Verständnis über Plattformlogiken und -dynamiken (wie z. B. Konsequenzen von Viralität oder Upload-Filter) erhöhen und so zu einem ausgewogeneren Diskurs beitragen.

Staatliches Handeln braucht enge Grenzen. Kontrovers wird es immer dann, wenn der Staat als eingreifender Akteur wahrgenommen wird, der entscheidet, welche Informationen verbreitet werden dürfen und welche nicht. Auch Fact-Checking-Organisationen werden von Teilen der Bevölkerung kritisiert, in ihrer Unabhängigkeit angezweifelt und als Teil eines Systems betrachtet, von dem sie desillusioniert sind. Ein Vorwurf, der zunehmend von Demokratiefeind:innen erhoben wird und in Teilen der Bevölkerung auf fruchtbaren Boden fällt. Diesen Eindruck zu vermeiden, ist essenziell; Transparenz über Entscheidungen und Recherchen kann hierzu beitragen, obwohl klar ist, dass sich Menschen, die nicht überzeugt werden wollen, nicht überzeugen lassen. Wo eindeutig durch Desinformation Volksverhetzung, Verleumdung oder andere Straftaten begangen werden, sollte Recht effektiv umgesetzt und die Handlungsfähigkeit des demokratisch legitimierten Staates demonstriert werden.

Plattformen müssen Regeln sichtbar und konsequent umsetzen. Die Vorteile europäischer Lösungen und gemeinsamer Richtlinien könnten mit zunehmender Durchsetzung beispielsweise des Digital Services Act stärker in das Bewusstsein der Bevölkerung dringen. Gleichzeitig müssen Anpassungen durch die global wirkenden Plattformen für die Nutzer:innen sicht- und erfahrbar werden. Aktuell erfüllen die Plattformen viele der rechtlichen Anforderungen nur unzureichend. Hier liegt ein wichtiger Ansatzpunkt für die Politik, die demonstrieren muss, dass sie in der Lage ist, die Regulierungen durchzusetzen, und dass die global agierenden Plattformen, auf denen Nutzer:innen am häufigsten mit Desinformation konfrontiert werden, nicht außerhalb ihres Einflussbereichs liegen.



Literatur

Allen, Karen (2024): *Elections will reveal SA's exposure to digital influence as a service*. Institute for Security Studies Africa. Online verfügbar unter: <https://issafrica.org/iss-today/elections-will-reveal-sa-s-exposure-to-digital-influence-as-a-service> (abgerufen am 29.07.2024).

Berger, Cathleen (2023): *KI und Wahlen: Zwischen Meme-Kultur und politischer Werbung*. Online verfügbar unter: <https://upgradedemocracy.de/ki-und-wahlen-zwischen-meme-kultur-und-politischer-werbung> (abgerufen am 29.07.2024).

Berger, Cathleen, Charlotte Freihse und Otto Meyer zu Schwabedissen (2024): *Effektiver Umgang mit Desinformation. Perspektiven von allen Kontinenten*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. DOI 10.11586/2024075.

Bernhard, Lukas, Leonie Schulz, Cathleen Berger und Kai Unzicker (2024): *Verunsicherte Öffentlichkeit. Superwahljahr 2024: Sorgen in Deutschland und den USA wegen Desinformationen*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. DOI 10.11586/2024020.

Bernhard, Lukas, und Lutz Ickstadt (2024): *Lauter Hass – leiser Rückzug. Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung*. Hrsg. Das NETTZ, Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, HateAid und Neue deutsche Medienmacher:innen als Teil des Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz. Berlin. Online verfügbar unter: https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/wp-content/uploads/2024/02/Studie_Lauter-Hass-leiser-Rueckzug.pdf (abgerufen am 13.02.2024).

Bochert, Florian, und Kai Unzicker (2024): *Digitale Desinformation zur Beeinflussung von politischen Wahlen*. bidt – Bayrisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation. Wissenslandkarte. Online verfügbar unter: www.bidt.digital/phaenomene/digitale-desinformation-zur-beeinflussung-von-politischen-wahlen (abgerufen am 29.07.2024).

Boehnke, Klaus, Georgi Dragolov, Regina Arant und Kai Unzicker (2024): *Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland 2023. Perspektiven auf das Miteinander in herausfordernden Zeiten*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. DOI 10.11586/2024051.

Bundesarbeitsgemeinschaft „Gegen Hass im Netz“, Textgain (2024): *Tracing Online Misogyny. Eine quantitative und qualitative Analyse verschiedener Facetten der Manosphere und misogynen Praxis im deutsch-internationalen Vergleich*. Berlin. Online verfügbar unter: <https://bag-gegen-hass.net/neue-studie-veroeffentlicht-misogynie-online/> (abgerufen am 29.07.2024).

CORRECTIV (2024): *Geheimplan gegen Deutschland*. Online verfügbar unter: <https://correctiv.org/themen/geheimplan-recherche/> (abgerufen am 29.07.2024).

Davison, Phillips (1983): *The Third-Person Effect in Communication*. Public Opinion Quarterly, Volume 47(1): 1 – 15.

Die Bundesregierung (2024): *Digital Services Act – Das Gesetz über digitale Dienste*. Online verfügbar unter: www.bundesregierung.de/breg-de/themen/digitalisierung/gesetz-ueber-digitale-dienste-2140944 (abgerufen am 29.07.2024).

Die Medienanstalten (2023): *Transparenz-Check. Erkennen von Werbung in Podcasts*. Online verfügbar unter: <https://faktenimpulse.de/wp-content/uploads/2023/12/Chartreport-Transparenz-Check-Podcasts.pdf> (abgerufen am 09.02.2024).

DRI (Democracy Reporting International) (2024): *Separating Voice from Noise: Insights from the 2024 EP Elections*. Online verfügbar unter: <https://democracy-reporting.org/en/office/global/news/separating-voice-from-noise-insights-from-the-2024-ep-elections> (abgerufen am 29.07.2024).

EU DisinfoLab (2022): *Doppelgänger – Media clones serving Russian propaganda*. Online verfügbar unter: www.disinfo.eu/doppelganger (abgerufen am 29.07.2024).

EU DisinfoLab (2023): *Disinformation Landscape in Germany*. Online verfügbar unter: www.disinfo.eu/wp-content/uploads/2023/03/20230224_GER_DisinfoFS.pdf (abgerufen am 09.02.2024).

European Commission (18.12.2023): *Commission opens formal proceedings against X under the Digital Services Act*. Online verfügbar unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_6709 (abgerufen am 09.02.2024).

Gesellschaft für Freiheitsrechte (26.04.2022): *Urheberrecht: Europäischer Gerichtshof verweist Uploadfilter in enge Schranken*. Online verfügbar unter: <https://freiheitsrechte.org/ueber-die-gff/presse/pressemitteilungen-der-gesellschaft-fur-freiheitsrechte/erfolg-artikel17-eugh> (abgerufen am 29.07.2024).

Gürtler, Tobias (27.10.2023): *Ein Jahr Twitter unter Elon Musk – eine Bilanz in fünf Grafiken*. Wirtschaftswoche. Online verfügbar unter: https://www.wiwo.de/unternehmen/it/kurz_nachrichten-dienst-ein-jahr-twitter-unter-elon-musk-eine-bilanz-in-fuenf-grafiken-/29468190.html (abgerufen am 09.02.2024).

Hagemeyer, Lennart, Rainer Faus und Lukas Bernhard (2024): *Vertrauensfrage Klimaschutz. Mehrheiten für eine ambitionierte Klimapolitik gewinnen*. Friedrich-Ebert-Stiftung. FES diskurs Januar 2024. Online verfügbar unter: <https://library.fes.de/pdf-files/a-p-b/20941.pdf> (abgerufen am 13.02.2024).

Iglesias Keller, Clara, Charlotte Freihse und Cathleen Berger (2024): *Staatliche Maßnahmen gegen Desinformation: Auf dem Weg zu einer resilienten und gesunden Öffentlichkeit*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. DOI 10.11586/2024065.

Jaurisch, Julian (2022): *SNV Analysis: Barriers to Strong DSA Enforcement – and How to Overcome Them*. Online verfügbar unter: www.interface-eu.org/publications/snv-analysis-barriers-strong-dsa-enforcement-and-how-overcome-them (abgerufen am 29.07.2024).

Meßmer, Anna-Katharina, Alexander Sänglerlaub und Leonie Schulz (2021): *„Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test*. Stiftung Neue Verantwortung. Berlin. Online verfügbar unter: www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie_quelleinternet.pdf (abgerufen am 09.02.2024).

Rosenbach, Marcel, und Christoph Schult (26.01.2024): *Baerbocks Digitaldetektive decken russische Lügenkampagne auf*. Der Spiegel 5/2024. Online verfügbar unter: www.spiegel.de/politik/deutschland/desinformation-aus-russland-auswaertiges-amt-deckt-pro-russische-kampagne-auf-a-765bb30e-8f76-4606-b7ab-8fb9287a6948 (abgerufen am 09.02.2024).

Sängerlaub, Alexander, und Leonie Schulz (2021): *Desinformation in Sozialen Medien*. Online verfügbar unter: https://public.reset.tech/documents/210811_Reset_pollytix_Desinformation.pdf (abgerufen am 09.02.2024).

Schaefer, Corinna, und Eva-Maria Bitzer (2021): *Umgang mit Fehl- und Desinformation in Medien. Kompetenznetz Public Health COVID-19*. Online verfügbar unter: www.public-health-covid19.de/images/2021/Ergebnisse/20210902_Hintergrund_Fehlinformation_update.pdf (abgerufen am 09.02.2024).

Schillmöller, Jan, und Steliyana Doseva (2023): *Der DSA – ein Instrument gegen Desinformation im Netz?* bidt – Bayrisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation. Online verfügbar unter: <https://www.bidt.digital/der-dsa-ein-instrument-gegen-desinformationen-im-netz/> (abgerufen am 09.02.2024).

Stegers, Fiete (2021): *Desinformation in Deutschland: Gefahren und mögliche Gegenmaßnahmen aus Sicht von Fachleuten*. Vodafone Stiftung Deutschland. Düsseldorf. Online verfügbar unter: www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/07/Studie_Vodafone-Stiftung_Desinformation-Expertenbefragung.pdf (abgerufen am 09.02.2024).

Tagesschau (21.01.2024): *Interview im Bericht aus Berlin. Baumann sieht „infame Kampagne“ gegen AfD*. Online verfügbar unter: www.tagesschau.de/inland/afd-baumann-bab-100.html (abgerufen am 09.02.2024).

Tapsell, Ross (2024). *It's Time to Reframe Disinformation: Indonesia's Elections Show Why*. Center for International Governance Innovation. Online verfügbar unter: www.cigionline.org/articles/its-time-to-reframe-disinformation-indonesias-elections-show-why/ (abgerufen am 29.07.2024).

Thomson Foundation (2024): *AI and Disinformation in Taiwan's 2024 Election*. Online verfügbar unter: www.thomsonfoundation.org/latest/ai-and-disinformation-in-taiwan-s-2024-election/ (abgerufen am 29.07.2024).

Verbraucherzentrale Bundesverband (04.12.2023): *100 Tage Digital Services Act: Verbraucherschutz auf Online-Plattformen weiter mangelhaft*. Online verfügbar unter: www.vzbv.de/pressemitteilungen/100-tage-digital-services-act-verbraucherschutz-auf-online-plattformen-weiter (abgerufen am 09.02.2024).

Impressum

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh, September 2024

Bertelsmann Stiftung

Carl-Bertelsmann Straße 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich

Kai Unzicker
Senior Project Manager
Telefon +49 5241 81-81405

kai.unzicker@bertelsmann-stiftung.de
www.bertelsmann-stiftung.de
www.upgradedemocracy.de

Autor:innen

Lukas Bernhard, pollytix strategic research gmbh
Leonie Schulz, pollytix strategic research gmbh

Cathleen Berger, Bertelsmann Stiftung
Kai Unzicker, Bertelsmann Stiftung

Gestaltung

nach morgen, Köln

Bildnachweise

Cover und Seite 5, 8, 11, 18, 25, 32, 36, 41, 47
© von wacomka – stock.adobe.com

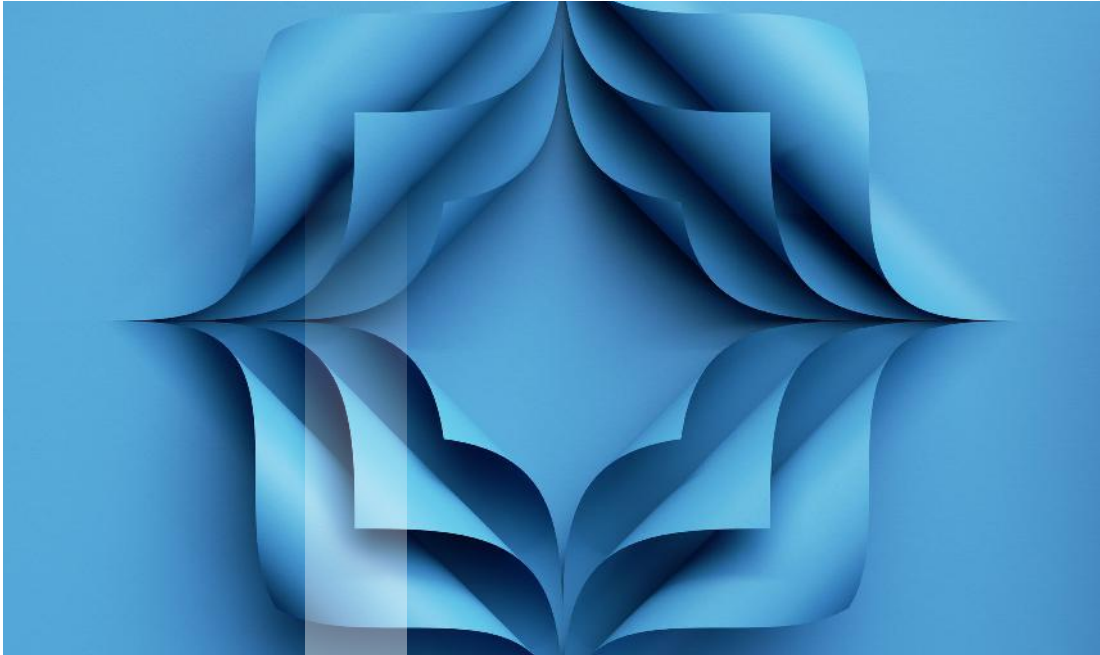
Zitationshinweis

Bernhard, L., Schulz, L., Berger, C., Unzicker, K. (2024): *Präventiv, reaktiv, restriktiv? Maßnahmen gegen Desinformationen aus Sicht der Bevölkerungen in Deutschland und den USA*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. DOI 10.11586/2024110

Korrektorat

Paul Kaltefleiter, Bielefeld

DOI-Nummer: DOI 10.11586/2024110



Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung

Carl-Bertelsmann Straße 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Kai Unzicker
Senior Project Manager
Telefon +49 5241 81-81405

kai.unzicker@bertelsmann-stiftung.de
www.bertelsmann-stiftung.de