

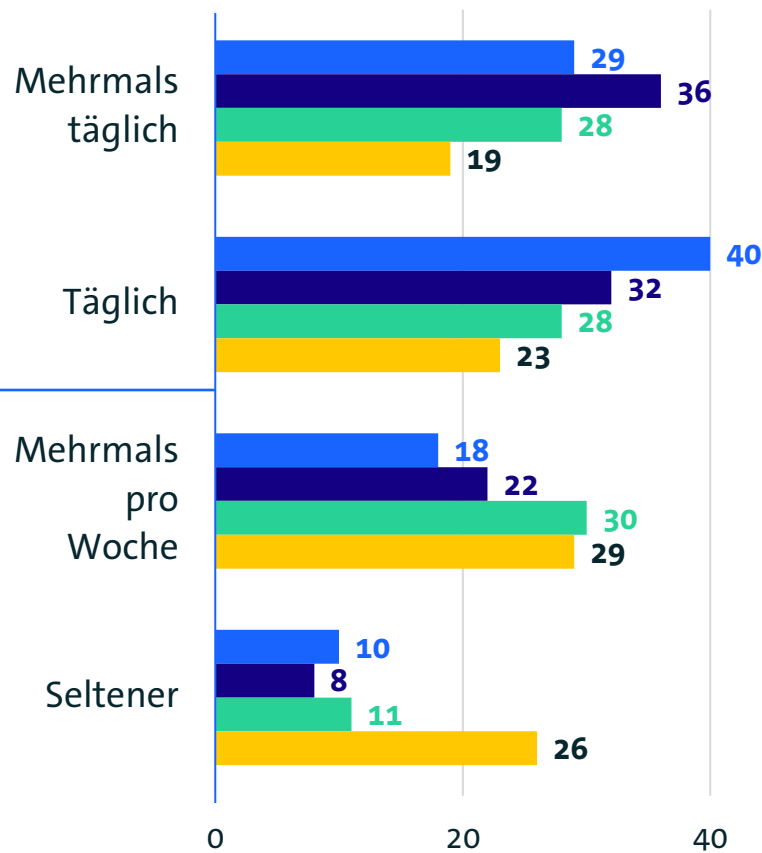
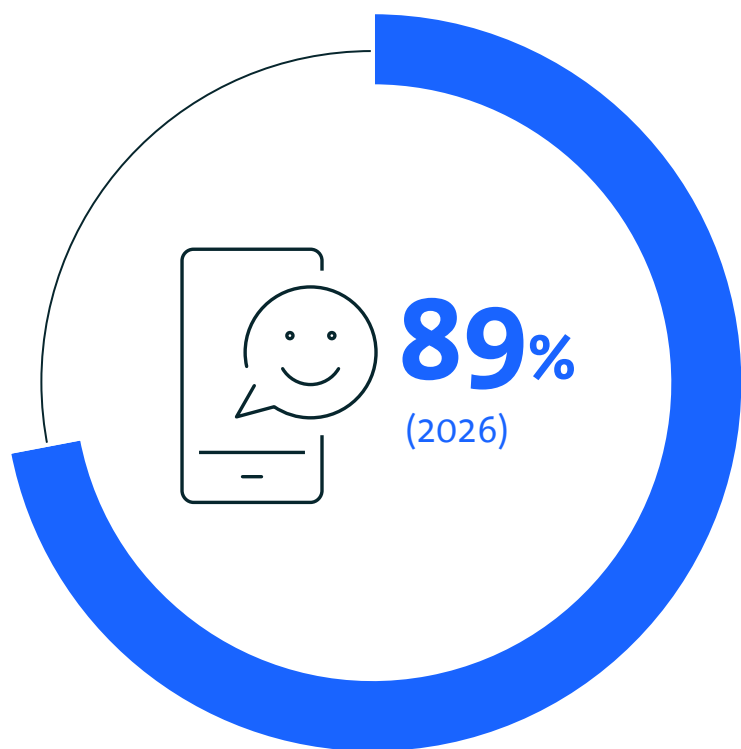
Social Media, Desinformation und Deepfakes

Dr. Bernhard Rohleder
Berlin, 28. Mai 2026

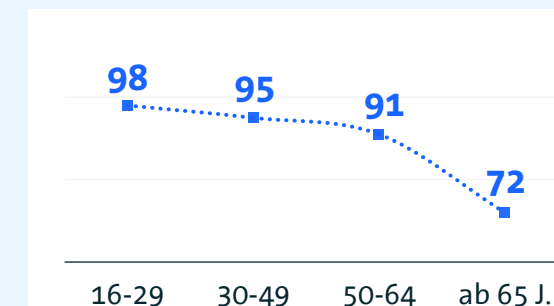


Internetnutzung heißt fast immer Social-Media-Nutzung

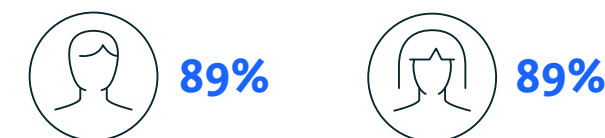
Nutzen Sie soziale Medien? Wie häufig nutzen Sie soziale Medien?



Nutzung nach Alter:



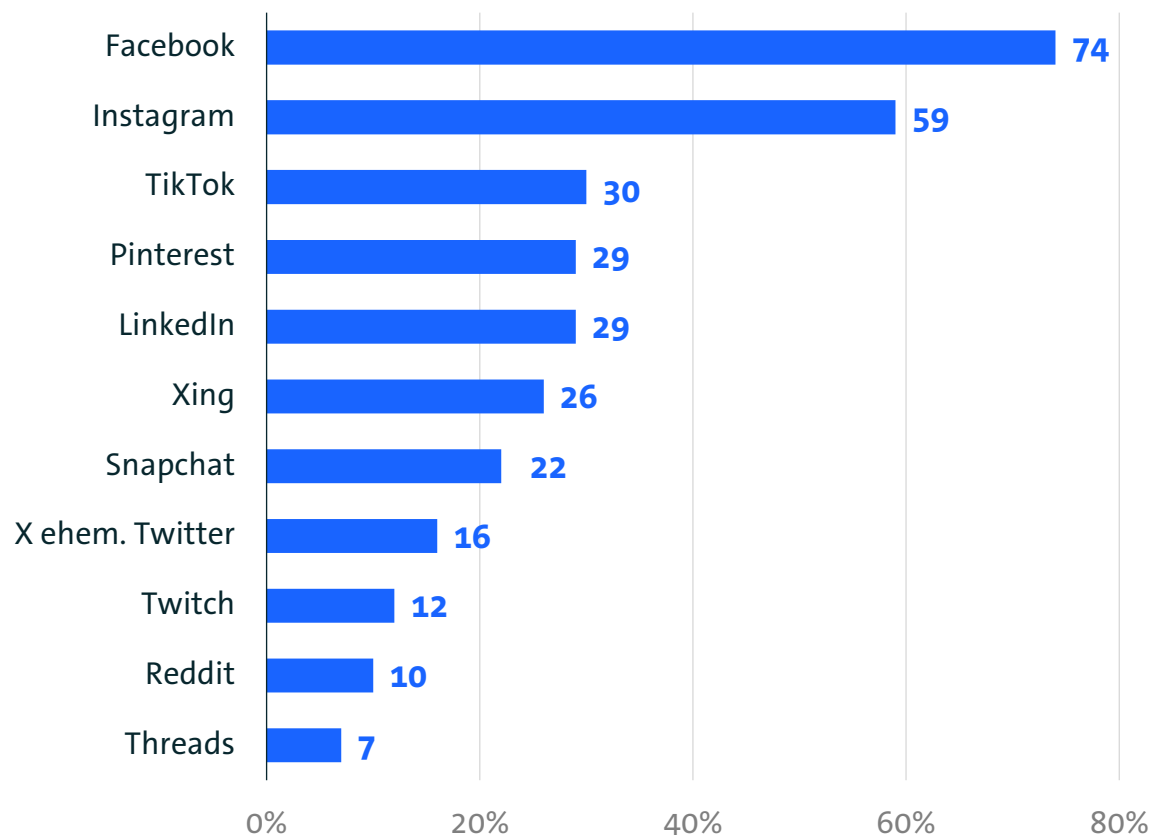
Nutzung nach Geschlecht:



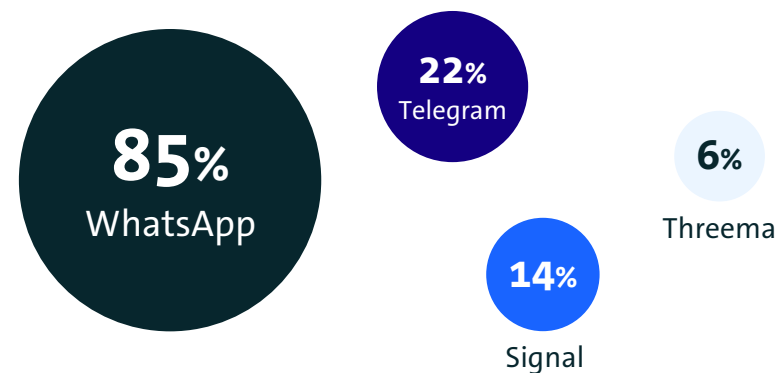
in Prozent

Welche Plattformen dominieren

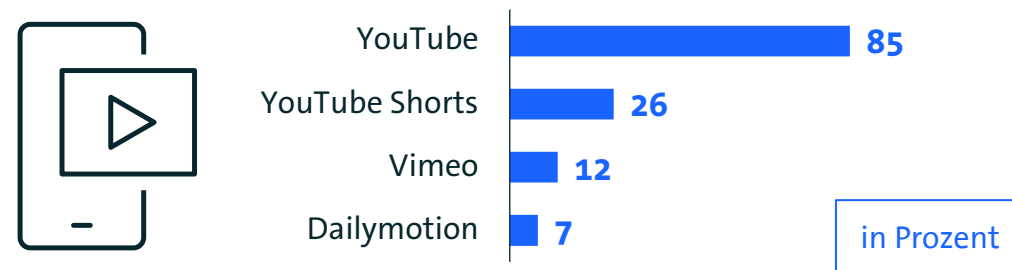
Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie?



Welche Messenger-Dienste nutzen Sie?



Welche Video-Plattformen nutzen Sie?



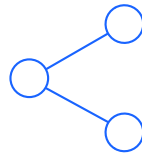
Was wir in sozialen Netzwerken suchen

Wofür nutzen Sie soziale Netzwerke hauptsächlich?



75%

Community, Foren & Gruppen
zu Hobbys und Interessen



59%

Eigene Inhalte
teilen oder posten



45%

Informationen zu
News oder aktuellen
Themen



73%

Kontakt zu Freundes- und
Familienkreis halten



53%

Inspiration & Ideen finden
z.B. zu Rezepten, Reisen, u.a.



44%

Beruf und
Networking



64%

Unterhaltung und
Zeitvertreib



51%

Shopping bzw. Produktsuche

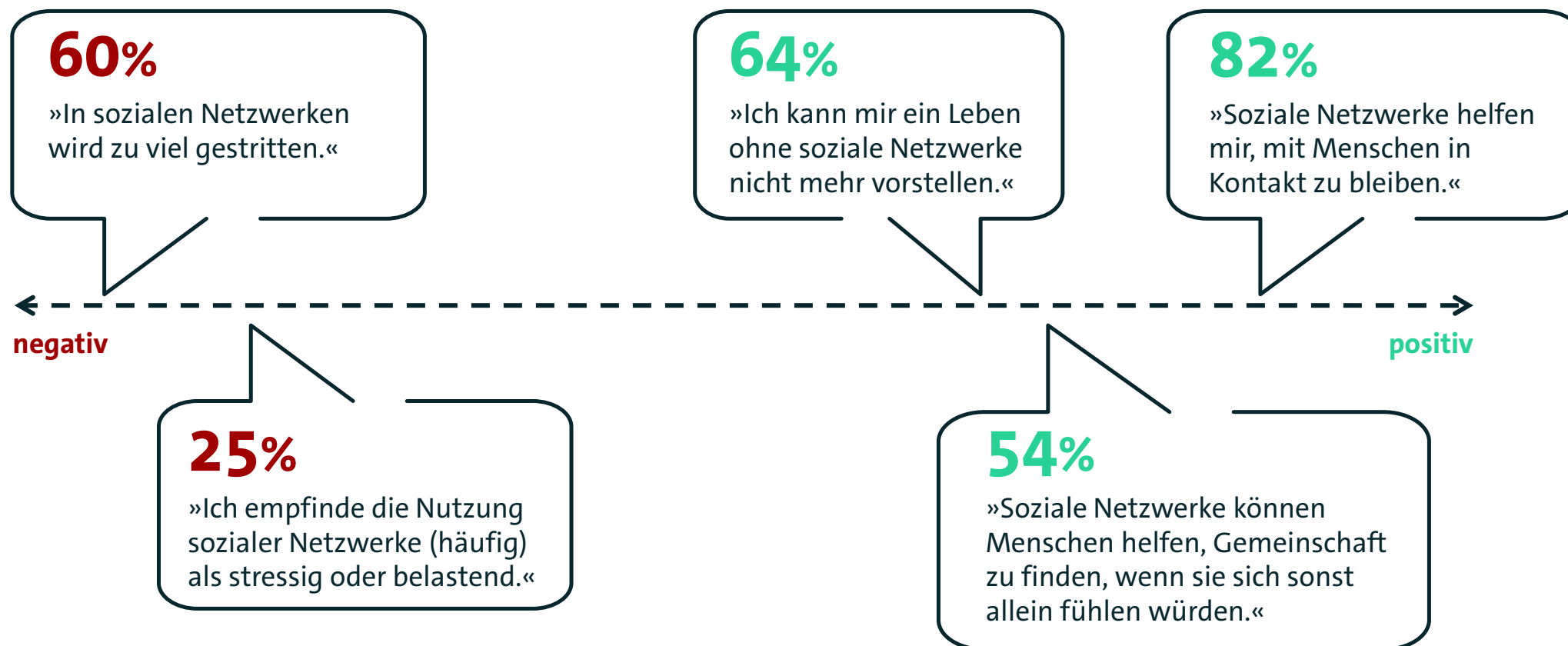


41%

Lernen bzw. Erklären
von Inhalten

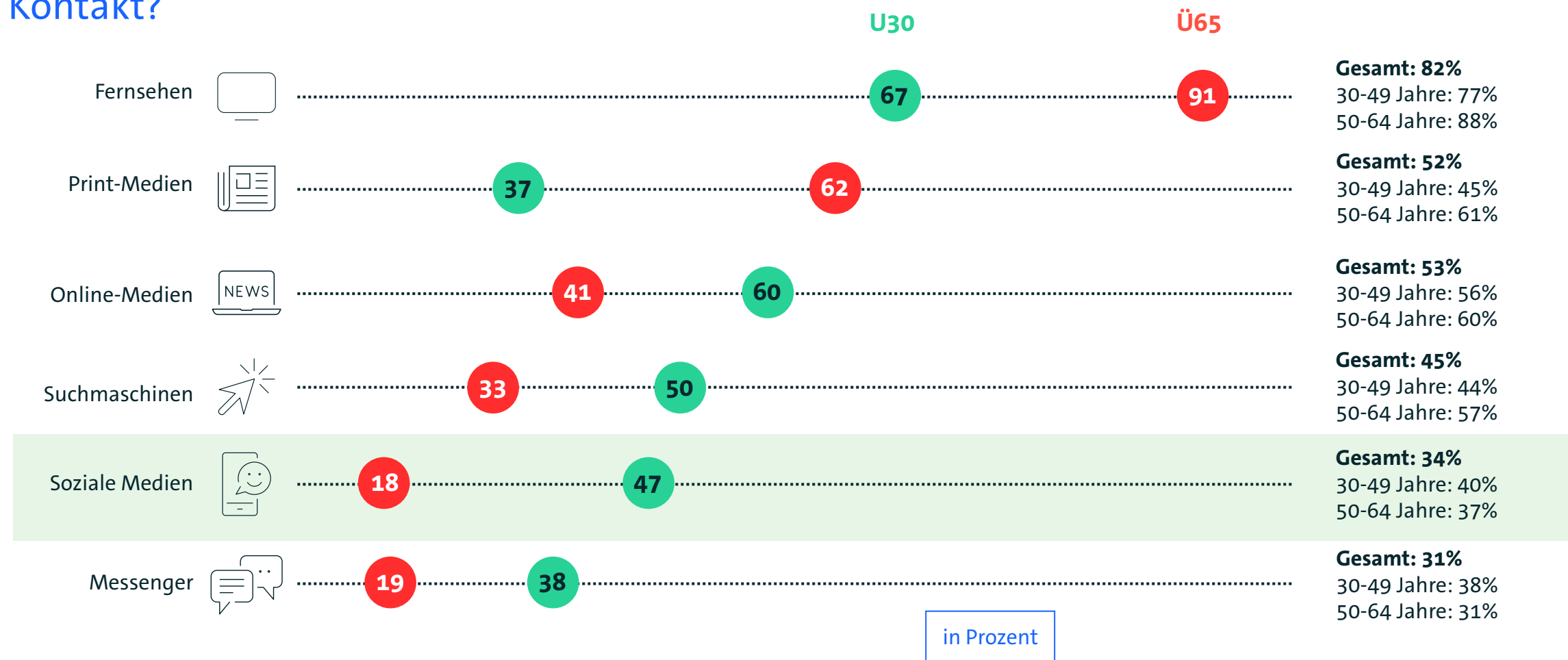
Social Media bringt viel, aber kann auch stressen

Welche Aussagen zum Thema soziale Netzwerke treffen auf Sie oder Ihrer Meinung nach zu?



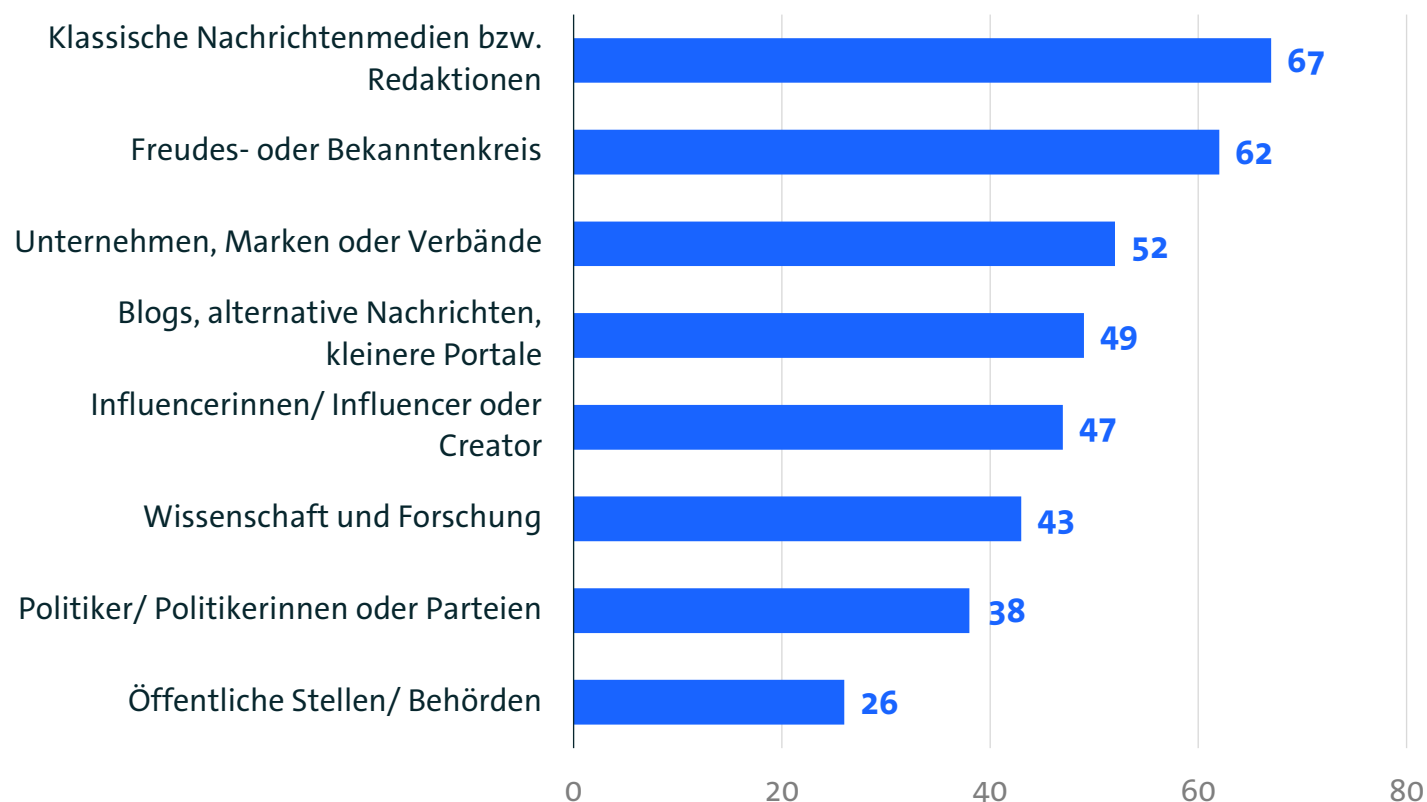
News-Einstieg: U30 deutlich häufiger über Social Media

Wo kommen Sie normalerweise als erstes mit Nachrichten und aktuellen Informationen in Kontakt?



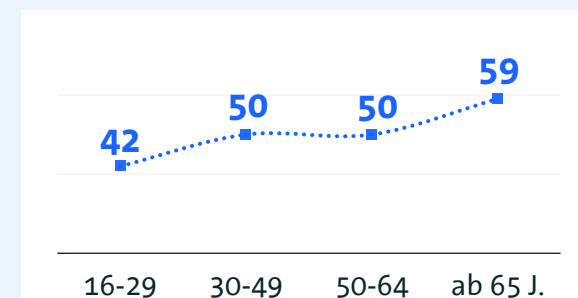
News auf Social Media: Ein gemischter Quellenraum

Von welchen Absendern stammen die Nachrichteninhalte, die Sie in sozialen Medien wahrnehmen Ihrer Einschätzung nach meistens?



50%

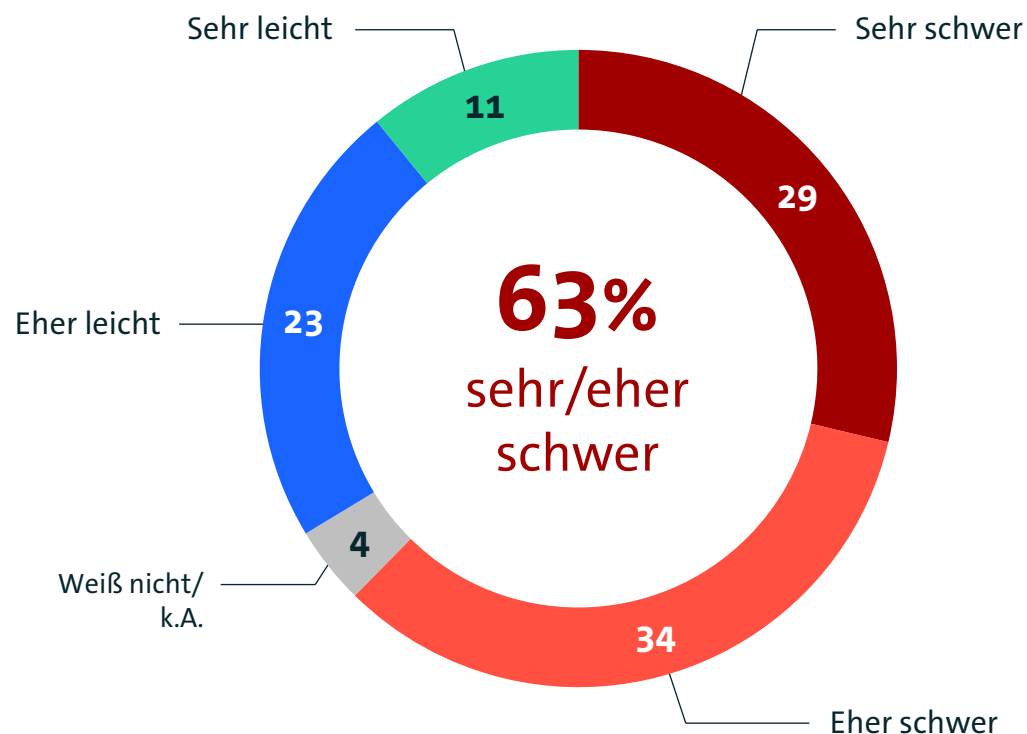
»Das ist mir manchmal nicht so richtig klar.«



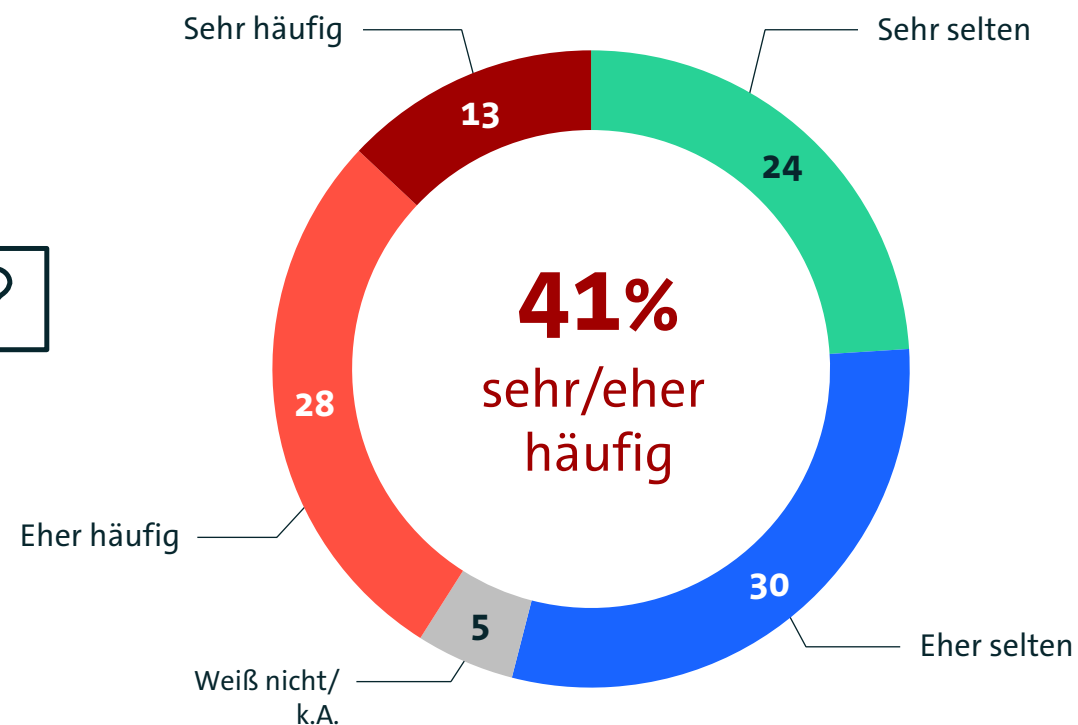
in Prozent

Unsichere Inhalte sind häufig

Wie leicht fällt es Ihnen einzuschätzen, ob die Nachrichten, die Ihnen begegnen, verlässlich sind?

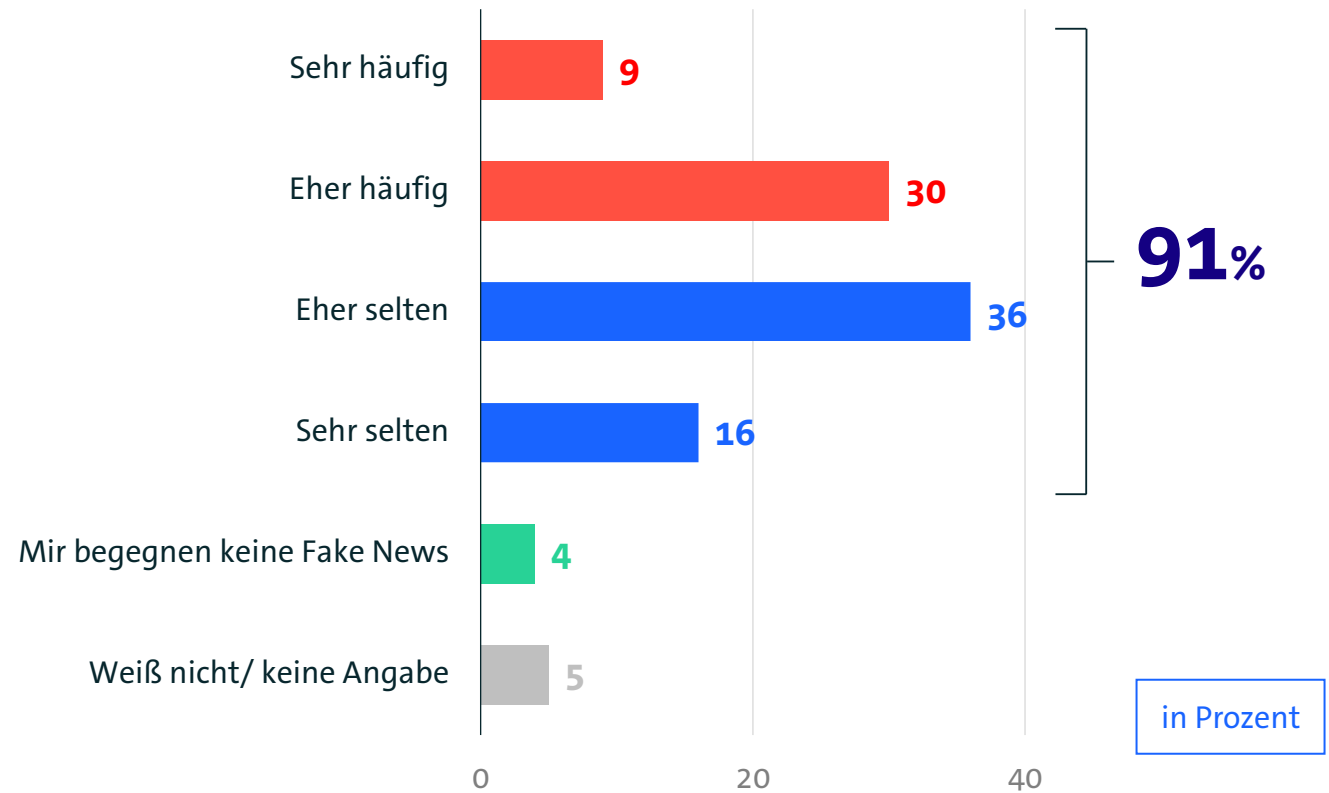
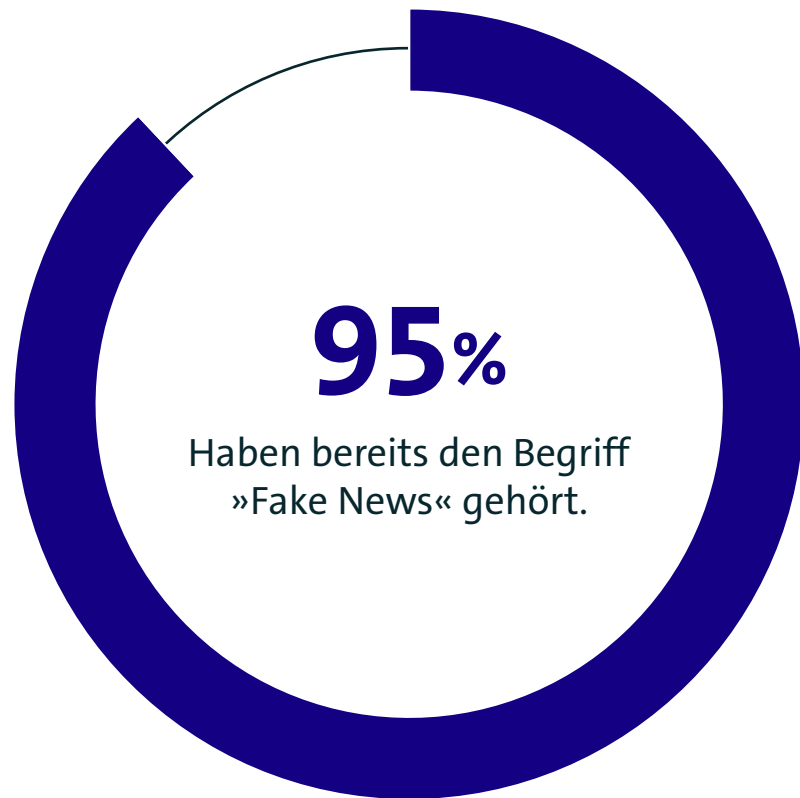


Wie häufig begegnen Ihnen Inhalte, bei denen Sie unsicher sind, ob diese stimmen?



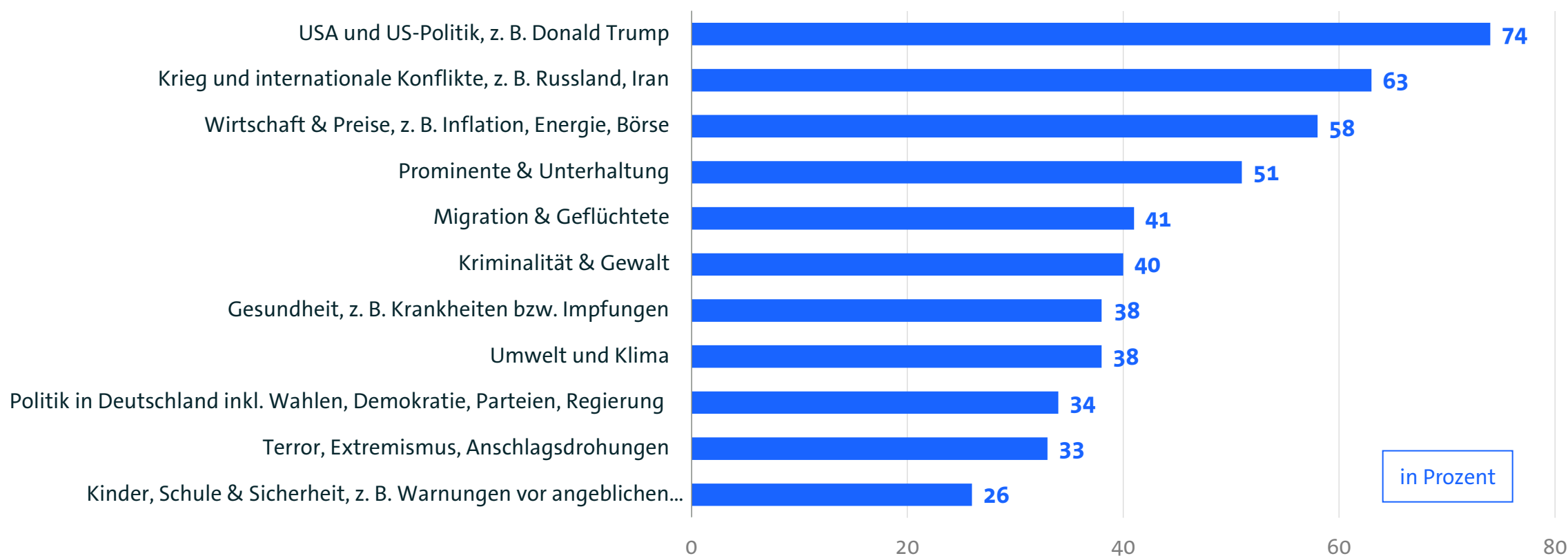
9 von 10 stoßen auf Fake News

Wie oft begegnen Ihnen absichtlich verbreitete falsche oder irreführende Informationen?



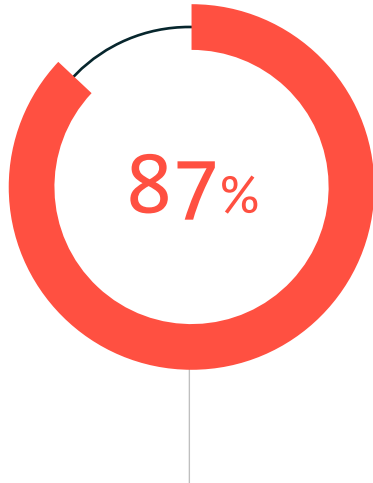
USA, Krieg, Wirtschaft, Promis – die Themen für Fake News

Zu welchen der folgenden Themen sind Ihnen in den vergangenen 12 Monaten Desinformationen oder so genannte Fake News aufgefallen?

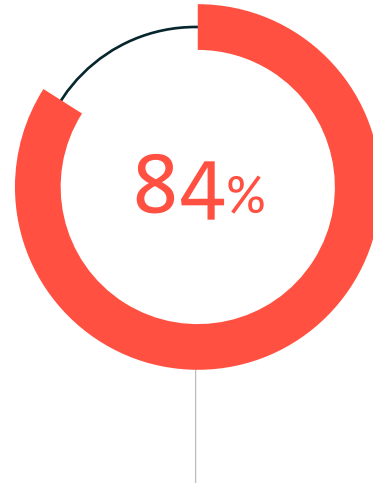


Viele wollen Konsequenzen, aber sind Teil der Verbreitung

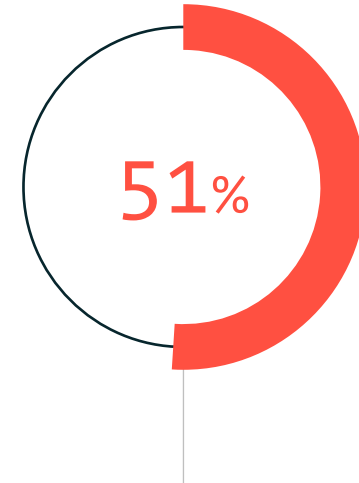
Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Desinformation bzw. Fake News auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?



»Wer Desinformation
wissentlich weiterverbreitet,
sollte dafür bestraft werden.«



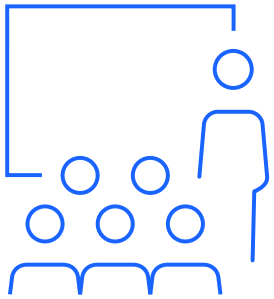
» Wer gezielt Desinformation
erstellt, sollte dafür bestraft
werden.«



» Ich habe schon Inhalte
weitergeleitet, obwohl ich nicht
sicher war, ob sie stimmen.«

Kinder und ältere Menschen in den Fokus nehmen

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Desinformation bzw. Fake News auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?



85%

»**Kinder** sollten in der Schule lernen, wie man Desinformationen und Fake-News erkennen kann.«

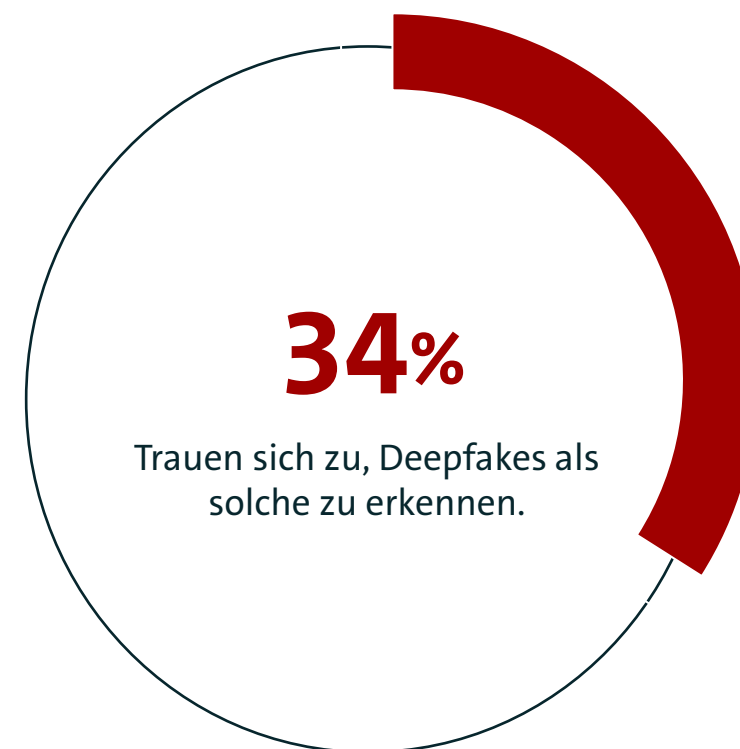
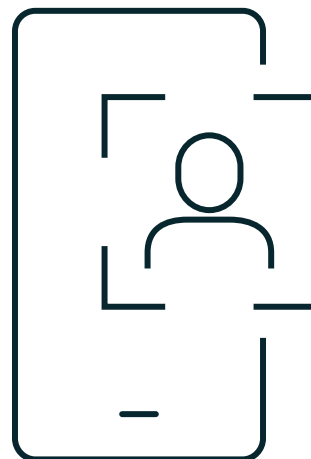
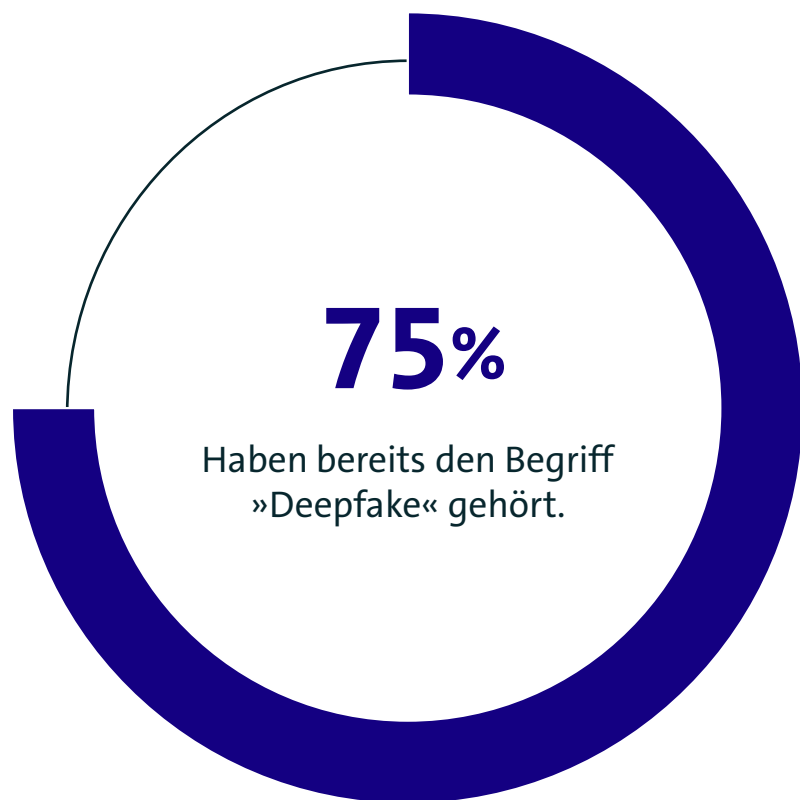


71%

»**Ältere Menschen**, die nicht mit dem Internet aufgewachsen sind, sollten besonders zum Thema Desinformation und Fake News informiert werden.«

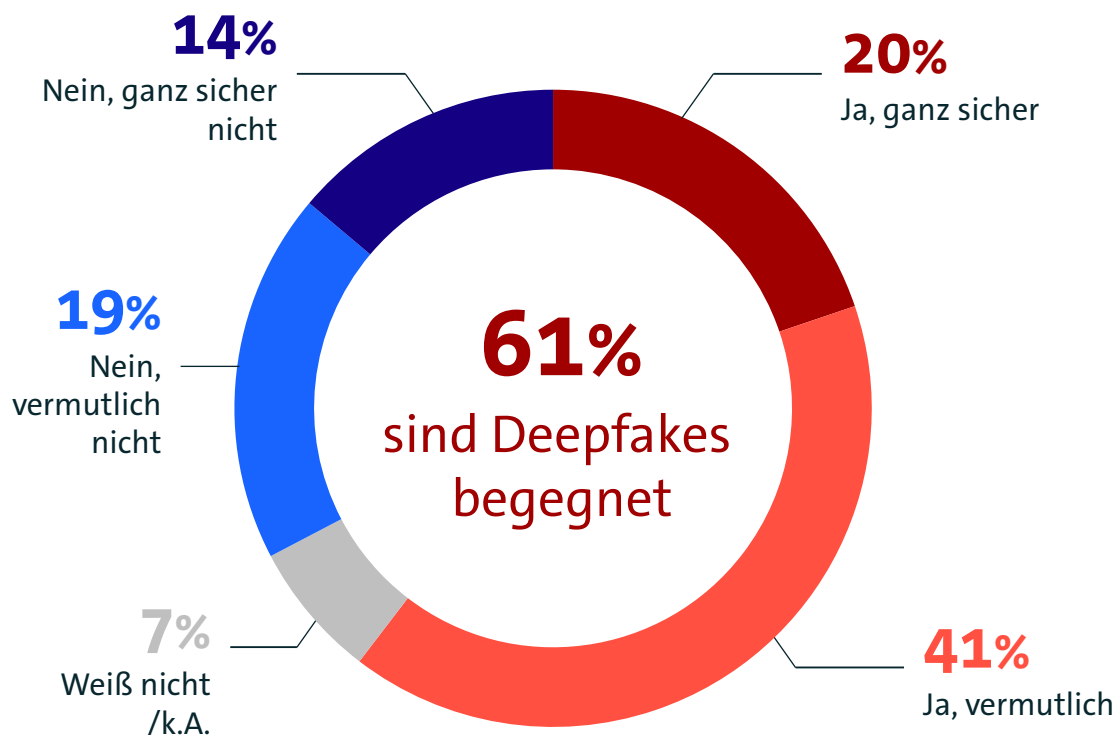
Deepfakes sind drei Vierteln ein Begriff

Haben Sie schon einmal den Begriff »Deepfake« gehört?

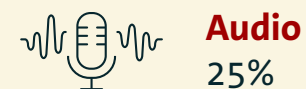


Die neue Täuschung – vor allem als Video und Bild

Sind Ihnen Deepfakes schon einmal begegnet?

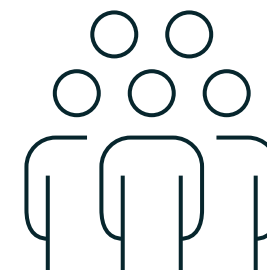


Welche Arten von Deepfakes sind Ihnen begegnet?



89%

»Deepfakes sind gefährlich.«



Desinformation wirksam begrenzen

Was Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft tun können

Politik

- **Medienkompetenz** breit ausrollen: dauerhaft finanzierte Programme in Schule, Aus- und Weiterbildung.
- **Rechtssicherheit** schaffen: klare, praktikable Regeln für Plattformen und Anbieter
- **Trusted Flagger** ausbauen: mehr anerkannte Hinweisgeber, schnellere Bearbeitung illegaler Inhalte.

Digitalwirtschaft

- **Technische Schutzmaßnahmen** ausweiten: Erkennung und Kennzeichnung stärken, Herkunftsnachweise (»Content Credentials«, z. B. C2PA) für verifizierbar echte Inhalte etablieren und Checks vor dem Teilen ausbauen.
- **Moderation & Durchsetzung:** schnelle Reaktion bei illegalen und schädlichen Inhalten, klare Meldewege.

Zivilgesellschaft

- **Aufklärung & Orientierung:** leicht verständliche Angebote zum Erkennen von Fake News / Deepfakes
- **Faktenchecks & Monitoring:** Trends früh erkennen, Gegeninformationen schnell sichtbar machen.
- **Hilfe für Betroffene:** niedrigschwellige Meldestellen und Unterstützung bei digitaler Gewalt / Manipulation.

Social Media, Desinformation und Deepfakes

Dr. Bernhard Rohleder
Berlin, 28. Mai 2026



Untersuchungsdesign

Auftraggeber

Bitkom e.V.

Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/ Computer Assisted Telephone Interview (CATI), Dual Frame
Grundgesamtheit	Personen in Deutschland ab 16 Jahren
Stichprobengröße	n=1006
Befragungszeitraum	KW 12 bis KW 17 2026
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage des aktuellen Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes
Statistische Fehlerspanne	+/- 3 Prozent in der Gesamtstichprobe