



# Relevanz von medialen Informationsquellen im Kontext der bayerischen Landtagswahl 2023

Studie erstellt für die  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)  
23. Oktober 2023



## Das Wichtigste auf einen Blick (I/III): Passiv und aktiv genutzte Informationsquellen zur Landtagswahl 2023

- 80 % der Befragten haben in den letzten Wochen Informationen zur Landtagswahl auf Wahlplakaten gesehen. Davon abgesehen wurden Informationen vor allem in den crossmedialen Angeboten etablierter Medien (TV-Sender 68 %, Radio 57 %, Zeitungen/Zeitschriften 52 %) wahrgenommen.
- In Bezug auf aktiv genutzte Informationsquellen sind journalistische Angebote am relevantesten. Infoangebote von Parteien, Politikern und Politikerinnen sowie der Wahl-O-Mat spielen in der Gruppe der 18- bis 24-jährigen Erst- und Jungwähler und -wählerinnen eine herausragende Rolle.
- Auch Soziale Medien sind für die 18- bis 24-Jährigen überdurchschnittlich relevant: Wahlplakate einmal außen vor gelassen, sind Soziale Medien für sie der häufigste Info-Touchpoint (68 %), 37 % von ihnen suchen dort auch aktiv nach Informationen zur Landtagswahl. Von allen Befragten haben 38 % in Sozialen Medien Informationen zur Landtagswahl wahrgenommen, die Hälfte davon nutzt Soziale Medien auch aktiv als Infoquelle (19 %).
- Ein Großteil der Nutzenden betrachtet Soziale Medien als Infoquelle zur Landtagswahl durchaus kritisch: Rund ein Drittel verfolgt bewusst keine Informationen zur Landtagswahl in den Sozialen Medien. Über die Hälfte ist der Ansicht, dass es dort zu viel Hass und Hetze gibt.

## Das Wichtigste auf einen Blick (II/III): Wahlwerbung und Desinformation im Wahlkampf

- Fast alle Befragten haben Werbung zur Landtagswahl wahrgenommen, am häufigsten auf Plakaten, im Radio und im Fernsehen. 15 % geben an, auch Werbung in Sozialen Medien wahrgenommen zu haben. Knapp zwei Drittel geben an, die Werbung dort anhand einer entsprechenden Kennzeichnung erkannt zu haben.
- Über ein Drittel der Nutzenden Sozialer Medien zeigt sich besorgt, durch speziell zugeschnittene Werbeanzeigen in den Sozialen Medien (Targeting) einseitig informiert zu werden (36 %). Ebenso viele sorgen sich, dass ihnen Inhalte gezeigt werden, für die jemand bezahlt hat, ohne dass diese als Werbung gekennzeichnet sind (38 %).
- Mehr als drei Viertel der Befragten geben an, im Zusammenhang mit der Landtagswahl im Internet Falschinformationen begegnet zu sein. Ein Drittel sagt, dass dies sogar häufig der Fall war (31 %). Jeweils rund die Hälfte glaubt, Falschinformationen gut zu erkennen (48 %) und die Vertrauenswürdigkeit einer Quelle bewerten zu können (55 %). Bedeutet umgekehrt betrachtet: Ebenso viele sind sich nicht so sicher.
- Groß ist auch die Sorge, dass Falschinformationen die Meinungen beeinflussen: Hierbei ist die Besorgnis in Bezug auf die eigene Meinung geringer ausgeprägt (18 %) als in Bezug auf die Meinung anderer (53 %). Knapp die Hälfte ist darüber hinaus besorgt, dass durch Falschinformationen das Wahlergebnis manipuliert wird (46 %).

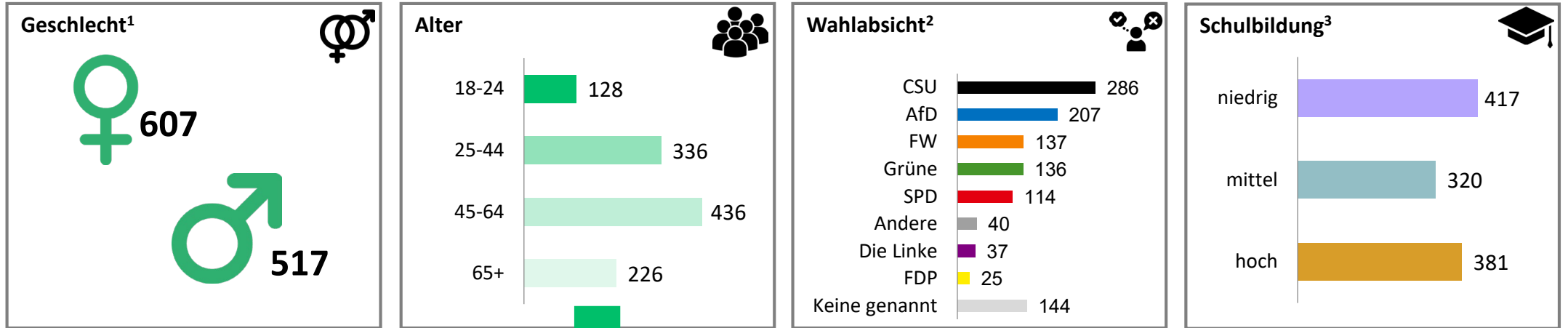
## Das Wichtigste auf einen Blick (III/III): Politische Stimmung, Wahlkampfimpressionen & Wahrnehmung der Medien im Wahlkampf

- Die Hälfte der Befragten stimmt der Aussage zu, dass das demokratische System in Deutschland alles in allem gut funktioniert. Allerdings denkt auch die Hälfte der Befragten, dass Menschen wie sie keinen Einfluss auf die Politik haben.
- Nur knapp ein Fünftel findet, dass der Wahlkampf sachlich geführt wird; fast jede und jeder Dritte empfindet den Wahlkampf als zu aggressiv.
- Dass es nicht gut bestellt ist um das Medienvertrauen, lässt sich auch in Bayern feststellen: Mehr als ein Drittel stimmt medienskeptischen Aussagen zu: „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren“ sowie „die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen“.
- Nur jeweils gut ein Viertel stimmt zu, dass die Medien über die persönlich relevanten Themen berichten sowie dass die Medien ausgewogen über die Parteiprogramme und Kandidierende berichten. Gleichzeitig beklagt mehr als die Hälfte, dass die Medien im Wahlkampf zu viel über Personen und zu wenig über Themen berichten.
- Und auch das Phänomen der News Avoidance greift um sich: Knapp ein Fünftel der Befragten versucht, Nachrichten aktiv zu umgehen.

## Quantitative Befragung von Internetnutzenden

Auftraggeber:	Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
Institut:	pollytix strategic research gmbh
Erhebungsverfahren:	Online-Interviews
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige wahlberechtigte Bevölkerung in Bayern ab 18 Jahren, die in den letzten 3 Monaten das Internet genutzt hat
Stichprobe:	Quotenstichprobe aus Online-Access-Panel
Fragebogenlänge:	13 Minuten
Stichprobengröße:	1.126 Befragte
Erhebungszeitraum:	28. September - 7. Oktober 2023
Gewichtung:	Die Stichprobe wurde per Gewichtung an die Struktur der Internetnutzenden ab 18 Jahren angepasst. Eingeflossen sind Region, Alter, Geschlecht und Bildung. (Quelle: IKT-Studie Statistisches Bundesamt)
Maximale Fehlertoleranz :	bei einem 95%-Konfidenzintervall: 2,9%-Punkte

## Methodischer Hinweis: Fallzahlen der Befragten



### Fokusinteresse Erst- und Jungwählende & Soziale Medien

- Grundgesamtheit: „**Wahlberechtigte bei der Landtagswahl 2023 in Bayern, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben**“.
- Mit Blick auf den Forschungsgegenstand und insbesondere auf die **Relevanz Sozialer Medien** sind **junge Wahlberechtigte** von besonderem Interesse.
- Der Blick auf jüngere Menschen erlaubt es, eine Gruppe zu untersuchen, die im Wahlverhalten noch nicht festgelegt ist. Außerdem informieren sich jüngere Menschen **vermehrt online und über Soziale Medien** und verfügen damit über ein **breites Informationsportfolio**, dass potentiell auch bei der Informationsnutzung zur Landtagswahl ausgeschöpft wird.

Basis jeweils: alle Befragten (n=1.126); <sup>1</sup>Divers = 2; <sup>2</sup>Aufgrund der geringen Fallzahlen werden fortlaufend nur die Werte der CSU-, AfD-, FW-, Grüne- und SPD-Affinen visualisiert; <sup>3</sup>Auf den kommenden Folien als „Bildung“ erfasst.

## Inhalt

	<b>Slide</b>
1. Informationsquellen zur Landtagswahl	8-19
2. Sozialen Medien und Messenger als Informationsquellen zur Landtagswahl	20-28
3. Wahlwerbung	29-34
4. Desinformation im Wahlkampf	35-40
5. Politische Stimmung & Wahlkampfimpressionen	41-50
6. Wahrnehmung der Medien	51-61

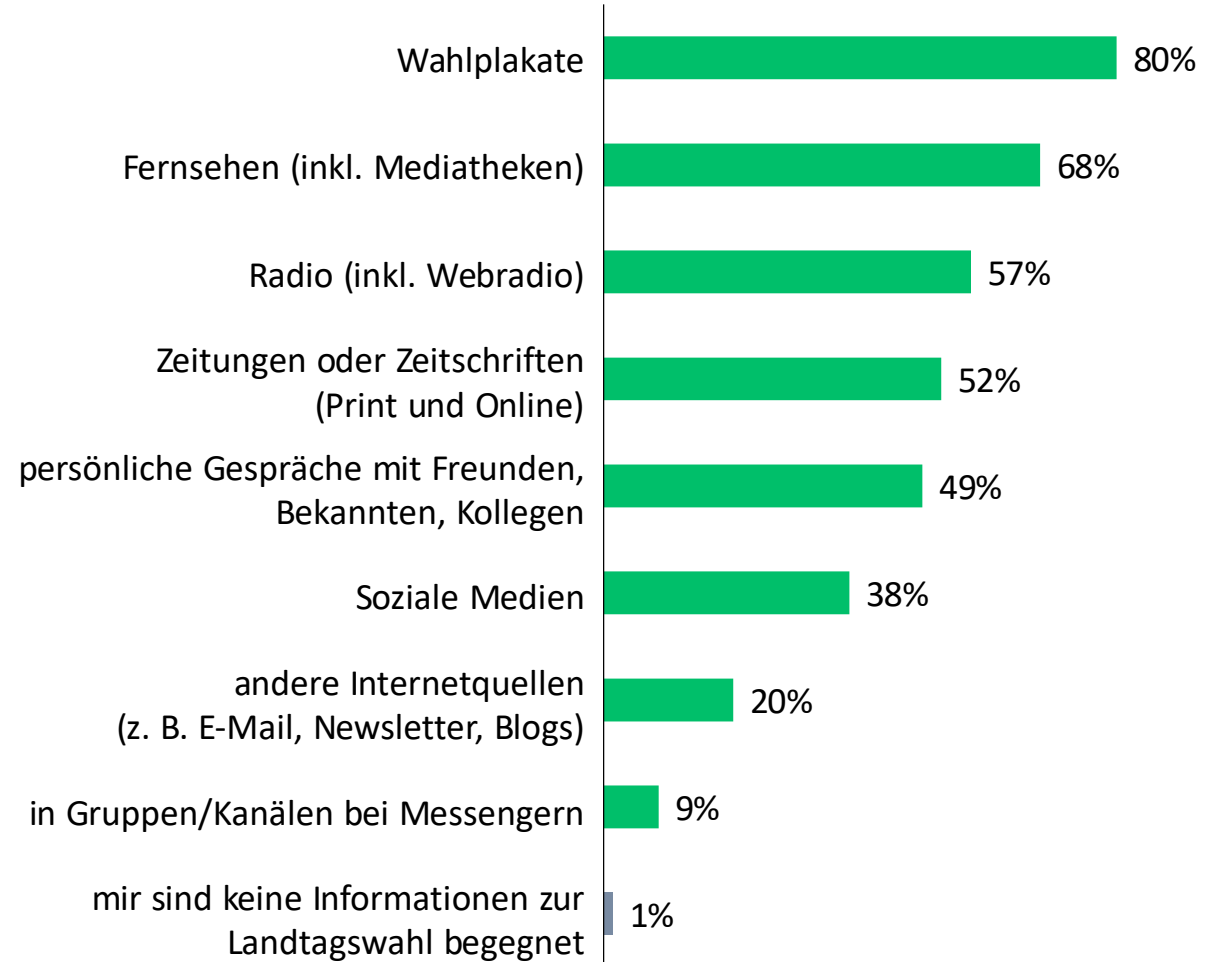
# Informationsquellen zur Landtagswahl





## Praktisch alle nehmen Infos zur Landtagswahl wahr, am häufigsten über Wahlplakate und die crossmedialen Angebote von TV, Radio und Printmedien

*Wo sind Ihnen in den letzten Wochen Informationen zur anstehenden Landtagswahl begegnet?*

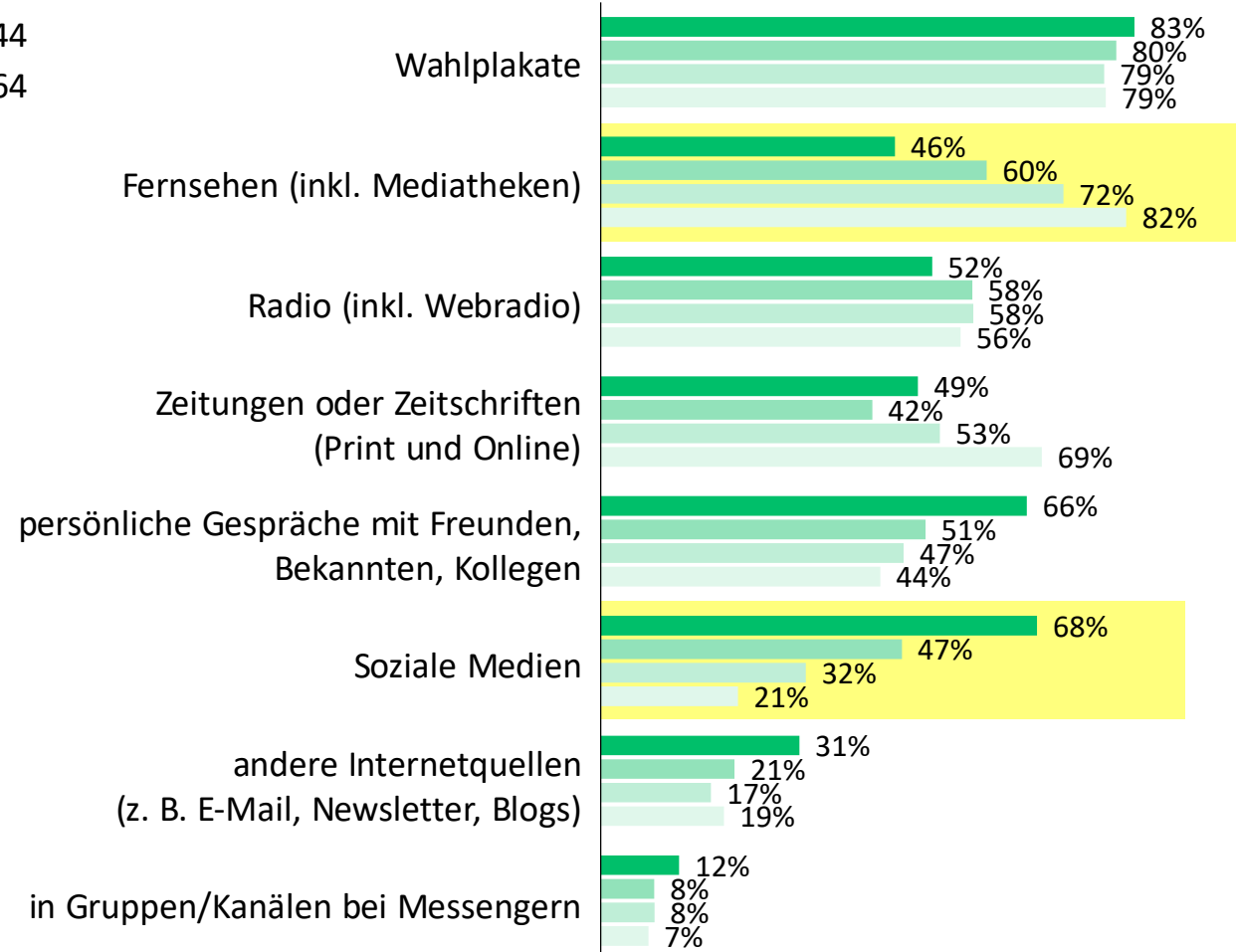


Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich.

## Ob den Befragten Informationen zur LTW häufiger im Fernsehen oder bei Sozialen Medien begegnen, ist stark abhängig vom Alter

*Wo sind Ihnen in den letzten Wochen Informationen zur anstehenden Landtagswahl begegnet?*

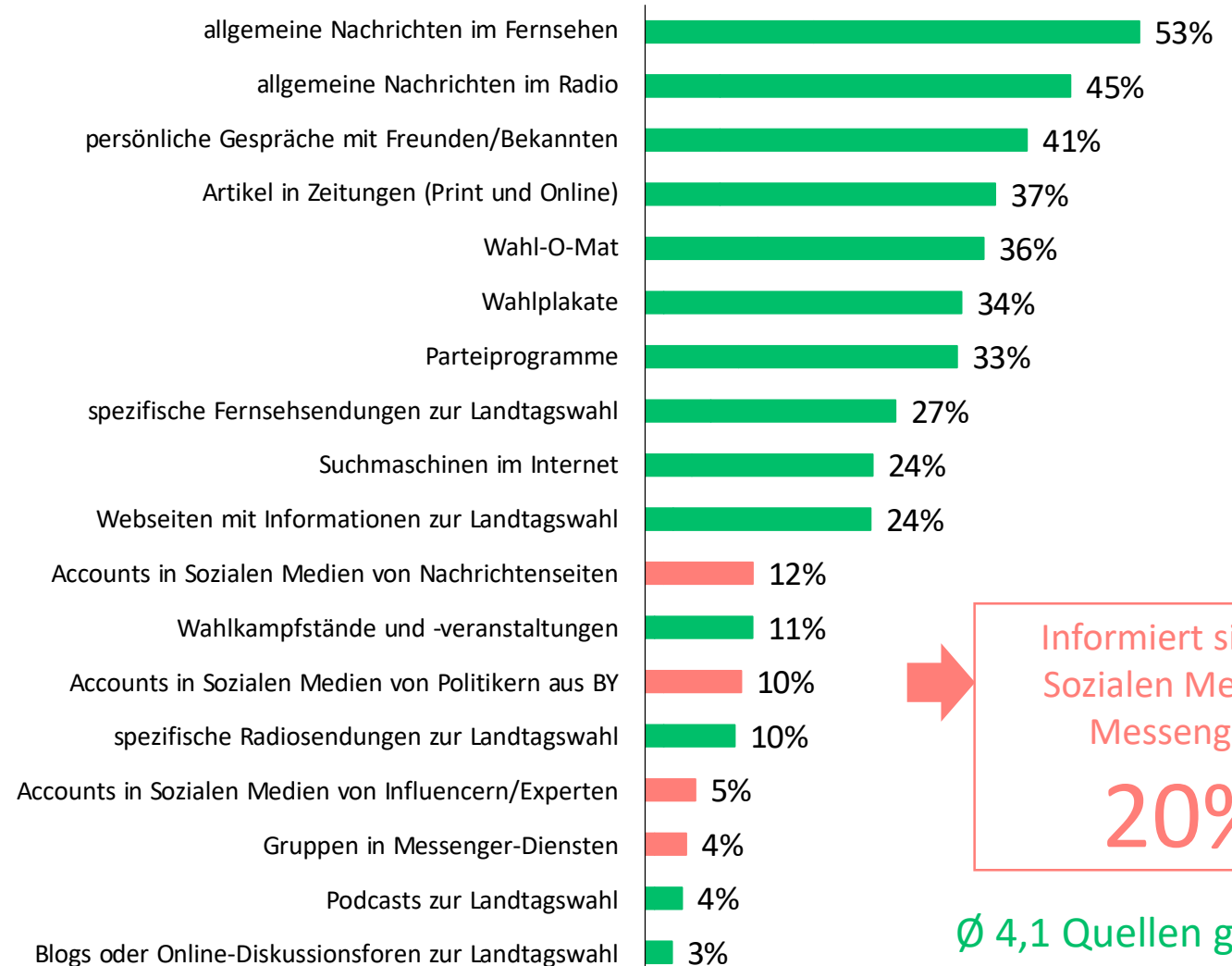
- 18-24
- 25-44
- 45-64
- 65+



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
 Mehrfachnennung möglich.  
 Fehlende Werte: Mir sind keine Informationen zur Landtagswahl begegnet.

## Aktiv informieren sich die meisten bei den allgemeinen Nachrichten in Fernsehen und Radio

*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*



Informiert sich bei  
Sozialen Medien /  
Messengern

20%

Ø 4,1 Quellen genannt

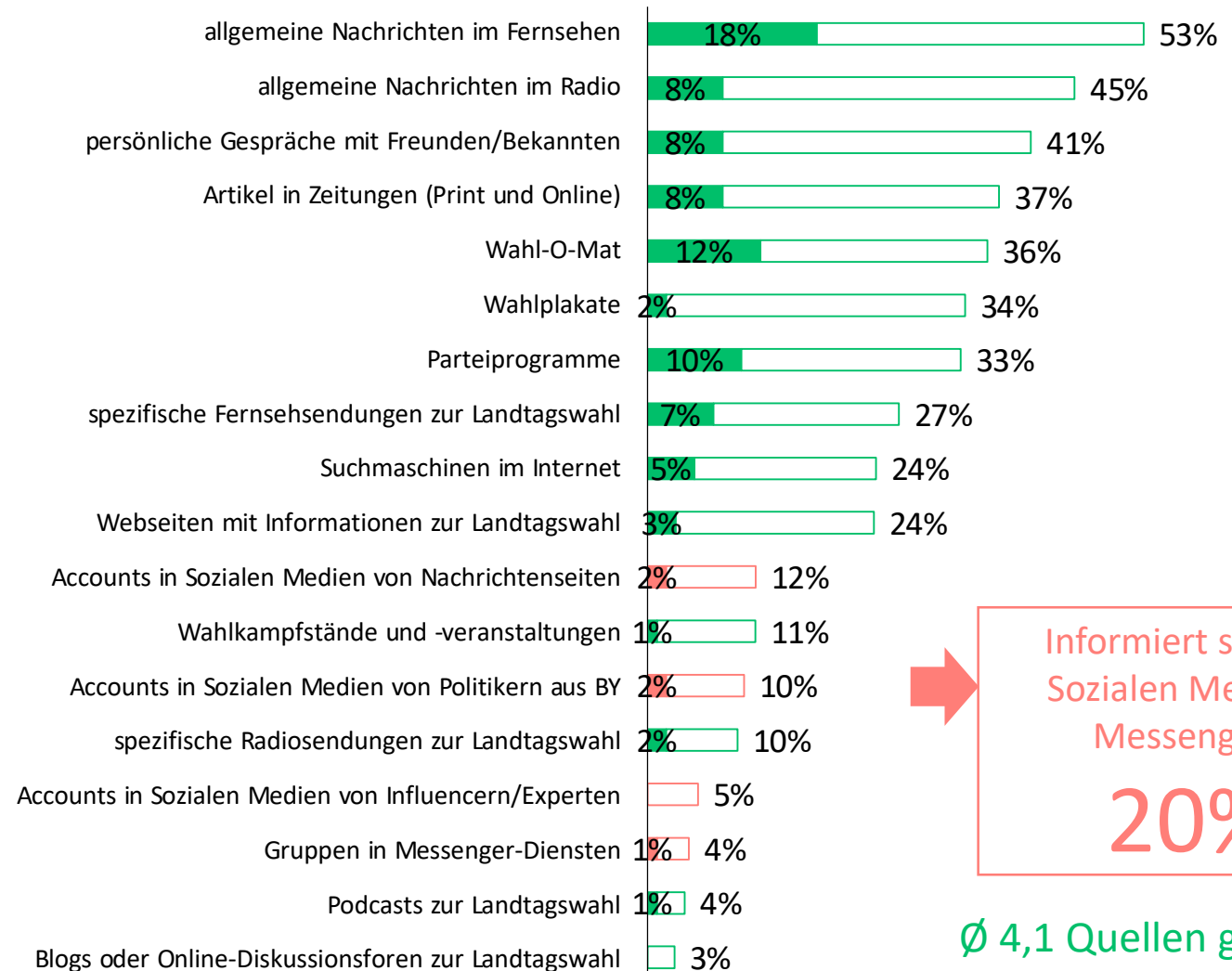
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende  
Werte: nichts davon / ich informiere mich  
nicht zur LTW / weiß nicht.

## Für knapp ein Fünftel sind TV-Nachrichten die wichtigste Infoquelle, der Wahl-O-Mat schafft es auf den zweiten Platz

Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?

- Nutzung insgesamt
- wichtigste Quelle

Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: nichts davon / ich informiere mich nicht zur LTW / weiß nicht.



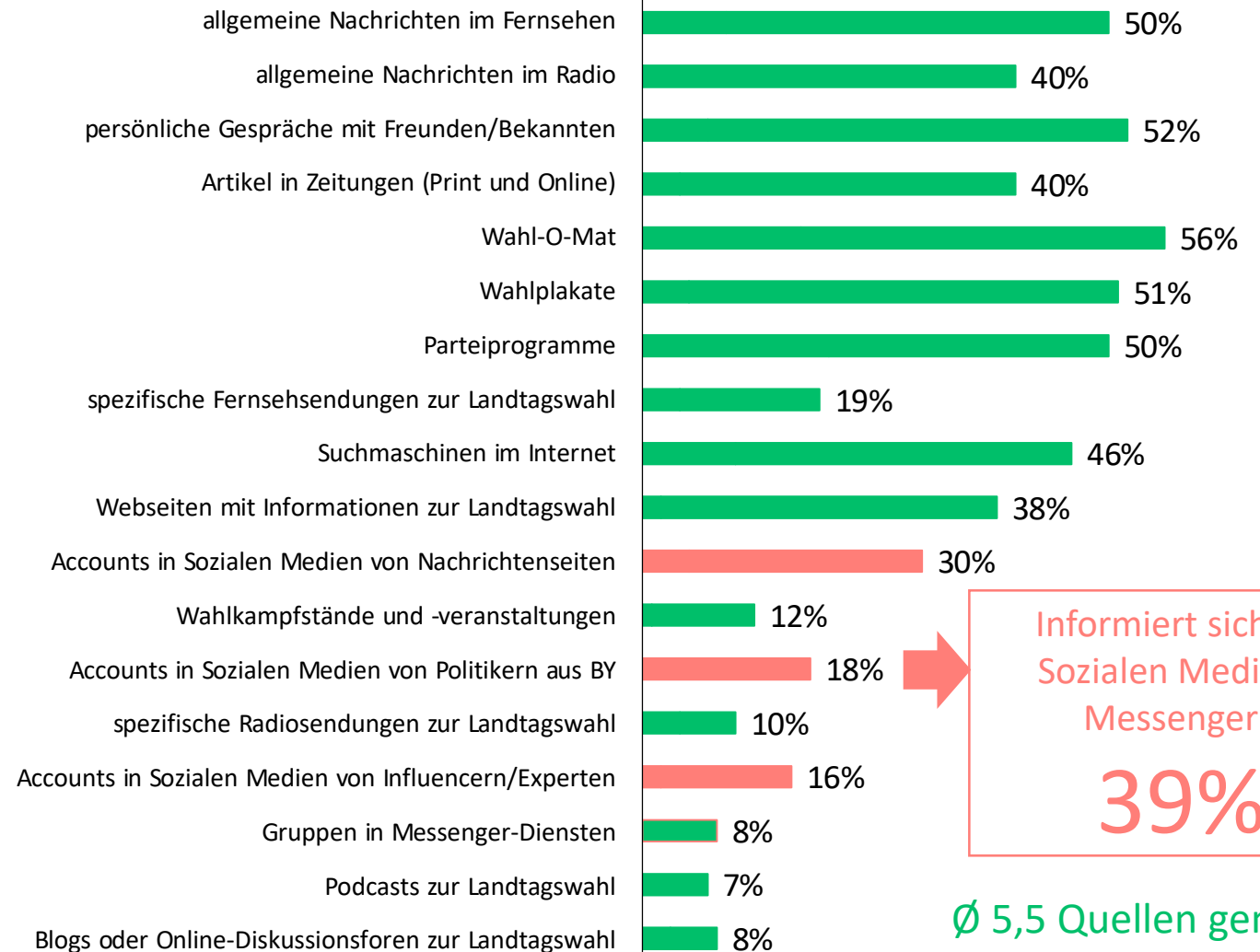
Informiert sich bei  
Sozialen Medien /  
Messengern

20%

Ø 4,1 Quellen genannt

## TV-Nachrichten auch bei den 18- bis 24-Jährigen vorne mit dabei; für sie sind aber auch Wahl-O-Mat und Parteiprogramme zentrale Infoquellen

*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*



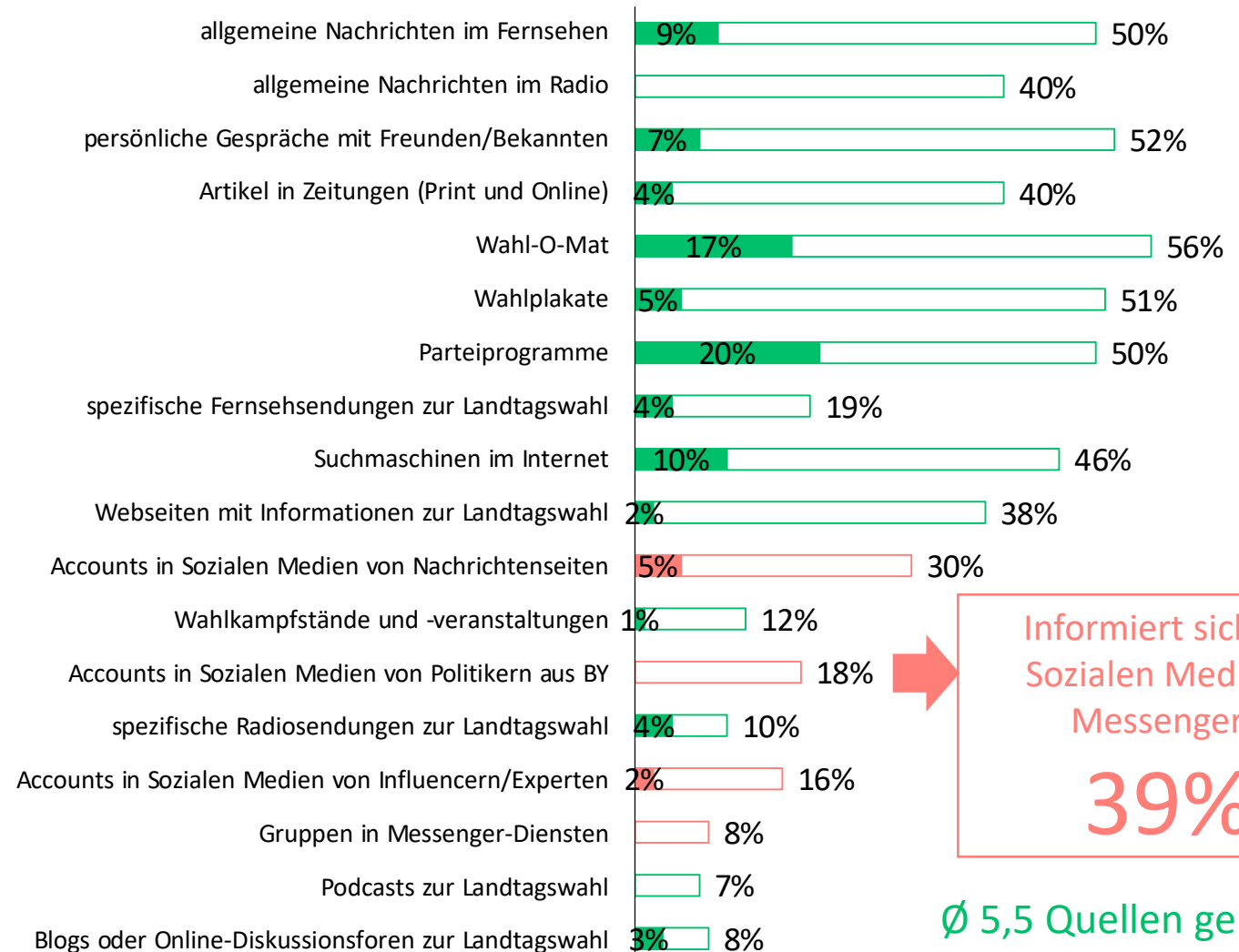
Basis: alle Befragten 18-24 (n=128).  
 Mehrfachnennung möglich. Fehlende  
 Werte: nichts davon / ich informiere mich  
 nicht zur LTW / weiß nicht.

## Parteiprogramme sind für Erst- und Jungwählende die wichtigste Infoquelle – treibt hier soziale Erwünschtheit die Relevanz nach oben?

Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?

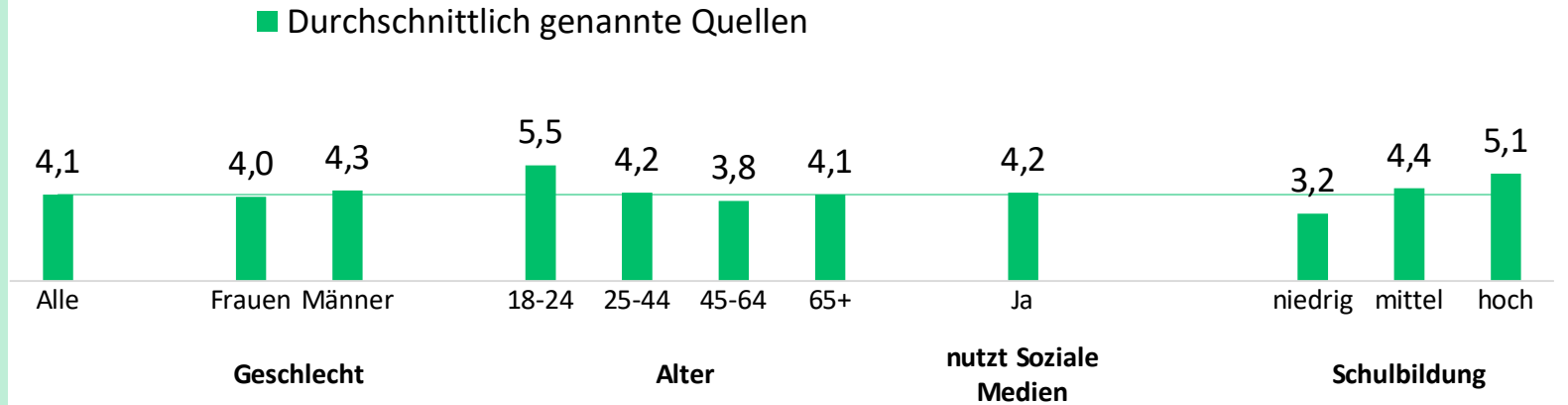
- Nutzung insgesamt
- wichtigste Quelle

Basis: alle Befragten 18-24 (n=128).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: nichts davon / ich informiere mich nicht zur LTW / weiß nicht.



## Vor allem Jüngere und Befragte mit hoher formaler Bildung nutzen überdurchschnittlich viele Infoquellen zur Landtagswahl

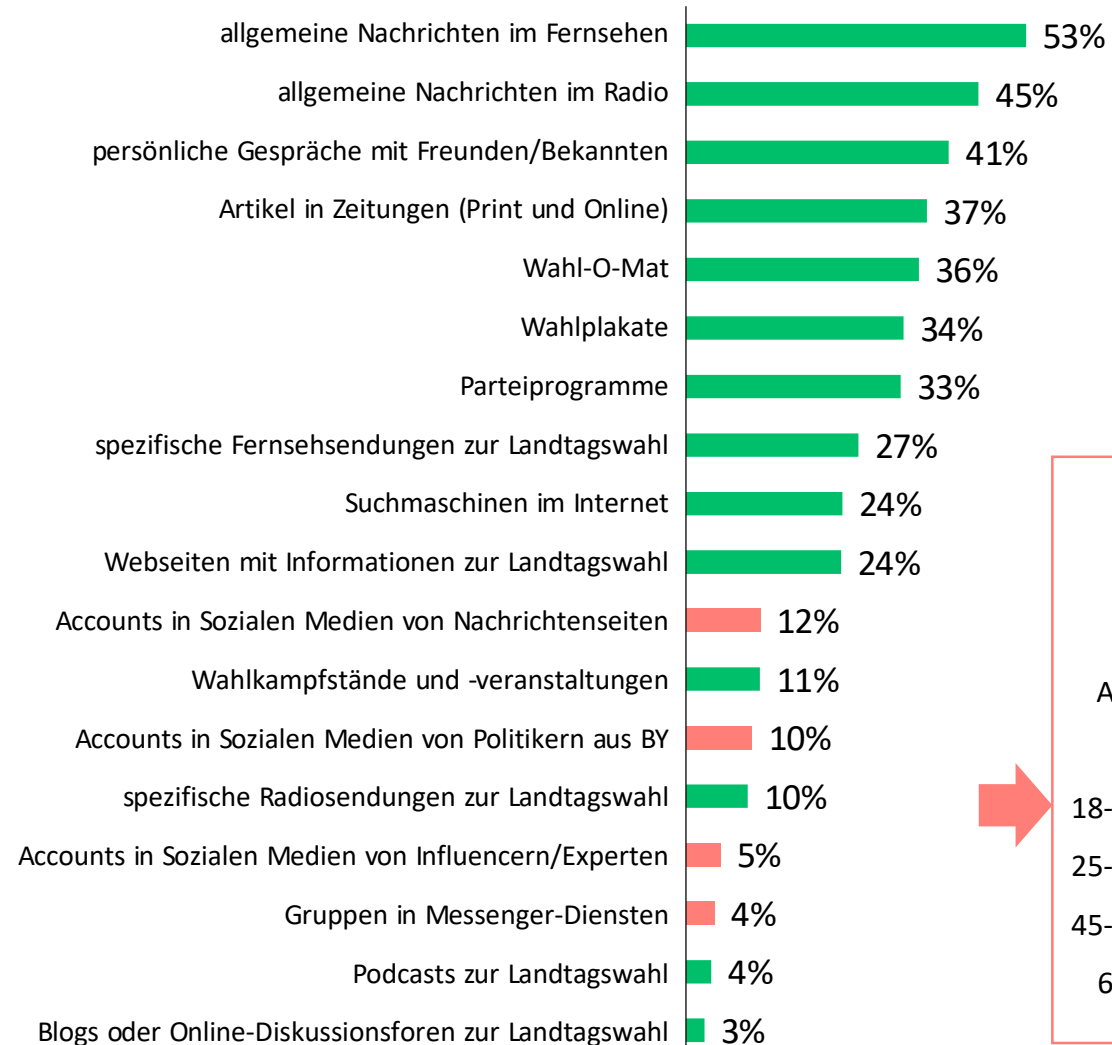
*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*



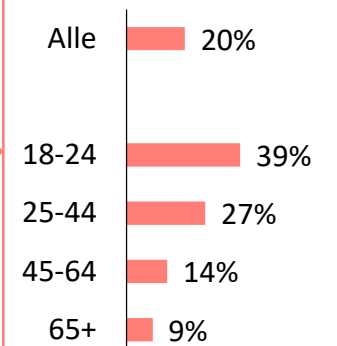
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
 Mehrfachnennung möglich. Fehlende  
 Werte: nichts davon / ich informiere mich  
 nicht zur LTW / weiß nicht.

## Soziale Medien und Messenger sind vor allem für Jüngere relevant

*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*



Informiert sich bei Sozialen Medien / Messengern



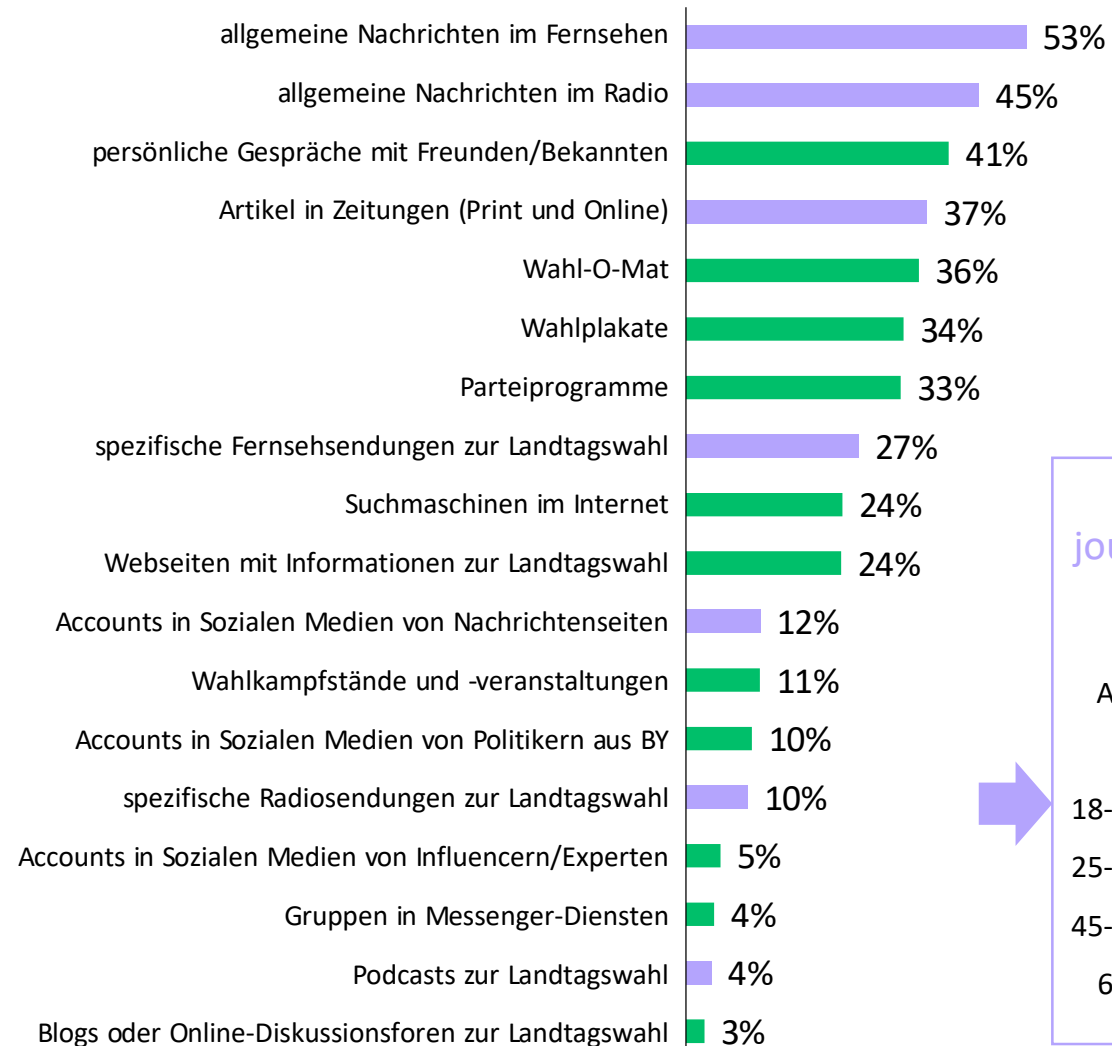
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: nichts davon / ich informiere mich nicht zur LTW / weiß nicht.



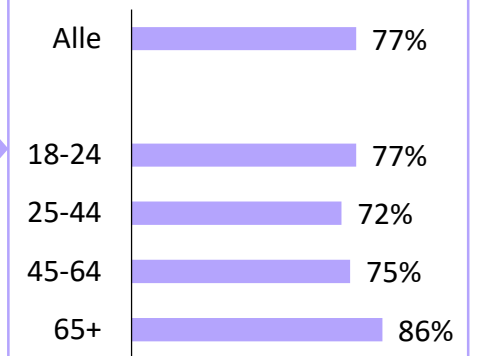
## Journalistische Quellen dominieren die Informationsrepertoires fast aller Altersgruppen; am wichtigsten sind sie für die Altersgruppe 65+

*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*

Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: nichts davon / ich informiere mich nicht zur LTW / weiß nicht.

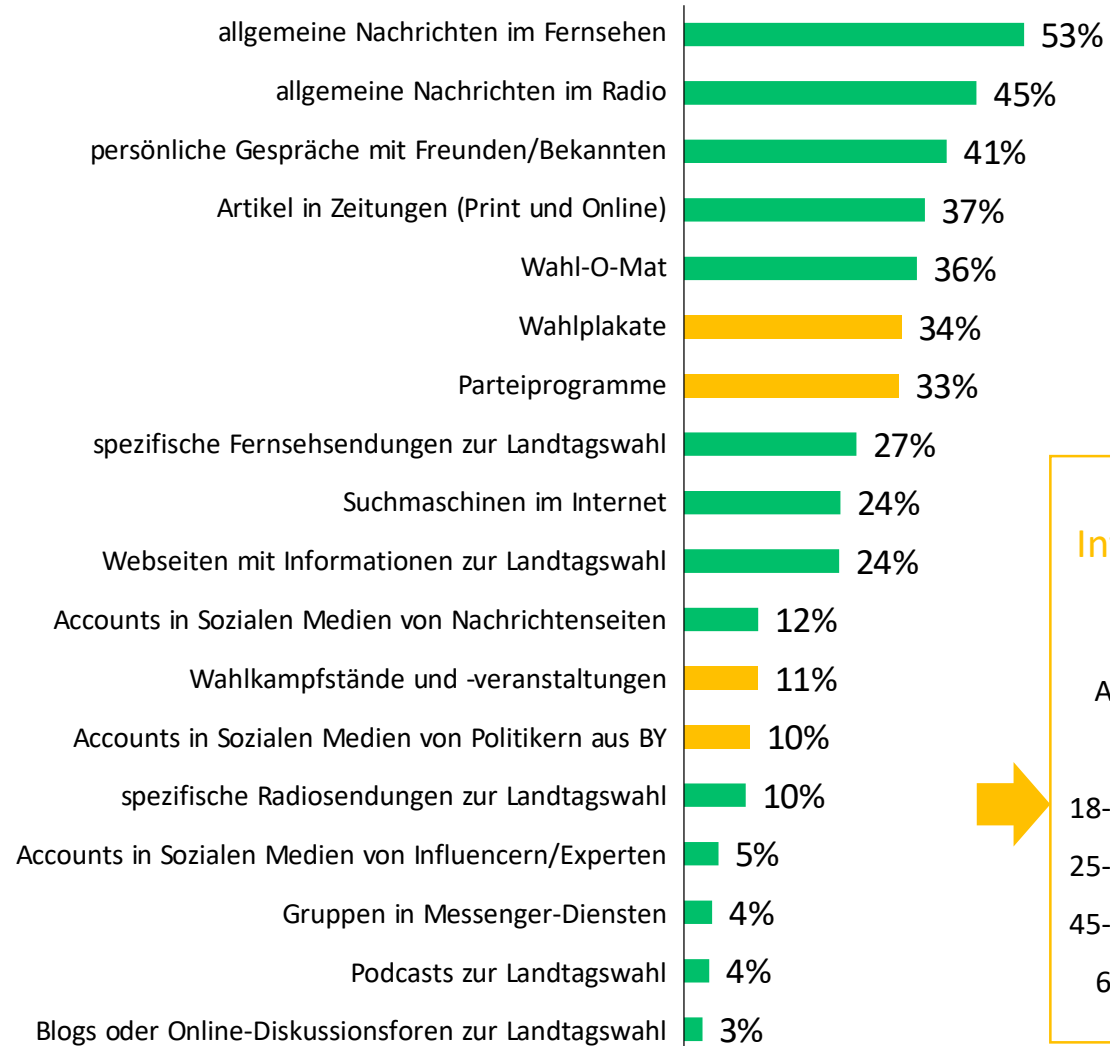


Informiert sich bei journalistischen Quellen

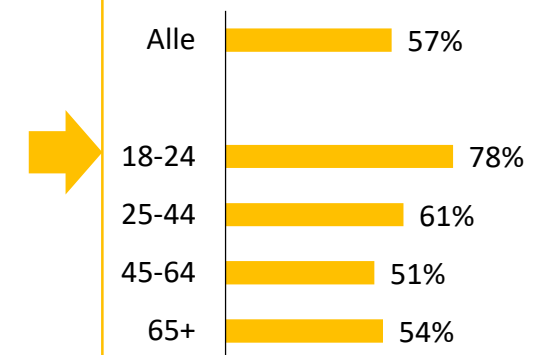


## Über die Hälfte nutzt die direkten Kommunikationsangebote von Parteien, Politikern und Politikerinnen; bei 18- bis 24-Jährigen sind es über drei Viertel

*Welche der folgenden Quellen nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?*



Informiert sich bei Informationsangeboten der Parteien



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: nichts davon / ich informiere mich nicht zur LTW / weiß nicht.

## Zusammenfassung

- Wahlplakate sind das deutlichste Signal für Wahlberechtigte, dass Wahlen anstehen. 80 % der Wahlberechtigten in Bayern haben in den letzten Wochen Informationen zur Landtagswahl auf Wahlplakaten bemerkt.
- Davon abgesehen wurden Informationen vor allem in den crossmedialen Angeboten von TV- und Radiosendern (68 % bzw. 57 %) und Printmedien (52 %) wahrgenommen.
- Anders bei den 18- bis 24-Jährigen: Wahlplakate sind zwar auch hier der Touchpoint Nr. 1, ansonsten ist die Altersgruppe aber vor allem beim Scrollen durch die Sozialen Medien mit Informationen zur Landtagswahl in Kontakt gekommen (68 %), gefolgt von persönlichen Gesprächen (66 %).
- Bei der aktiven Informationssuche spielen journalistische Angebote die größte Rolle im Infopertoire zur Landtagswahl (77 %) – und zwar in fast allen Altersgruppen. Allgemeine Nachrichten in Fernsehen und Radio werden am häufigsten genannt (53 % bzw. 45 %).
- Für die Altersgruppe 18 bis 24 Jahre sind für die aktive Informationssuche die direkten Kommunikationsangebote der Parteien (Plakate, Programme, Veranstaltungen und Accounts in Sozialen Medien von Parteien und Politikerinnen; 78 %) genauso relevant wie journalistische Infoquellen (77 %).
- Eine Sonderrolle nimmt der Wahl-O-Mat ein, der sich auch in Bayern als feste Informationsquelle im Vorfeld der Wahl etabliert hat: Über ein Drittel der Wahlberechtigten gibt an, den Wahl-O-Mat genutzt zu haben (36 %). Mehr als ein Zehntel nennt das Angebot als wichtigste Infoquelle (12 %).

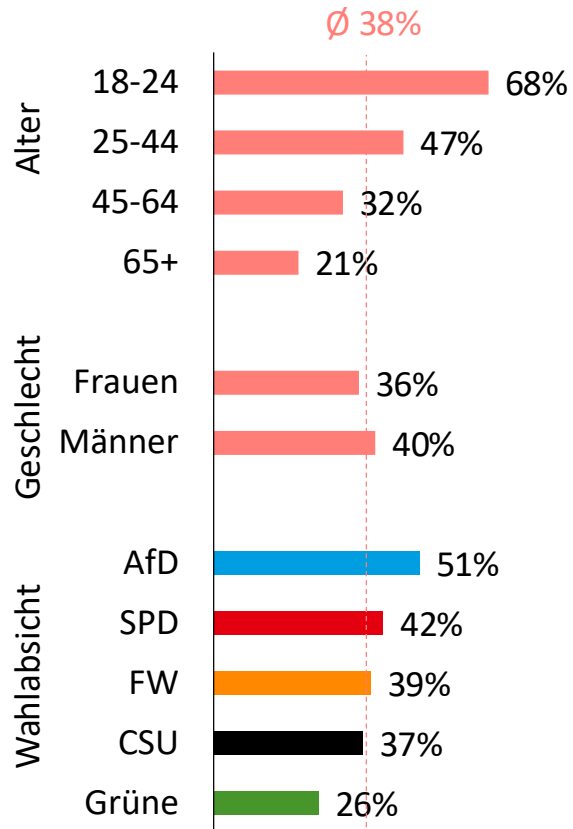
## Soziale Medien und Messenger als Informationsquellen zur Landtagswahl



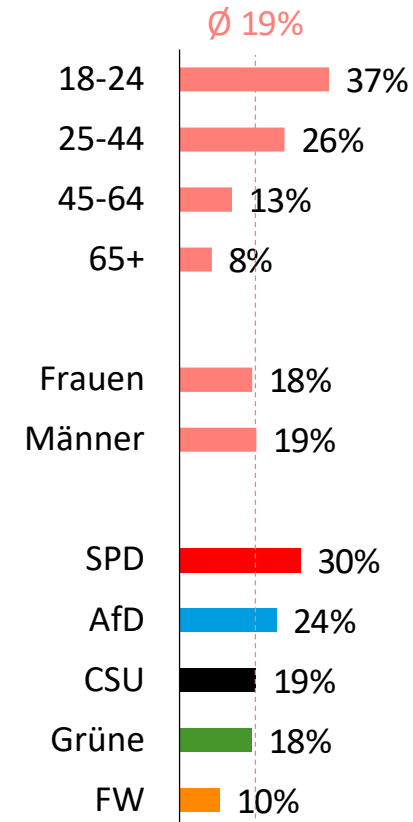
?

## Rund 4/10 der Befragten begegnen Infos zur LTW in Sozialen Medien, aktiv nach Informationen zur LTW suchen dort vor allem Jüngere

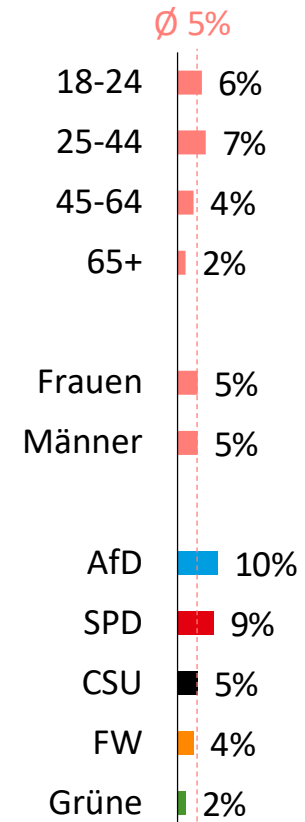
**38%** begegnen Informationen zur LTW in Sozialen Medien (passiv)



**19%** informieren sich aktiv in Sozialen Medien zur LTW



**5%** geben Soziale Medien als ihre wichtigste Quelle zur LTW an

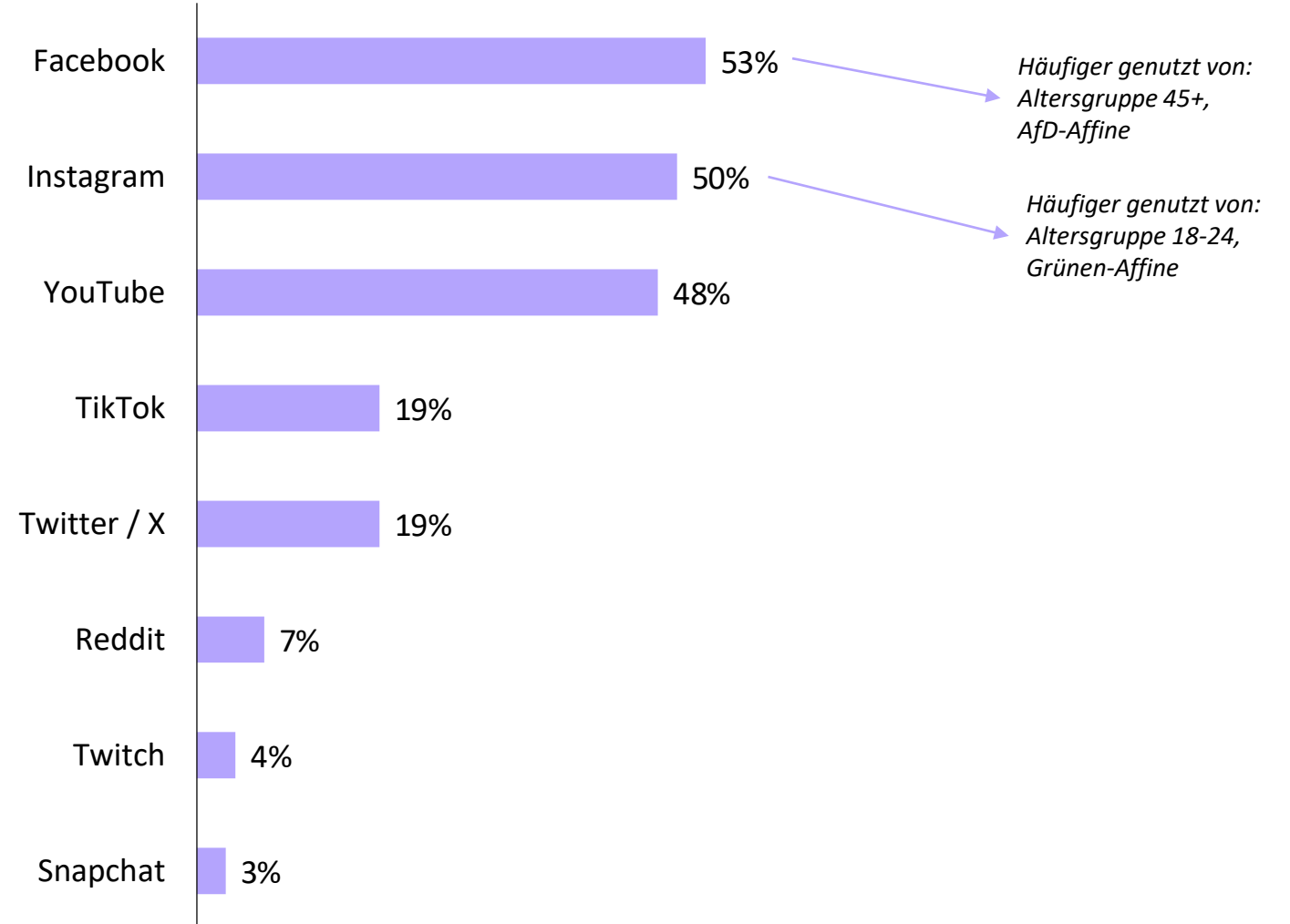


Aber: Soziale Medien sind nicht die einzige genutzte Quelle.

Basis: alle Befragten (n=1.126).

## Am häufigsten informieren sich die Befragten bei Facebook, Instagram und YouTube; aber stark unterschiedliche Nutzung je nach Alter und Parteipräferenz

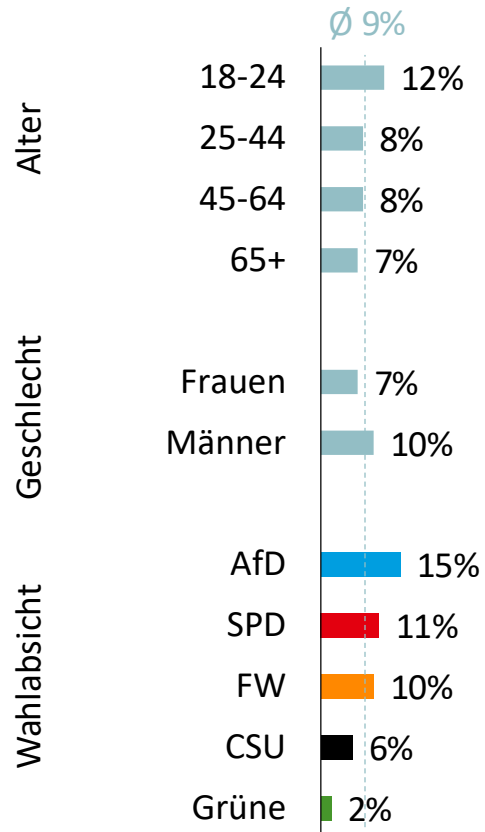
Welche Sozialen Medien nutzen Sie, um sich über die anstehende Landtagswahl zu informieren?



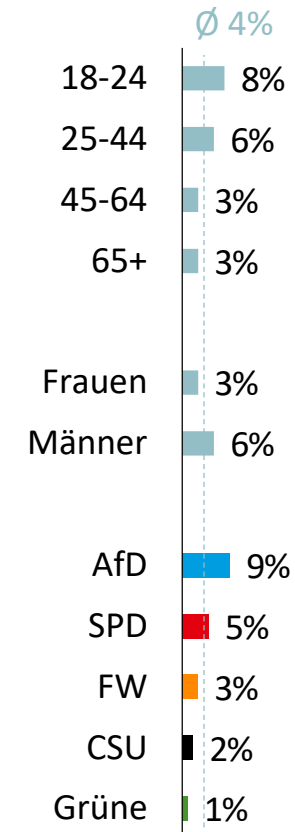
Basis: alle Befragten, die Soziale Medien aktiv nutzen, um sich über die LTW zu informieren (n=220). Fehlende Werte: weiß nicht.

## Messenger-Kommunikation bei der LTW 2023 insgesamt (noch) von geringer Relevanz; überdurchschnittlich relevant sind sie für AfD-Affine

**9%** begegnen Informationen zur LTW in Gruppen/Kanälen bei Messengern (passiv)



**4%** informieren sich aktiv in Gruppen/Kanälen in Messengern zur LTW

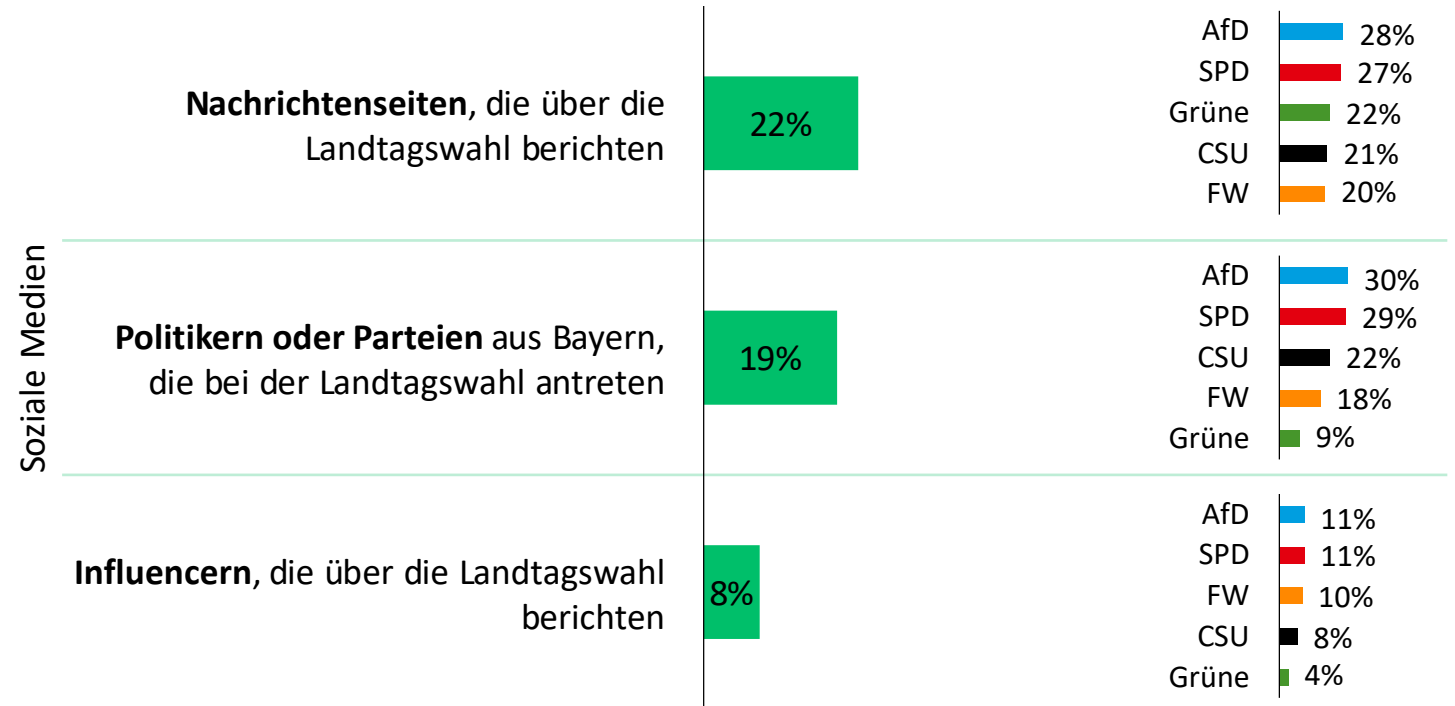


Basis: alle Befragten (n=1.126).

## Jeweils rund ein Fünftel folgt Nachrichtenseiten oder Parteien/ Politikern, knapp ein Zehntel auch Influencern; AfD- und SPD-Affine überall vorne

*Folgen Sie in Sozialen Medien den folgenden Accounts?*

■ ja



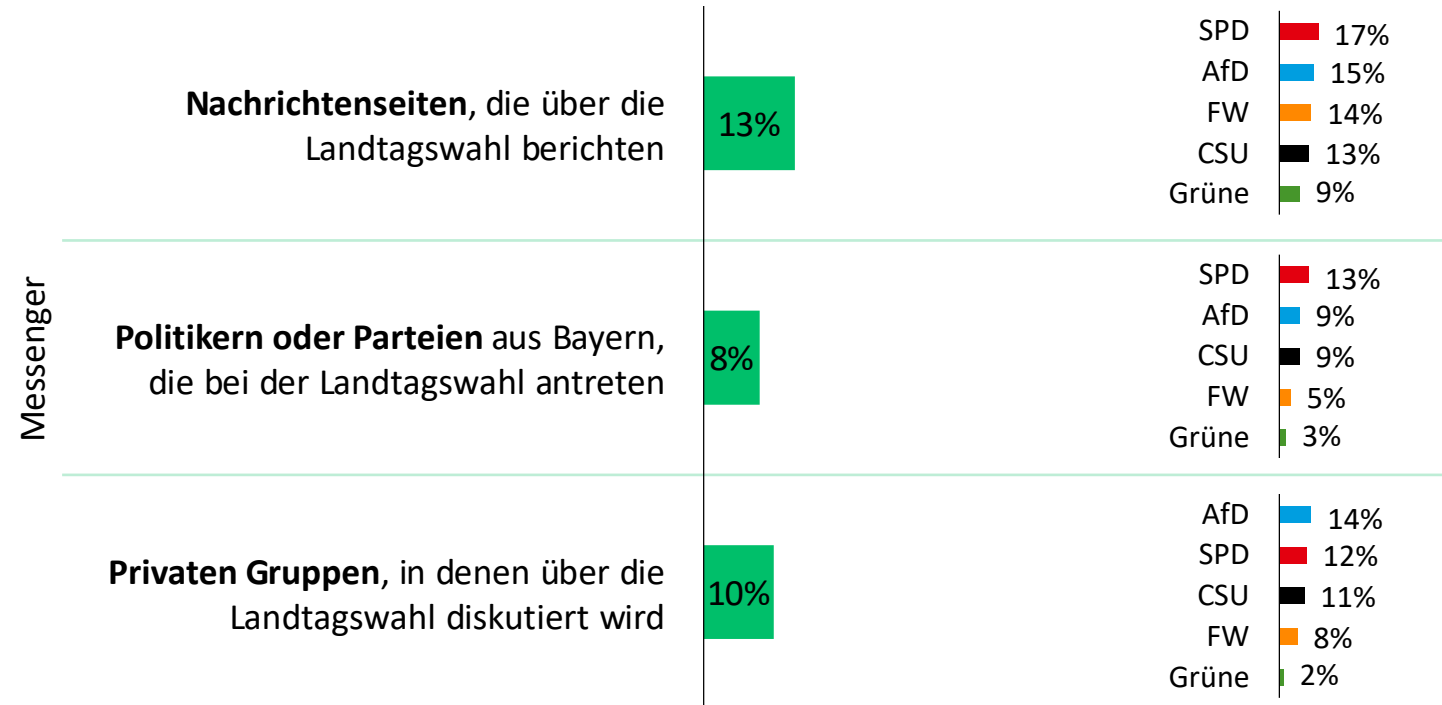
Basis: alle Befragten, die Soziale Medien (n=965) nutzen. Fehlende Werte: nein, aber vorstellbar / nein und nicht vorstellbar.



## Jeweils rund ein Zehntel folgt im Kontext der Landtagswahl Nachrichtenseiten, politischen Akteuren oder privaten Gruppen in Messenger-Diensten

*Sind Sie bei Messengerdiensten in Gruppen oder Kanälen von...?*

■ ja



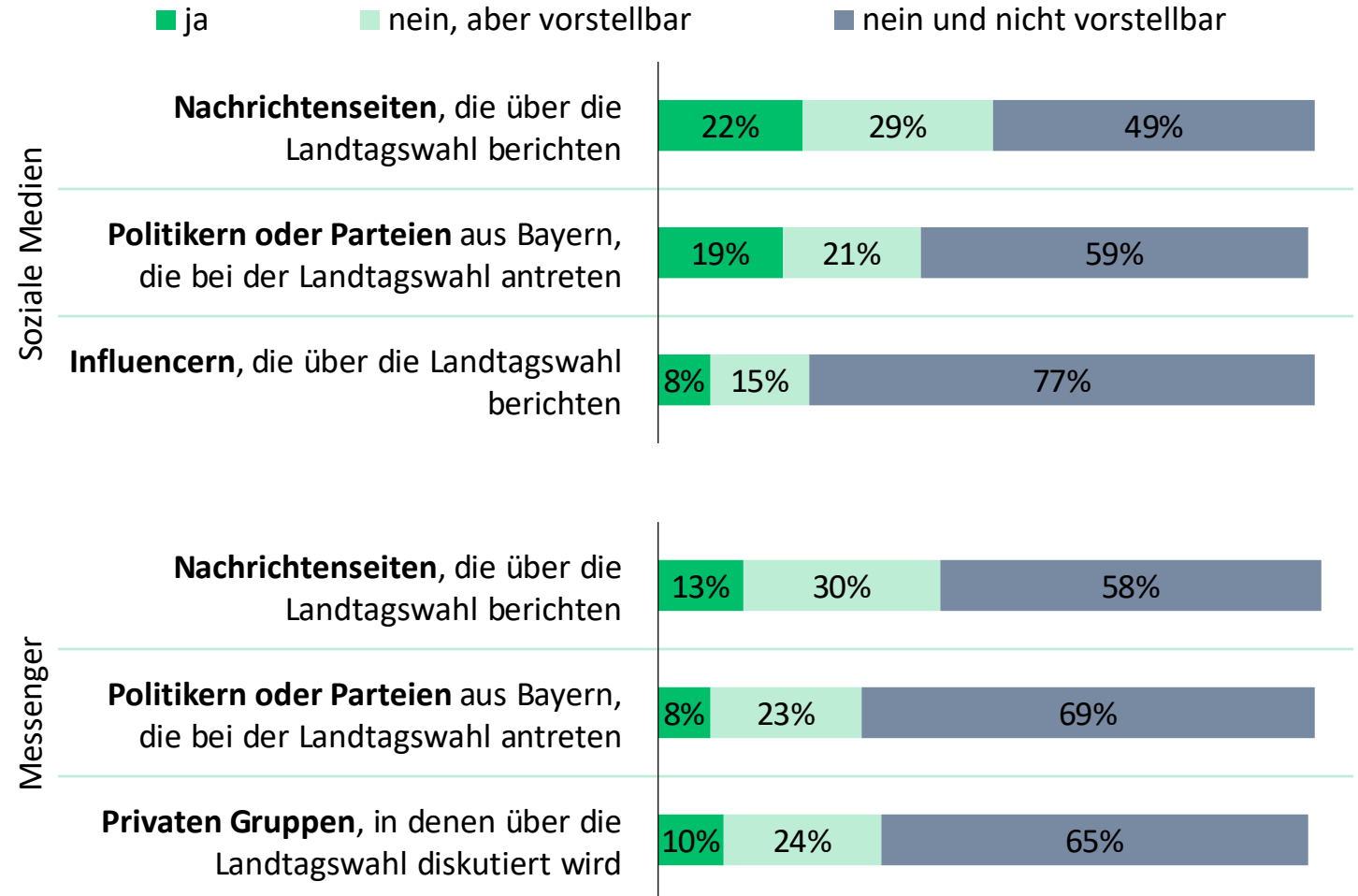
Basis: alle Befragten, die Messenger (n=1.012) nutzen. Fehlende Werte: nein, aber vorstellbar / nein und nicht vorstellbar.

## Potenzial für Bedeutungszuwachs: Anzahl derer, die sich vorstellen können, einem Account zu folgen, übersteigt die Zahl der Follower

*Folgen Sie in Sozialen Medien den folgenden Accounts?*

*Sind Sie bei Messengerdiensten in Gruppen oder Kanälen von...?*

Basis: alle Befragten, die Soziale Medien (n=965) bzw. Messenger (n=1.012) nutzen. Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt.



## Rund ein Drittel verfolgt bewusst keine Informationen zur LTW in den Sozialen Medien; über die Hälfte ist der Ansicht, dass es dort zu viel Hass und Hetze gibt

*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Ich verfolge bewusst keine Informationen rund um die Landtagswahl in den Sozialen Medien.

15% 20% 35%

24%

16% 23% 39%

Im Wahlkampf gibt es viel Hass und Hetze in den Sozialen Medien.

21% 33% 54%

27%

10% 13%

Basis: alle Befragten, die Soziale Medien nutzen (n=965).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Zusammenfassung

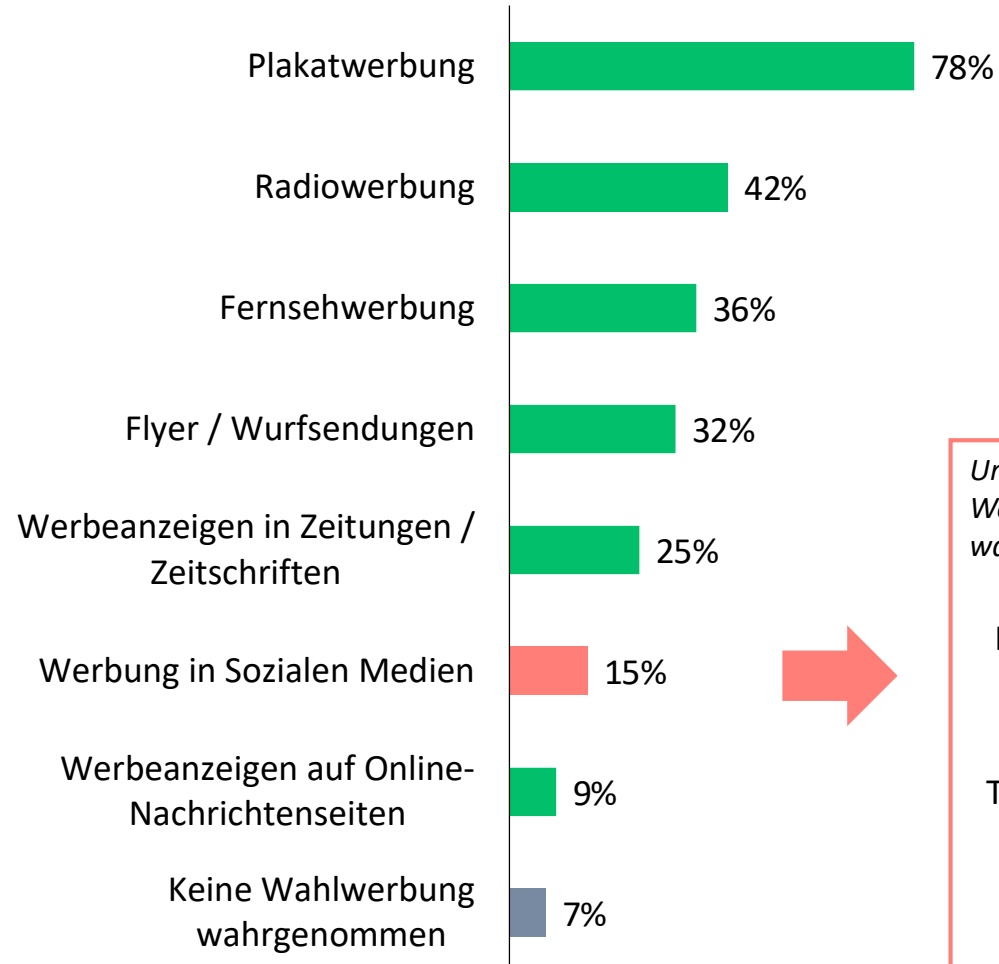
- Soziale Medien spielen insbesondere für die Jüngeren eine wichtige Rolle als Informationsquelle zur Landtagswahl – sowohl passiv, wenn Informationen zur Wahl eher nebenbei beim Scrollen in der Timeline angezeigt werden, als auch aktiv bei der gezielten Suche nach Informationen. 37 % der 18- bis 24-Jährigen suchen dort auch aktiv nach Informationen zur Landtagswahl.
- Welche Plattform dabei genutzt wird, ist primär eine Frage des Alters: Jüngere sind häufiger auf Instagram, Ältere eher auf Facebook unterwegs.
- Die Kommunikation über Messenger hat bei der Landtagswahl eine eher geringe Rolle gespielt. Lediglich AfD-Affine nutzen etwas häufiger dieses Medium, um sich zu informieren.
- Sowohl bei Sozialen Medien als auch bei Messengern folgen die Befragten am ehesten Nachrichtenseiten, vor Politikerinnen/Politikern und Parteien sowie Influencern. Es zeigt sich aber auch, dass es hier ein deutliches Potenzial für Zuwachs gibt. Der Anteil derer, die sich vorstellen können, künftig solchen Accounts zu folgen, übersteigt den Anteil der aktuellen Follower.
- Ein Teil der Nutzenden sieht Soziale Medien als Informationsquelle im Kontext der Landtagswahl durchaus kritisch: Rund ein Drittel verfolgt bewusst keine Informationen zur Landtagswahl in den Sozialen Medien. Über die Hälfte ist der Ansicht, dass es dort zu viel Hass und Hetze gibt.

# Wahlwerbung



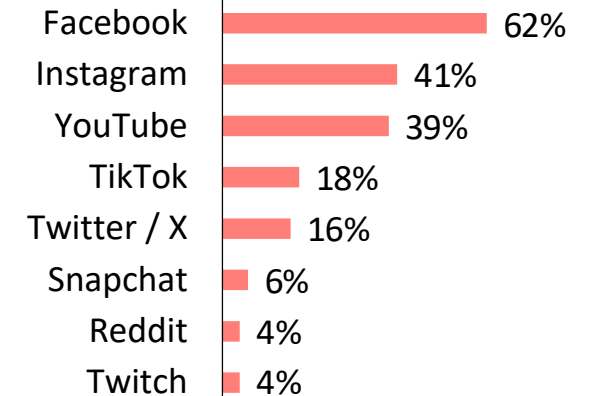
## Plakatwerbung ist mit Abstand am präsentesten – online wird Wahlwerbung vor allem in Sozialen Medien wahrgenommen

*Haben Sie Wahlwerbung wahrgenommen, also Informationsangebote, bei denen Parteien sich und ihr politisches Programm zur Landtagswahl vorstellen?*



93% haben Wahlwerbung wahrgenommen

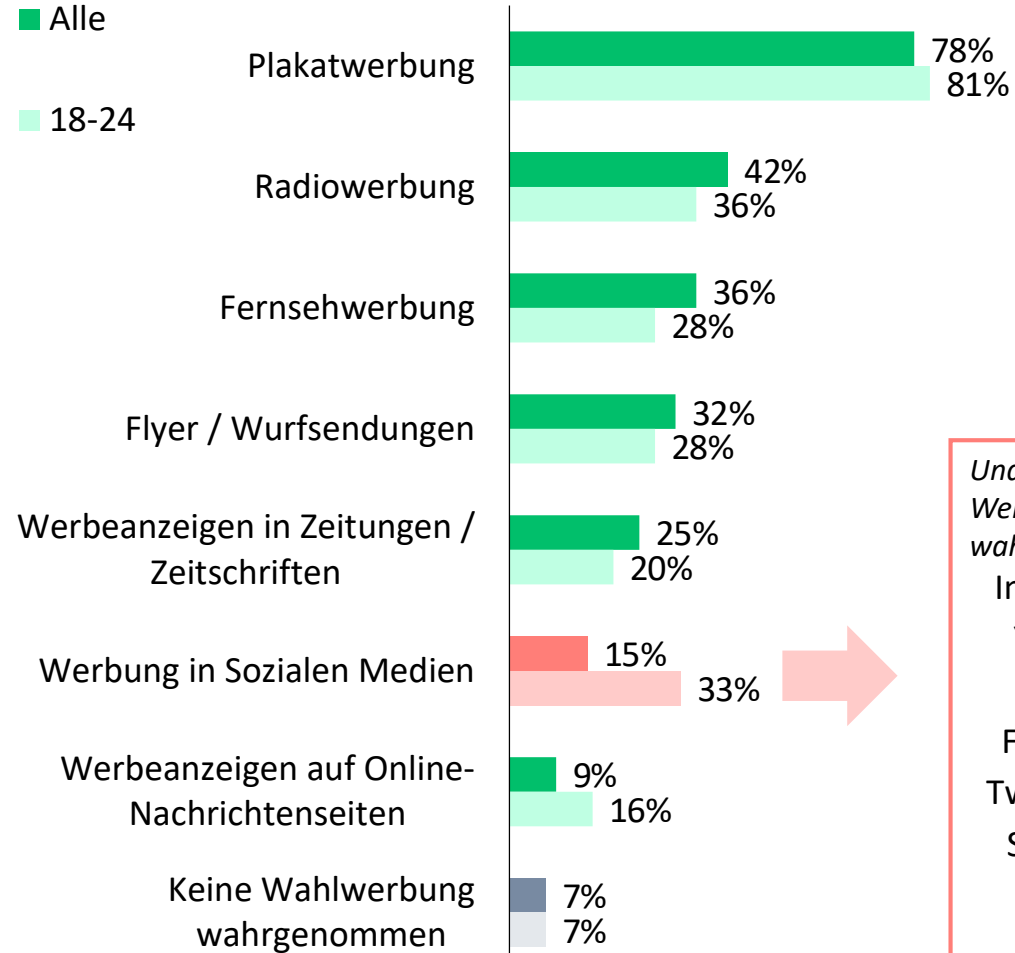
*Und in welchen Sozialen Medien haben Sie Werbung von Parteien oder Politikern wahrgenommen?*



Basis: alle Befragten (n=1.126). Fehlende Werte: weiß nicht. Mehrfachnennung möglich.

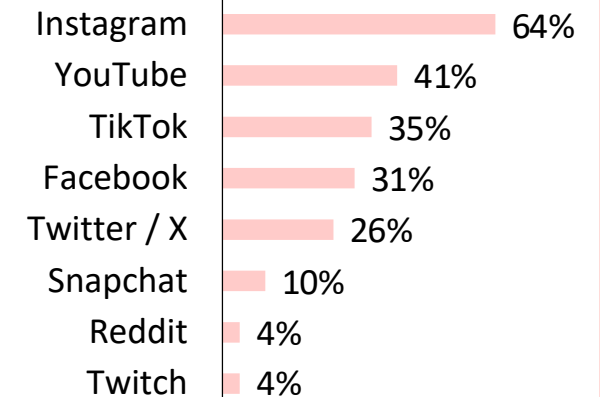
## Jede/r dritte 18- bis 24-Jährige erinnert Werbung in Sozialen Medien; nur Plakat und Radio erzielen in dieser Gruppe eine noch höhere Awareness

*Haben Sie Wahlwerbung wahrgenommen, also Informationsangebote, bei denen Parteien sich und ihr politisches Programm zur Landtagswahl vorstellen?*



93% haben  
Wahlwerbung  
wahrgenommen

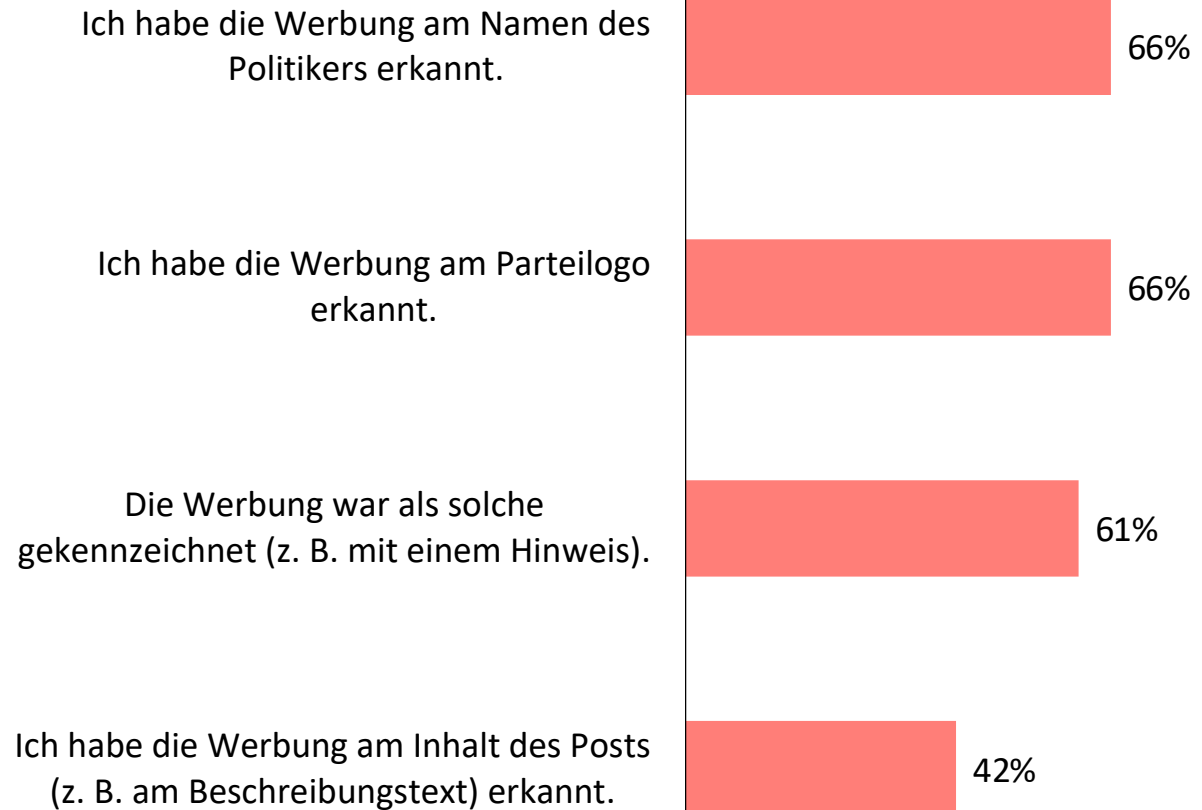
*Und in welchen Sozialen Medien haben Sie Werbung von Parteien oder Politikern wahrgenommen? (Achtung: kleine Fallzahl)*



Basis: alle Befragten (n=1.126). Fehlende Werte: weiß nicht. Mehrfachnennung möglich.

## Gut 60% geben an, Wahlwerbung in Sozialen Medien an der Kennzeichnung erkannt zu haben

*Wenn Sie an die Werbung von Parteien und Politikern, die Sie in den Sozialen Medien gesehen haben, denken: Woran haben Sie erkannt, dass es sich dabei um Wahlwerbung gehandelt hat?*

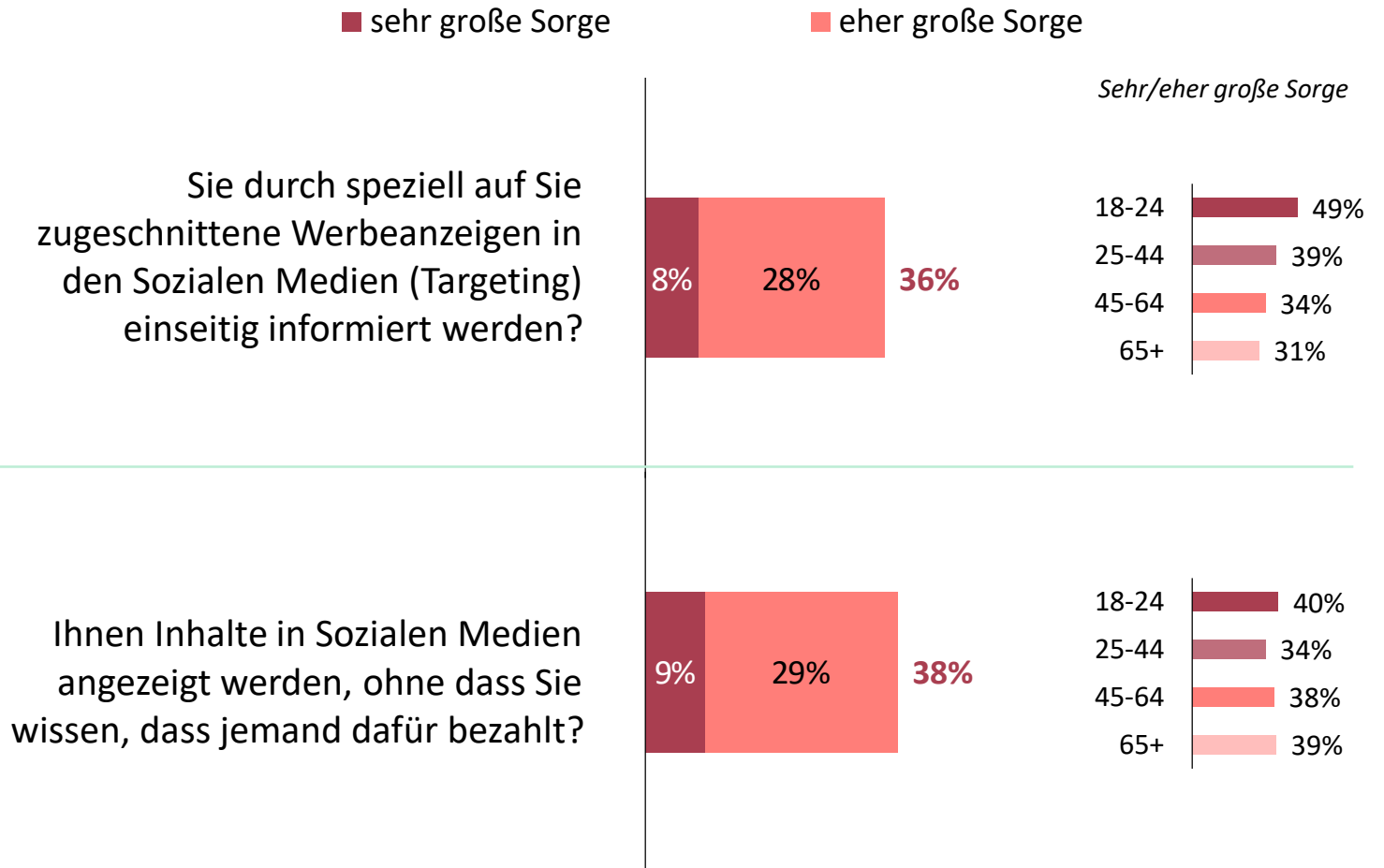


Basis: alle Befragten, die Wahlwerbung zur LTW in den Sozialen Medien wahrgenommen haben (n=169). Mehrfachnennung möglich. Fehlende Werte: weiß nicht.



## Über ein Drittel der Nutzenden Sozialer Medien sorgt sich vor einseitiger Information durch Targeting und intransparenter Werbung

Wie sehr sorgen Sie sich davor, dass...



Basis: alle Befragten, die Soziale Medien nutzen (n=965). Fehlende Werte: eher geringe / sehr geringe / keine Sorge / weiß nicht.

## Zusammenfassung

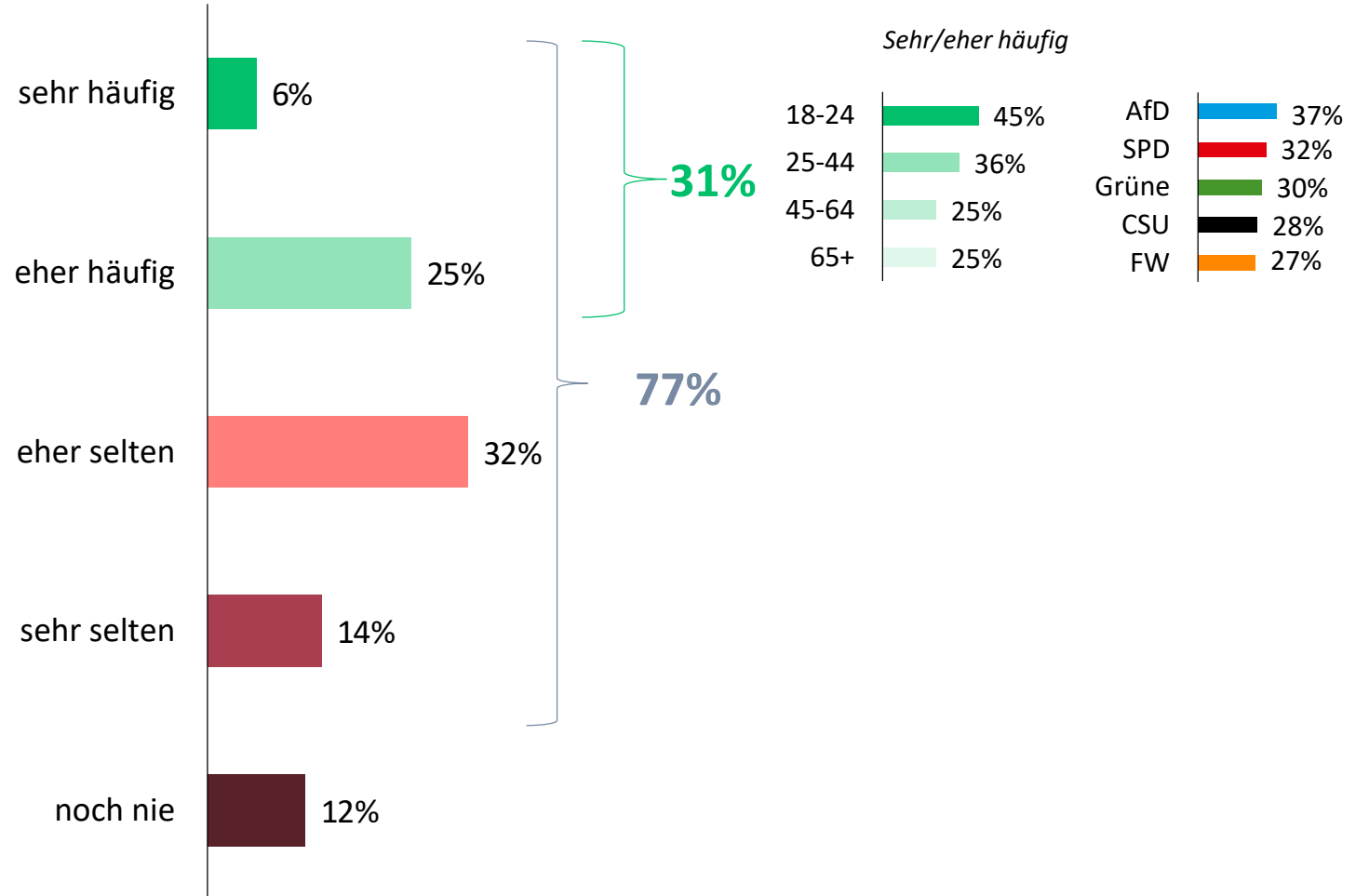
- Fast alle haben Werbung zur Landtagswahl wahrgenommen (93 %), am häufigsten auf Plakaten, im Radio und im Fernsehen.
- Online wird Wahlwerbung von den Befragten am ehesten in Sozialen Medien wahrgenommen. In der Gruppe der 18- bis 24-jährigen Erst- und Jungwählenden spielen Soziale Medien auch hier eine größere Rolle: Jede/r Dritte von ihnen erinnert Wahlwerbung in Sozialen Medien.
- Sechs von zehn, die Wahlwerbung in Sozialen Medien wahrgenommen haben, geben an, diese an der entsprechenden Kennzeichnung erkannt zu haben.
- Über ein Drittel der Nutzenden Sozialer Medien zeigt sich aber auch besorgt zum Thema Werbung im Kontext der Landtagswahl: Sie fürchten, durch speziell zugeschnittene Werbeanzeigen in den Sozialen Medien (Targeting) einseitig informiert zu werden; ebenso viele sorgen sich, dass ihnen Inhalte gezeigt werden, für die jemand bezahlt hat, ohne dass diese als Werbung gekennzeichnet sind.

## Desinformation im Wahlkampf

4.

## Über drei Viertel geben an, im Internet in Zusammenhang mit der Landtagswahl auf Desinformation gestoßen zu sein, ein Drittel sogar häufig

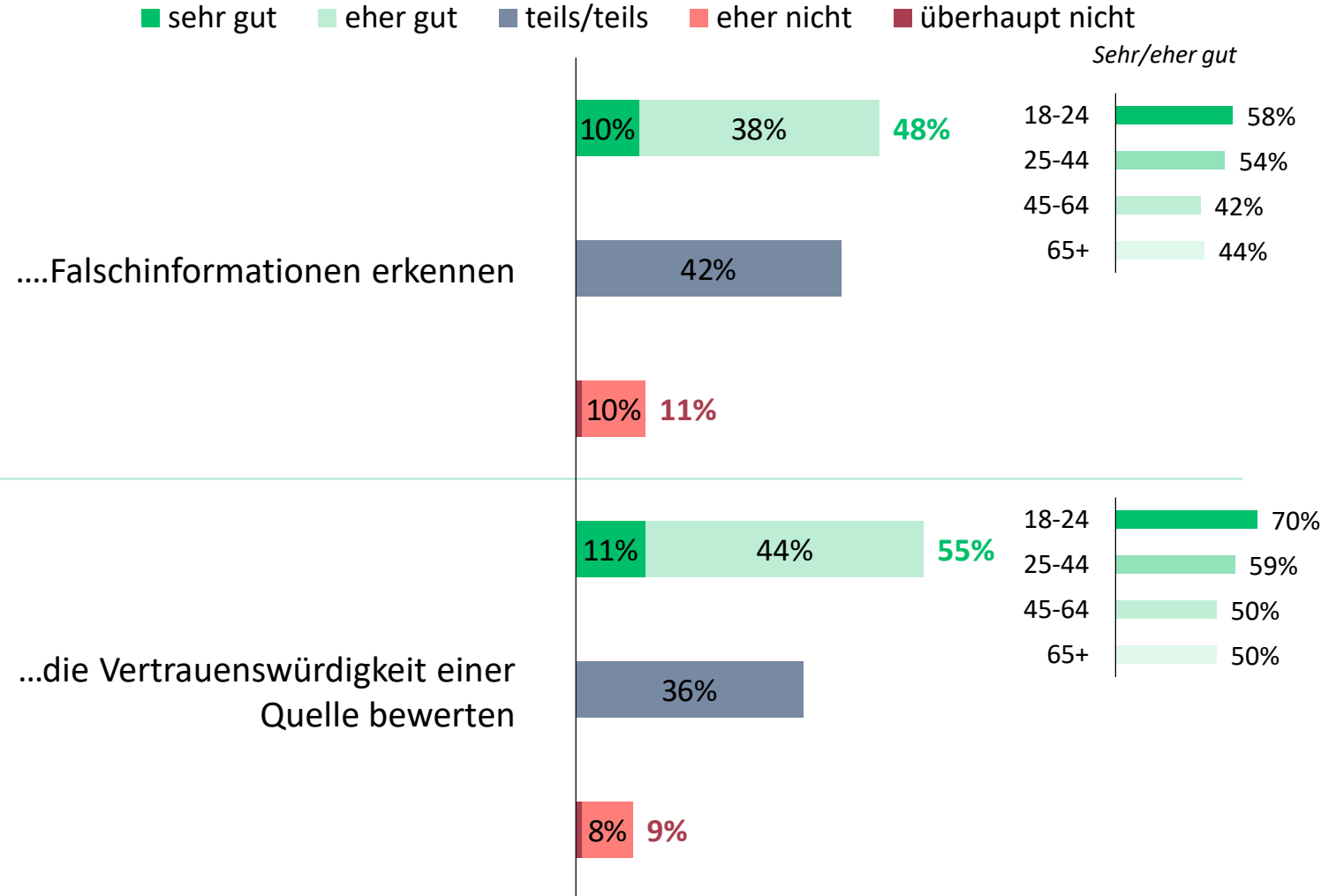
Wie häufig sind Ihnen im Zusammenhang mit der Landtagswahl und dem Wahlkampf Falschinformationen, also bewusst irreführende Nachrichten, im Internet aufgefallen (z. B. Websites, Blogs, Soziale Medien, Foren)?



Basis: alle Befragten (n=1.126). Fehlende Werte: weiß nicht.

## Die Hälfte glaubt, Falschinformationen (eher) gut erkennen zu können, die anderen sind sich weniger sicher

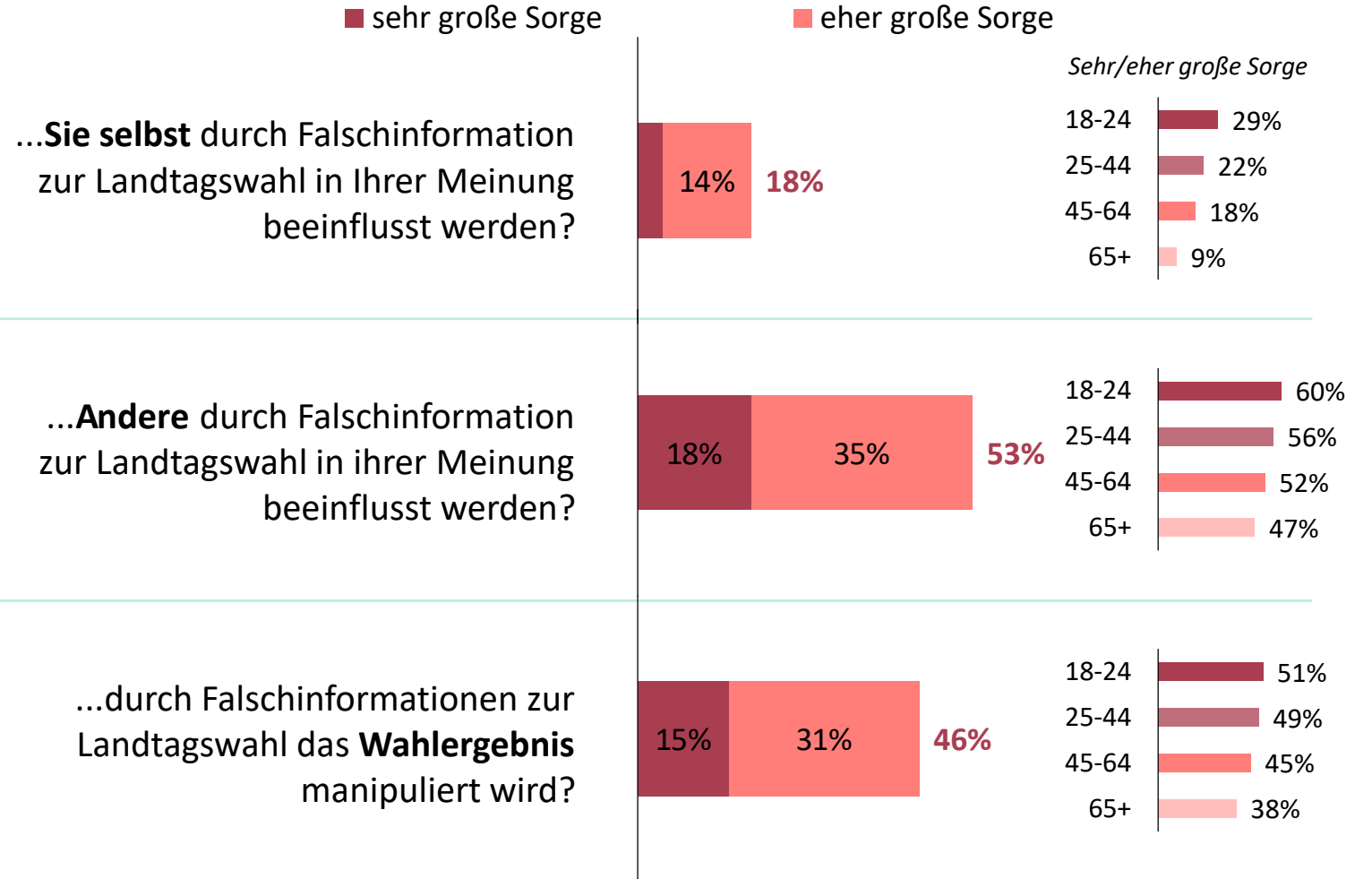
Was denken Sie, wie gut können Sie ...?



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Abweichungen von 100 Prozent  
rundungsbedingt.

## Sorge besteht v. a. dahingehend, dass andere beeinflusst werden und das Wahlergebnis verfälscht wird; Jüngere sind besonders besorgt

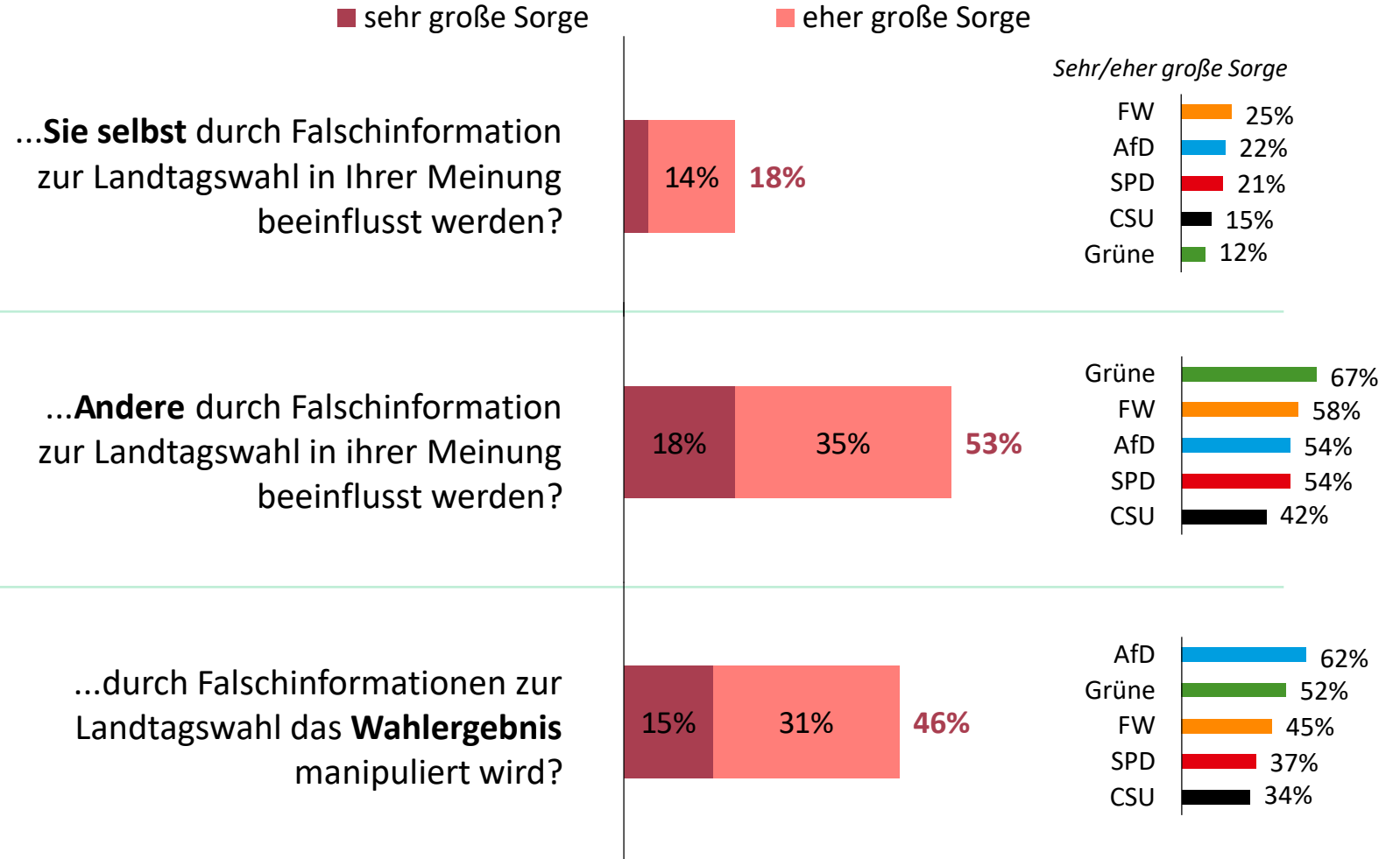
Wie sehr sorgen Sie sich davor, dass...



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: eher geringe / sehr geringe / keine Sorge / weiß nicht.

## In diesem Punkt einig: AfD- und Grünen-Affine sind überdurchschnittlich stark in Sorge, dass durch Falschinformationen das Wahlergebnis manipuliert wird

Wie sehr sorgen Sie sich davor, dass...



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: eher geringe / sehr geringe / keine Sorge / weiß nicht.

## Zusammenfassung

- Mehr als drei Viertel der Befragten geben an, im Zusammenhang mit der Landtagswahl im Internet Falschinformationen, also bewusst irreführenden Nachrichten, begegnet zu sein. Ein Drittel sagt, dass dies sogar häufig der Fall war.
- Zwar traut sich jeweils rund die Hälfte zu, Falschinformationen zu erkennen und die Vertrauenswürdigkeit einer Quelle bewerten zu können – dennoch sorgt sich die Mehrheit, dass andere durch Falschinformation zur Landtagswahl in ihrer Meinung beeinflusst werden (53 %) oder gar das Wahlergebnis hierdurch manipuliert wird (46 %).



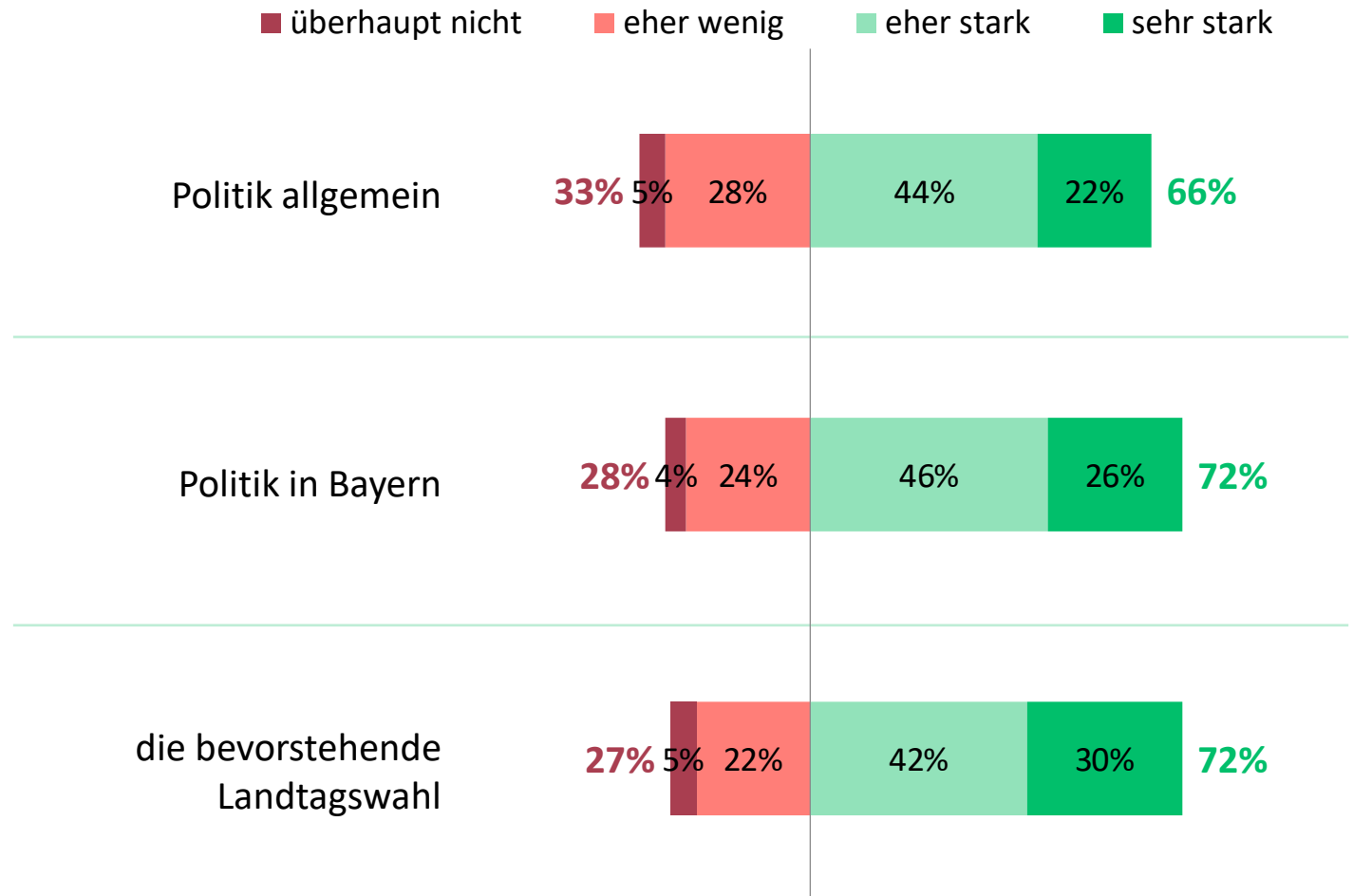
## Politische Stimmung & Wahlkampfimpressionen



5.

## Das Interesse für Politik in Bayern und die Landtagswahl ist größer als für Politik allgemein

Wie stark interessieren Sie sich für ...?



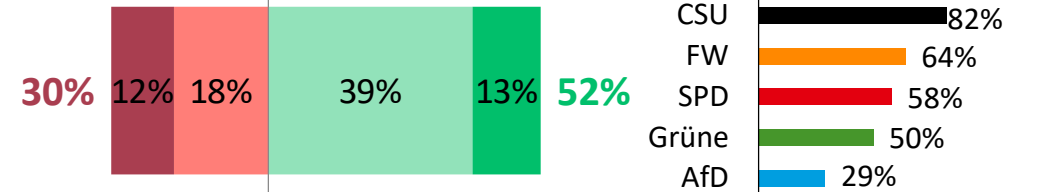
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

# Das Vertrauen in die Landespolitik ist deutlich größer als das Vertrauen in die Bundespolitik – mit jeweils plausibler Zustimmung nach Parteipräferenz

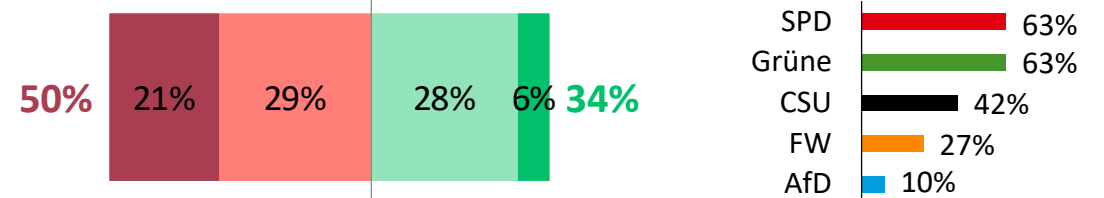
Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern Sie jeder Aussage zustimmen.

- stimme überhaupt nicht zu (0-1)
- stimme eher nicht zu (2-4)
- stimme eher zu (6-8)
- stimme voll und ganz zu (9-10)

Die Politik in Bayern ist in der Lage, die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.



Die Politik in Deutschland ist in der Lage, die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: neutral (5) / weiß nicht / keine Angabe.

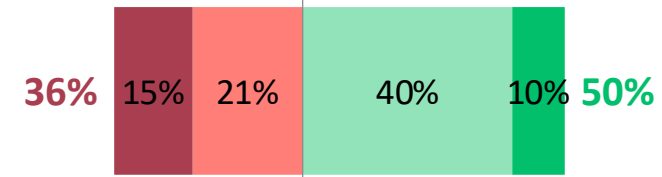
## Rund die Hälfte findet, dass unser demokratisches System alles in allem gut funktioniert; höchste Zustimmungswerte bei den 18- bis 24-Jährigen

Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern Sie jeder Aussage zustimmen.

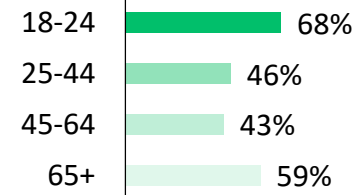
■ stimme überhaupt nicht zu (0-1)  
■ stimme eher nicht zu (2-4)

■ stimme eher zu (6-8)  
■ stimme voll und ganz zu (9-10)

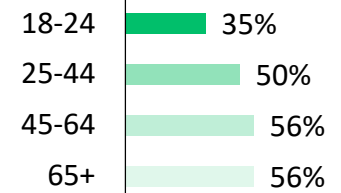
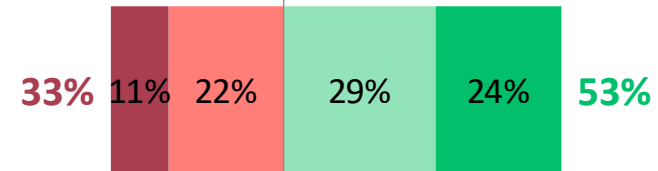
Alles in allem funktioniert das demokratische System in Deutschland gut.



Zustimmung nach Alter



Menschen wie ich haben keinen Einfluss darauf, was die Politik macht.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: neutral (5) / weiß nicht / keine Angabe.

## Klarer Zusammenhang: Je höher die formale Bildung, desto positiver die Sicht auf das demokratische System und den eigenen Einfluss auf die Politik

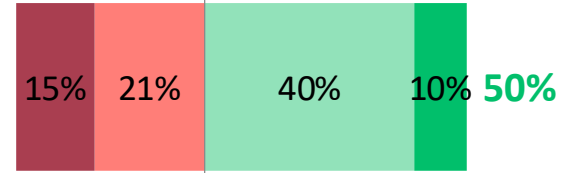
Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern Sie jeder Aussage zustimmen.

■ stimme überhaupt nicht zu (0-1)  
■ stimme eher nicht zu (2-4)

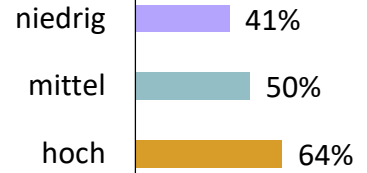
■ stimme eher zu (6-8)  
■ stimme voll und ganz zu (9-10)

Alles in allem funktioniert das demokratische System in Deutschland gut.

36%

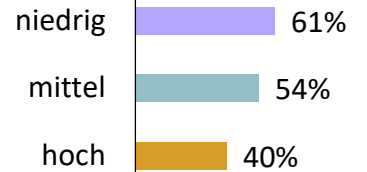
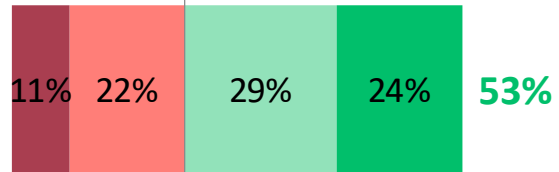


Zustimmung nach Schulbildung



Menschen wie ich haben keinen Einfluss darauf, was die Politik macht.

33%



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: neutral (5) / weiß nicht / keine Angabe.

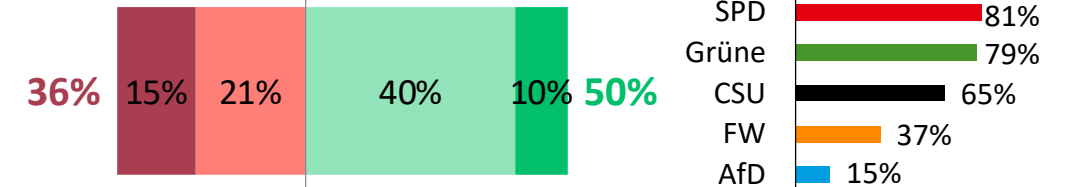
## Das Demokratievertrauen ist vor allem unter AfD-Affinen gering ausgeprägt

Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern Sie jeder Aussage zustimmen.

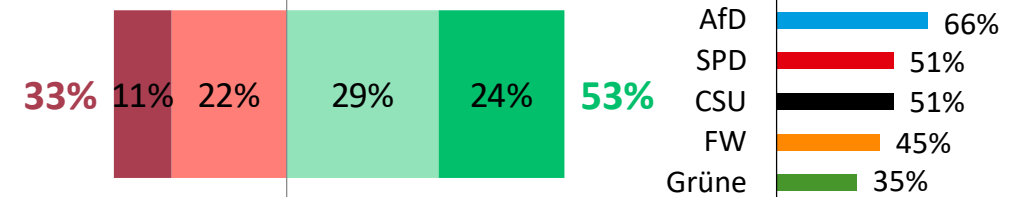
■ stimme überhaupt nicht zu (0-1)  
■ stimme eher nicht zu (2-4)

■ stimme eher zu (6-8)  
■ stimme voll und ganz zu (9-10)

Alles in allem funktioniert das demokratische System in Deutschland gut.



Menschen wie ich haben keinen Einfluss darauf, was die Politik macht.



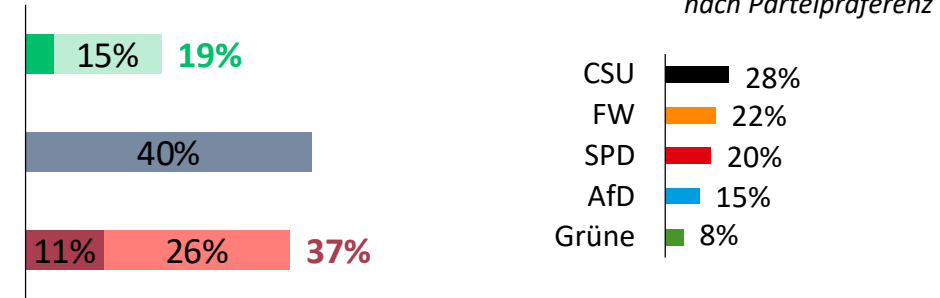
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: neutral (5) / weiß nicht / keine Angabe.

## Ein Fünftel stimmt zu, dass der Wahlkampf sachlich geführt wird, etwas mehr empfinden ihn als zu aggressiv.

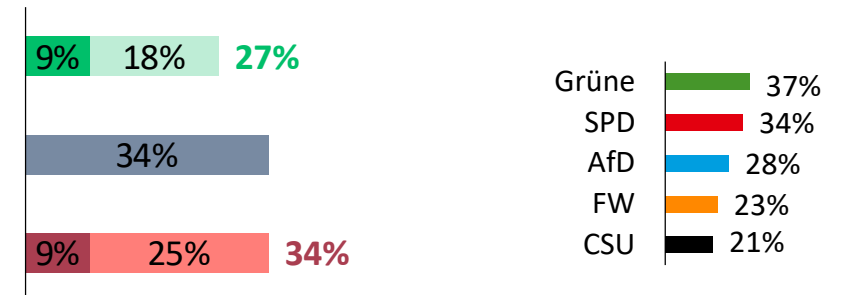
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Der Wahlkampf wird sachlich geführt.



Der Wahlkampf wird zu aggressiv geführt.



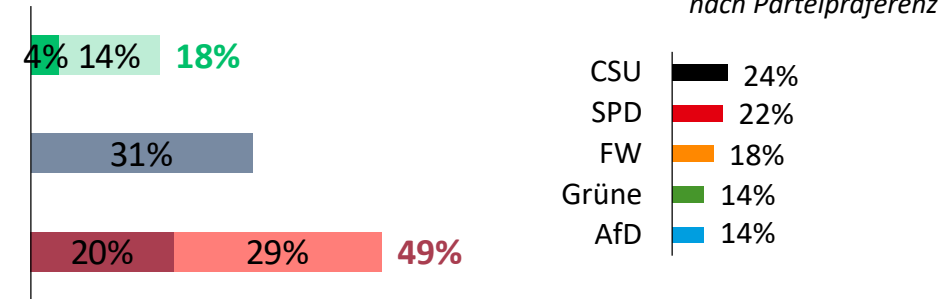
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Für mehr als die Hälfte stand schon vor dem Wahlkampf fest, wen sie wählen; am wenigsten gefestigt waren Befragte mit Präferenz Freie Wähler

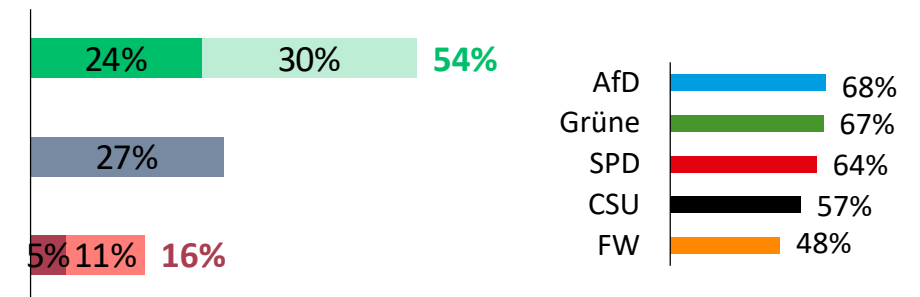
Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Der Wahlkampf hilft mir bei meiner Wahlentscheidung.



Der Wahlkampf spielt für mich eine untergeordnete Rolle, da ich schon vorher wusste, wen ich wähle.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

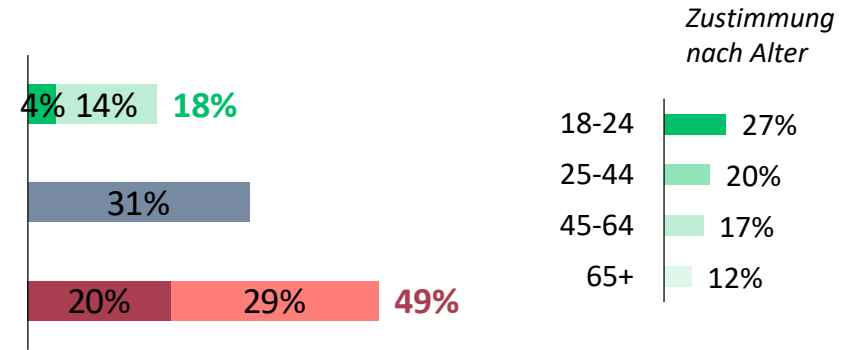


# Für Jüngere ist der Wahlkampf wichtiger: Über einem Viertel von ihnen hilft er bei der Entscheidung, auch weil diese mehrheitlich noch offen ist

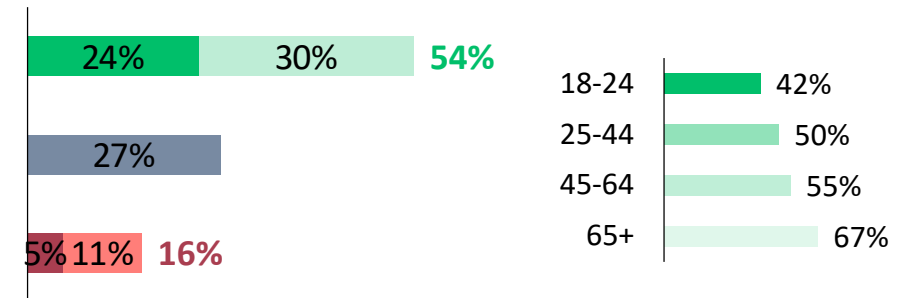
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Der Wahlkampf hilft mir bei meiner Wahlentscheidung.



Der Wahlkampf spielt für mich eine untergeordnete Rolle, da ich schon vorher wusste, wen ich wähle.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Zusammenfassung

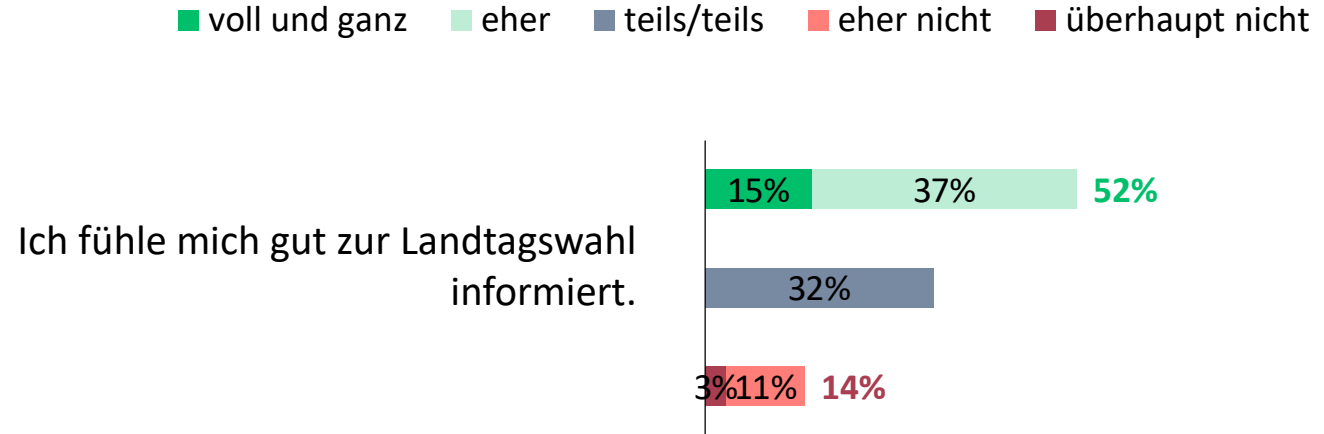
- Die Befragten trauen eher der Politik in Bayern als der Politik in Deutschland zu, zukünftige Herausforderungen zu bewältigen.
- Die Hälfte findet, dass das demokratische System in Deutschland alles in allem gut funktioniert. Höchste Zustimmungswerte bei den 18- bis 24-Jährigen (68 %) und der Altersgruppe 65+. Dazwischen fällt das Vertrauen in unser politisches System unterdurchschnittlich aus.
- Über die Hälfte denkt, dass sie keinen Einfluss auf die Politik haben. Besonders weit verbreitet ist diese Einstellung bei Personen mit geringer formaler Bildung und Anhängern und Anhängerinnen der AfD.
- Nur knapp ein Fünftel findet, dass der Wahlkampf sachlich geführt wird, höher fällt die Zustimmung bei CSU-Affinen aus. 27 % empfinden den Wahlkampf als zu aggressiv, hier stimmen vor allem Anhänger und Anhängerinnen der Grünen zu.

# Wahrnehmung der Medien

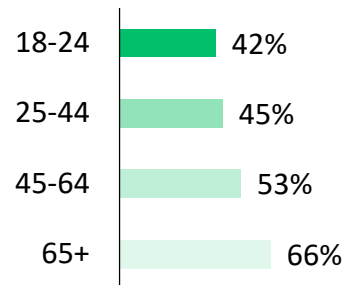


## Die Mehrheit fühlt sich gut über die Landtagswahl informiert – Jüngere und Befragte mit niedriger formaler Bildung jedoch weniger

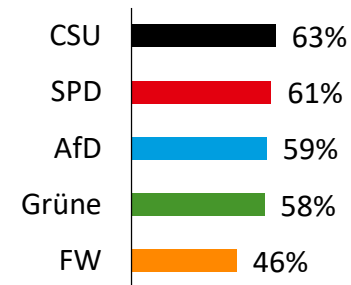
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*



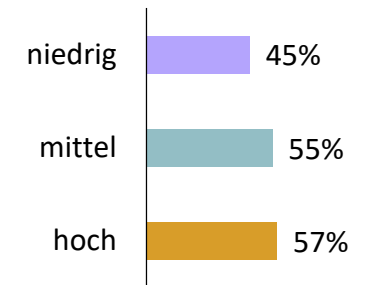
Zustimmung nach Alter



Zustimmung nach Parteipräferenz



Zustimmung nach Schulbildung



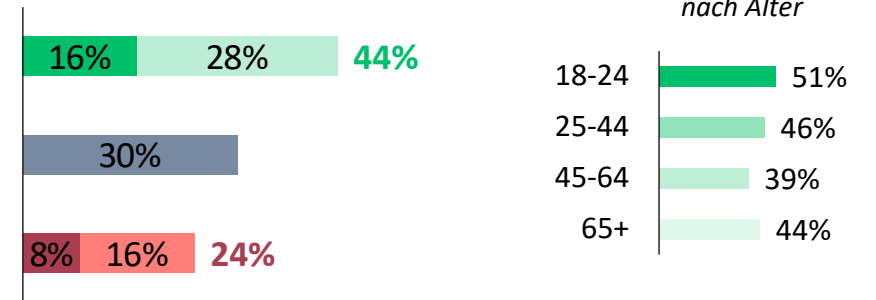
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Mehr als vier von zehn Befragten wissen oft nicht, was sie glauben sollen; knapp ein Fünftel fühlt sich überfordert. Jüngere tun sich tendenziell schwerer

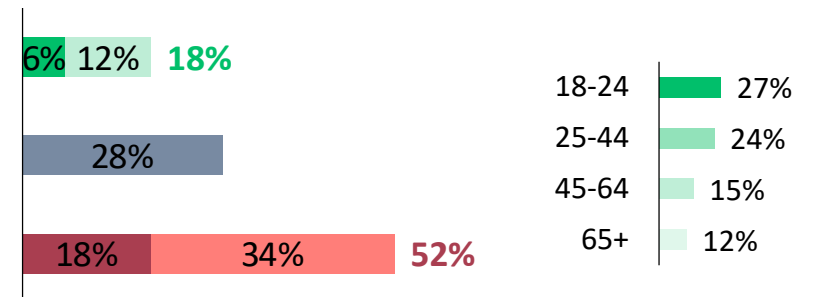
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Ich weiß im Wahlkampf oft nicht, welcher Information ich glauben soll.



Ich fühle mich von der Flut an Informationen zur Landtagswahl überfordert.



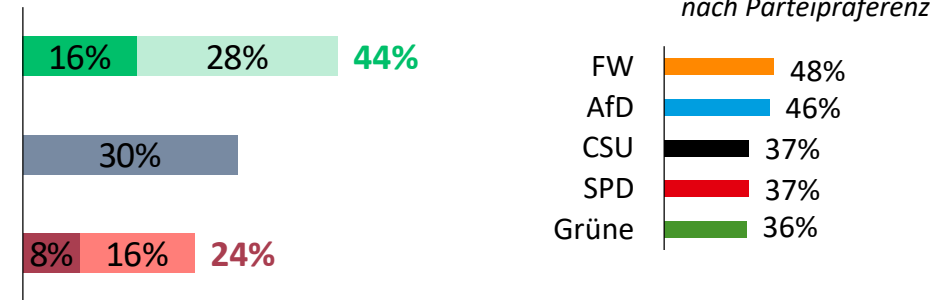
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Vor allem FW- und AfD-Affine wissen häufiger nicht, welchen Informationen sie im Wahlkampf Glauben schenken sollen

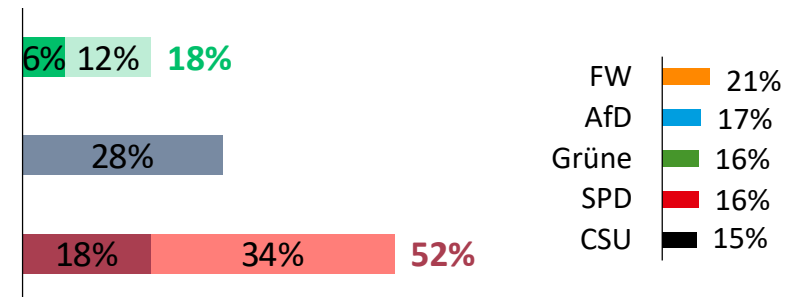
Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Ich weiß im Wahlkampf oft nicht, welcher Information ich glauben soll.



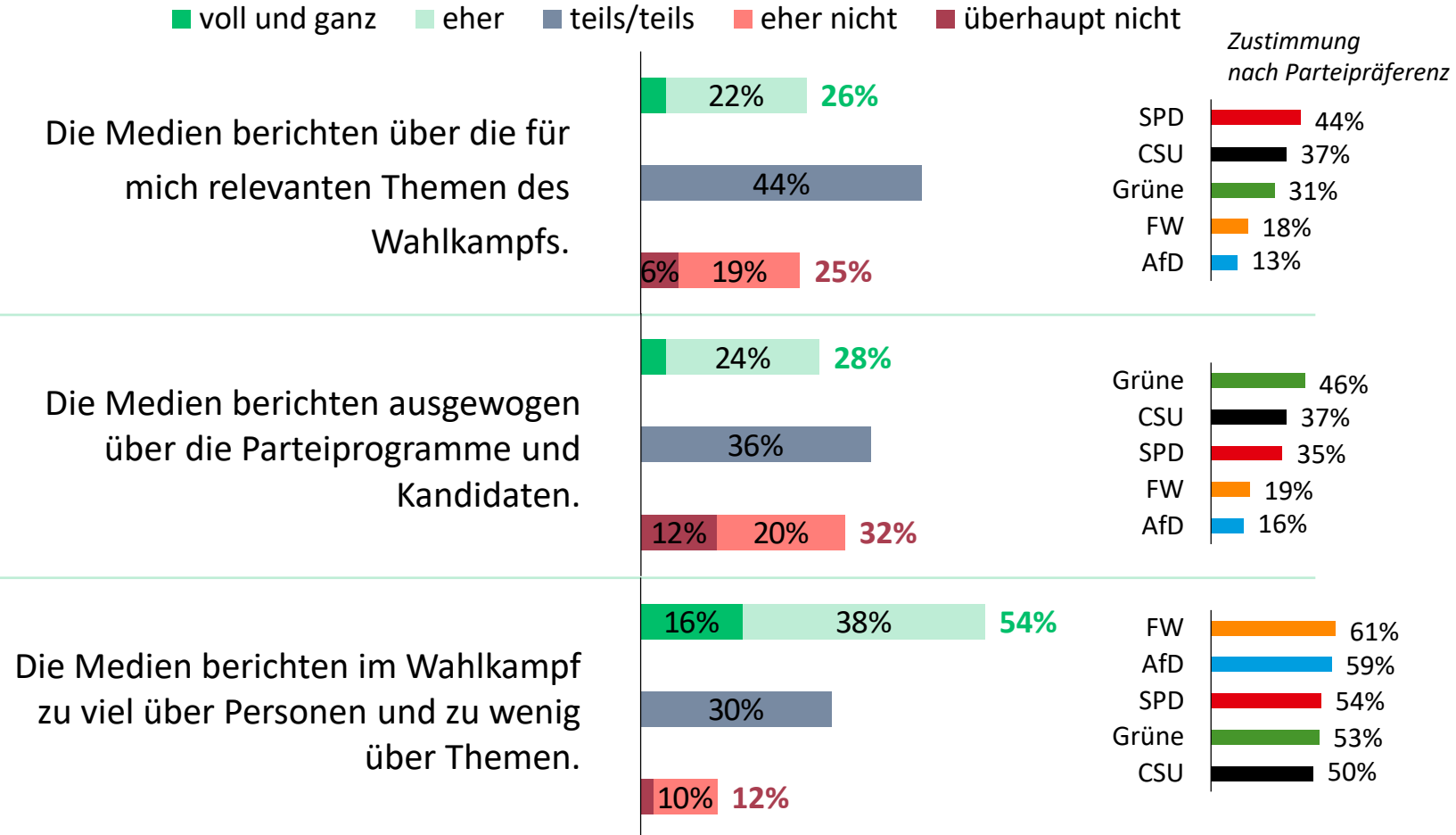
Ich fühle mich von der Flut an Informationen zur Landtagswahl überfordert.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Eher schlechte Noten für die Berichterstattung bei Relevanz und Ausgewogenheit; noch kritischer wird der Fokus auf Personen statt Themen gesehen

Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?



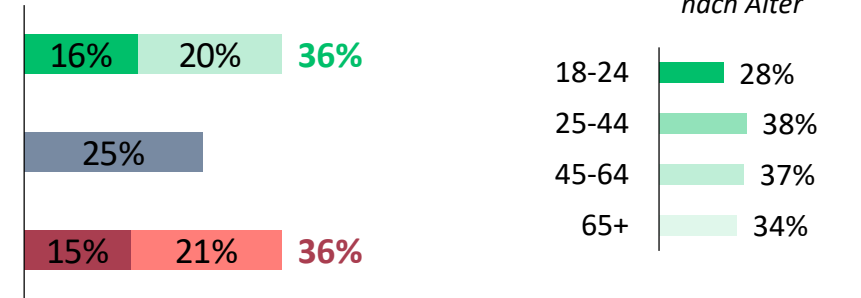
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Medienskepsis bei über einem Drittel stark ausgeprägt, überdurchschnittlich stark in der Altersgruppe 25 bis 44 Jahre

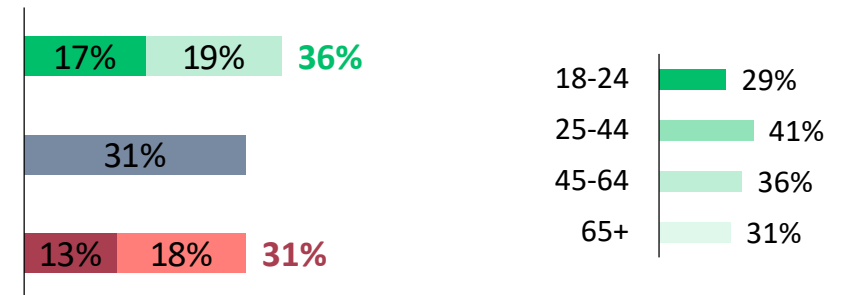
Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.



Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen.



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

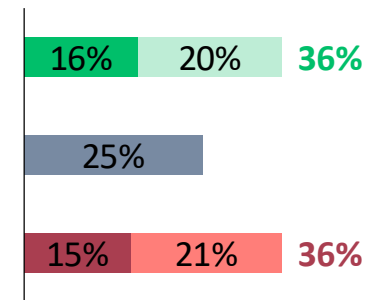


## Klarer Zusammenhang zur formalen Bildung: Je höher, desto geringer ist die Skepsis gegenüber den Medien ausgeprägt – und umgekehrt

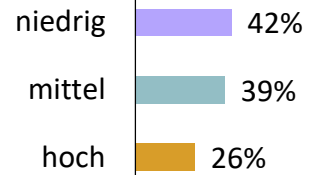
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

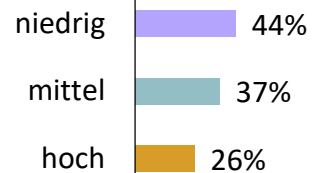
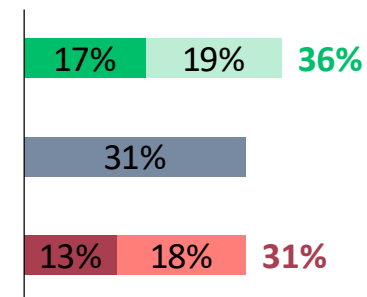
Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.



Zustimmung nach Schulbildung



Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen.



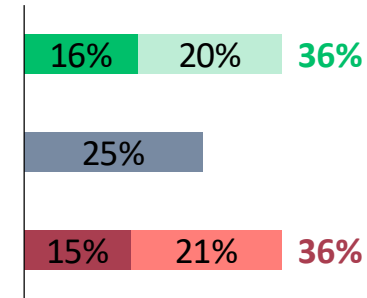
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Der deutlichste Zusammenhang zeigt sich zur Parteipräferenz: Größte Ausmaße erreicht die Medienskepsis bei AfD-Affinen

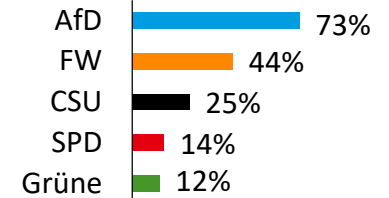
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*

■ voll und ganz ■ eher ■ teils/teils ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

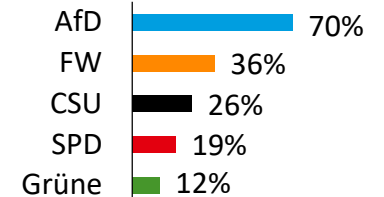
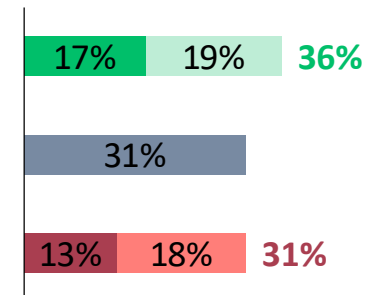
Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.



Zustimmung nach Parteipräferenz



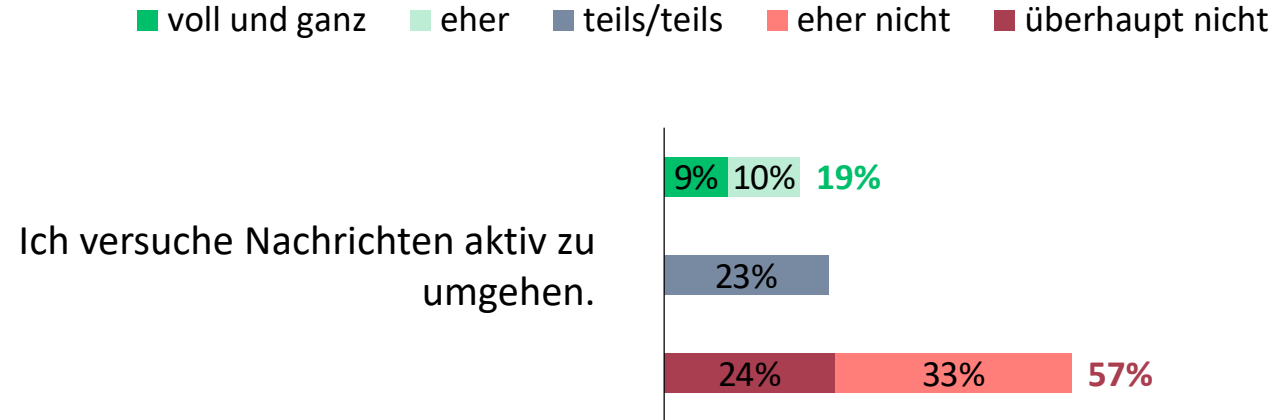
Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen.



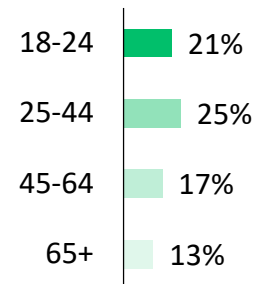
Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Ein Fünftel der Befragten meidet aktiv Nachrichten. Zusammenhang zur Parteipräferenz auch hier ersichtlich, aber weniger stark ausgeprägt

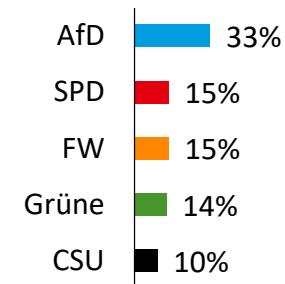
*Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?*



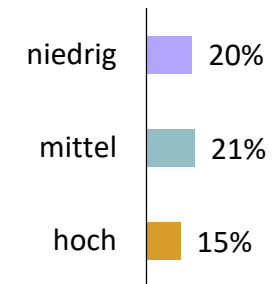
Zustimmung nach Alter



Zustimmung nach Parteipräferenz



Zustimmung nach Schulbildung



Basis: alle Befragten (n=1.126).  
Fehlende Werte: weiß nicht.

## Zusammenfassung

- Gut die Hälfte der Befragten fühlt sich gut zur bayerischen Landtagswahl informiert. Jüngere und Befragte mit niedriger formaler Bildung finden das etwas weniger häufig.
- Bedarf nach Informationen besteht also, allerdings ist fast die Hälfte der Befragten unsicher, welchen Informationen im Wahlkampf sie glauben soll. Besonders hoch ist die Verunsicherung in der Gruppe der Erst- und Jungwählenden.
- Nur gut ein Viertel stimmt jeweils zu, dass die Medien über die für sie relevanten Themen und ausgewogen über Parteiprogramme und Kandidaten/Kandidatinnen berichten. Die Hälfte beklagt eine zu große Fokussierung auf Personen zulasten von Themen.
- Dass es nicht gut bestellt ist um das Medienvertrauen, lässt sich auch in Bayern feststellen: Mehr als ein Drittel stimmt jeweils medienskeptischen Aussagen zu: „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren“ sowie „die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen“. Hier zeigt sich ein klarer Zusammenhang zur formalen Bildung: Je höher, desto weniger ist die Skepsis gegenüber Medien ausgeprägt. Noch deutlicher zeigt sich der Zusammenhang zur Parteipräferenz.
- Während eine hohe Medienskepsis Hand in Hand geht mit einem geringen Demokratievertrauen, zeigen sich beim Phänomen der „News Avoidance“ weniger deutliche Zusammenhänge. Knapp ein Fünftel der Befragten versucht, Nachrichten aktiv zu umgehen.



leonie schulz  
+49(0)30 6098 565 25  
+49(0)178 682 76 84  
leonie.schulz@pollytix.de

lutz ickstadt  
+49(0)30 6098 565 28  
+49(0)1516 73 47 949  
lutz.ickstadt@pollytix.de

pollytix strategic research gmbh  
dolziger straße 7  
10247 berlin