

Hass in Sozialen Medien

Bundesweite repräsentative Befragung von wahlberechtigten Internetnutzer:innen, durchgeführt: 22.-29. Juni 2021, n=3.009

16. Juli 2021



Studiendesign

Erhebungszeitraum

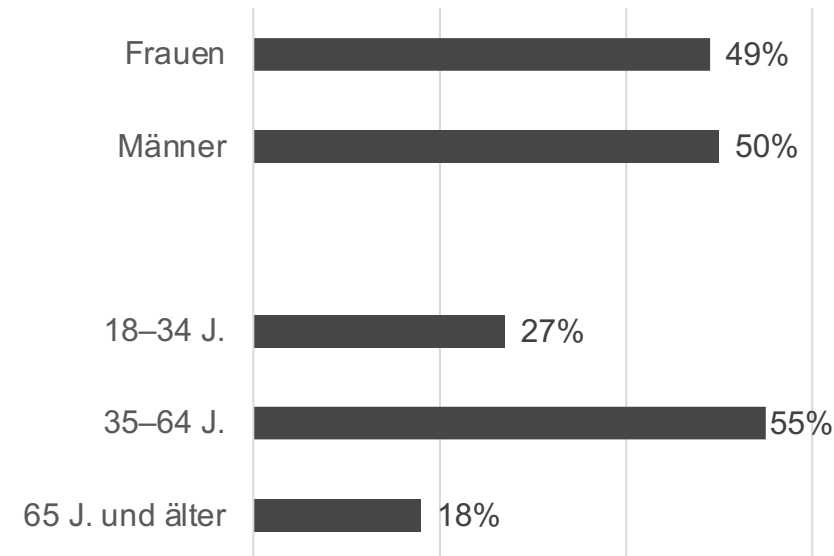
22.–29. Juni 2021

Erhebungsmethode

Online-Befragung / CAWI
(Computer-Assisted Web
Interview)

Fallzahl und Grundgesamtheit

n = 3.009 wahlberechtigte
Internetnutzer:innen



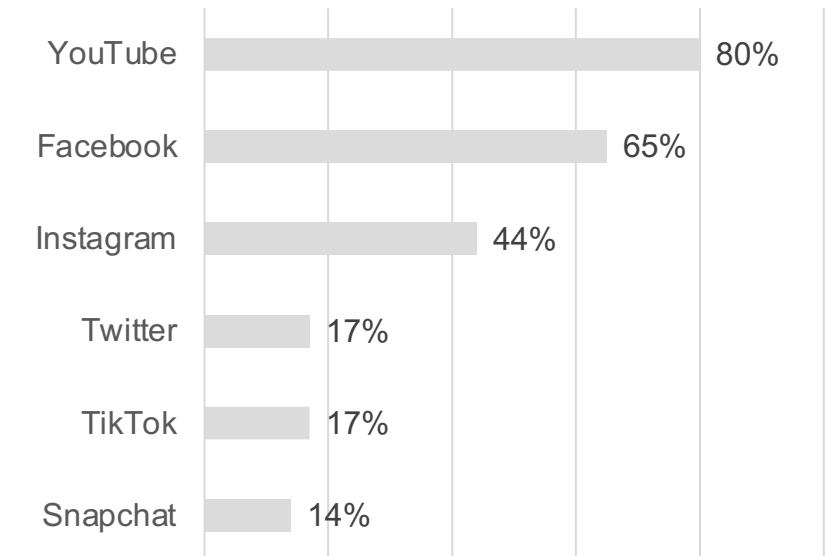
Die Daten sind gewichtet, um
Repräsentativität der Ergebnisse zu
gewährleisten.

* Maximale Fehlertoleranz für n=3.009 bei einem 95%
Konfidenzintervall: +/- 1,8%.

Definitionen

Social-Media-Nutzer:innen

Nutzer:innen der einzelnen Angebote



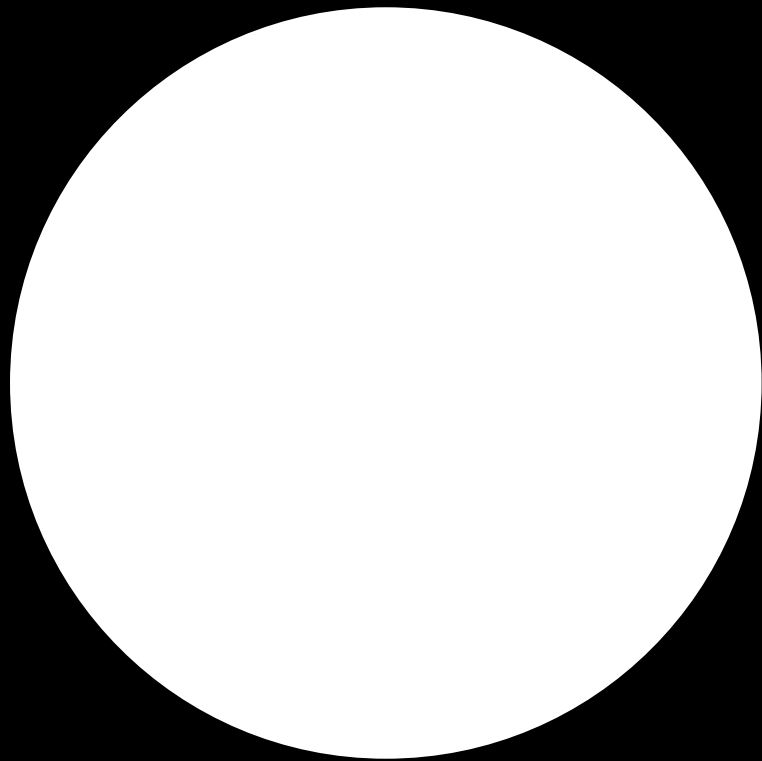
91%

Aller Internetnutzer:innen nutzen
mindestens eines der genannten
Angebote (=Social-Media-
Nutzer:innen)

Abweichungen von 100% rundungsbedingt.

Executive Summary

- Demokratie lebt von der Debatte, von der Partizipation und in den digitalen Öffentlichkeiten auch vom Mitreden. Doch unsere digitalen Debattenräume – allen voran die von Big Tech betriebenen Social Media-Kanäle – sind von Hass und Hetze zersetzt.
- 85 Prozent der von uns repräsentativ befragten wahlberechtigten Internetnutzer:innen sehen Hasskommentare im Netz als ein (sehr) großes Problem für unsere Gesellschaft. Doch es gibt Unterschiede: Während gerade junge Frauen (18-34 Jahre) den Hass als besonders problematisch betrachten (93 Prozent), ist er z. B. für Wähler:innen der AfD (62 Prozent) seltener ein Problem. Die Menschen erwarten von Politik (77 Prozent) und Plattformen (75 Prozent) fast gleichermaßen, das Problem zu lösen.
- Besonders beunruhigend sind die Zahlen zu den eigenen Erfahrungen. 38 Prozent der wahlberechtigten Internetnutzer:innen sind zahlreichen Formen von Hass im Netz bereits persönlich ausgesetzt gewesen – junge Menschen noch deutlich häufiger.
- Dabei trifft es vor allem junge Frauen, Menschen mit Migrationsgeschichte oder nicht-heterosexuelle Menschen. So ist allein jede dritte Frau zwischen 18-34 Jahre in Sozialen Medien sexuell belästigt worden.
- Das bleibt nicht ohne Folgen: Mehr als jede:r Dritte ist vorsichtiger geworden bei Meinungsäußerungen im Netz, mehr als die Hälfte der Befragten nimmt negative Einflüsse auf die eigene Psyche durch die Nutzung von Sozialen Medien wahr.
- Da die digitalen Debattenräume nicht ausreichend Schutz bieten, sind auch die Debatten auf ihnen nicht repräsentativ für unsere Gesellschaft. Nur eine kleine Minderheit (15 Prozent) äußert sich häufig zu politischen Themen online, 63 Prozent hingegen selten oder nie. Vor allem jüngere Männer oder Anhänger:innen der AfD äußern sich überproportional oft zu politischen Themen.



01

Problem- wahrnehmung

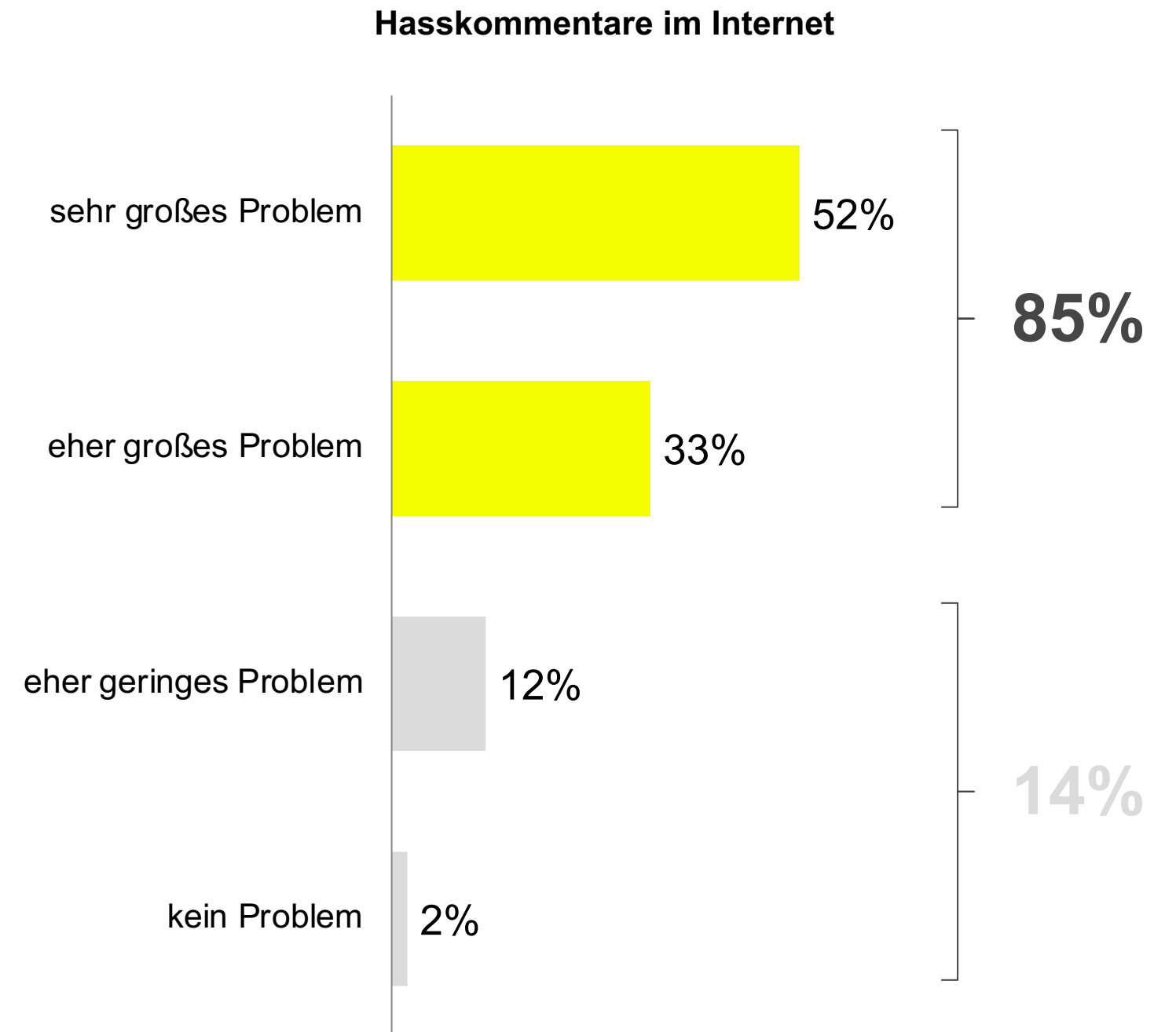
Problemwahrnehmung

85 Prozent werten Hasskommentare im Internet als ein eher bis sehr großes Problem für die Gesellschaft.

Problemwahrnehmung Hasskommentare

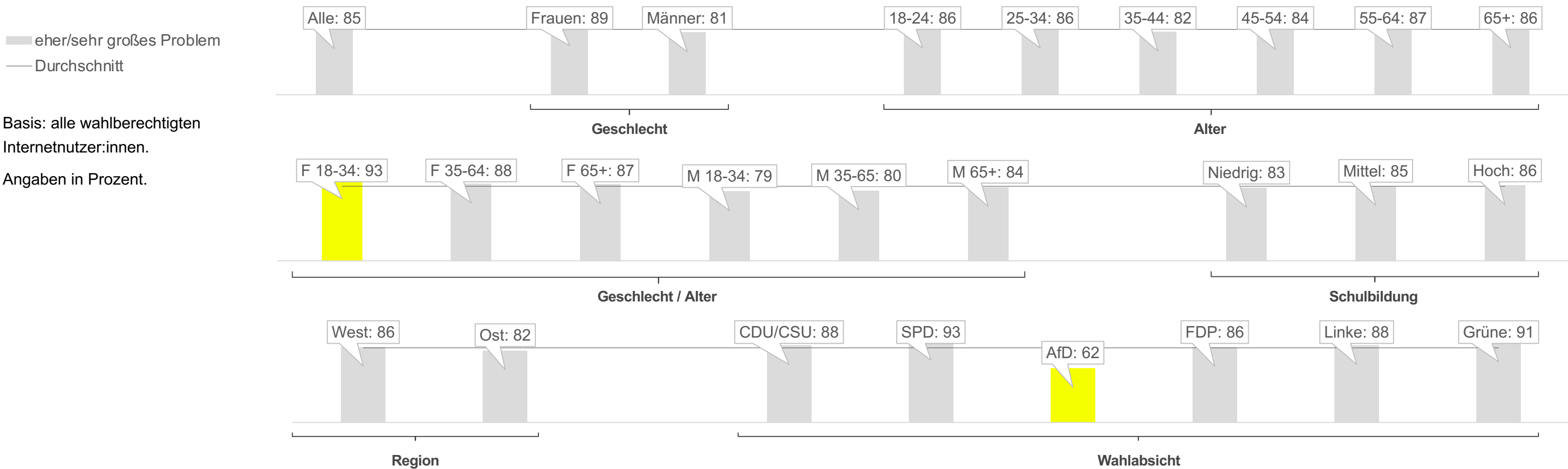
Was glauben Sie, inwiefern sind die folgenden ein Problem für unsere Gesellschaft?

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



Höchste Problemwahrnehmung für Hasskommentare im Internet bei jungen Frauen, geringste unter AfD-Wähler:innen

Hasskommentare im Internet



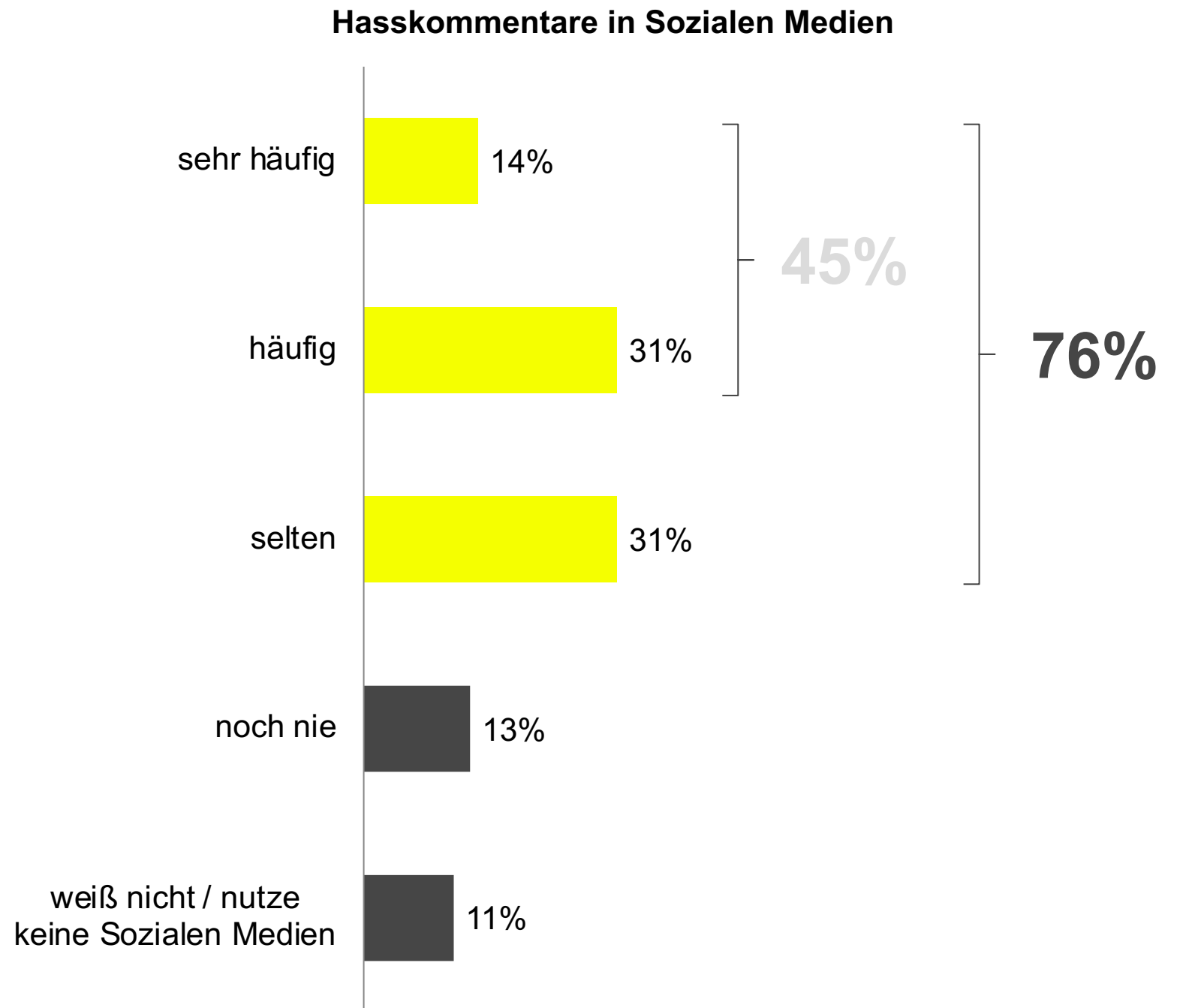
Problemwahrnehmung

Rund 3 von 4 Internetnutzer:innen haben bereits Hasskommentare in Sozialen Medien wahrgenommen, 45 Prozent sogar (sehr) häufig

Häufigkeitswahrnehmung Hasskommentare

Wie häufig haben Sie persönlich schon Hasskommentare, also Beleidigungen oder Bedrohungen, in Sozialen Medien gesehen?

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.



Frauen, insbesondere junge Frauen, nehmen Hasskommentare in Sozialen Medien häufiger wahr.

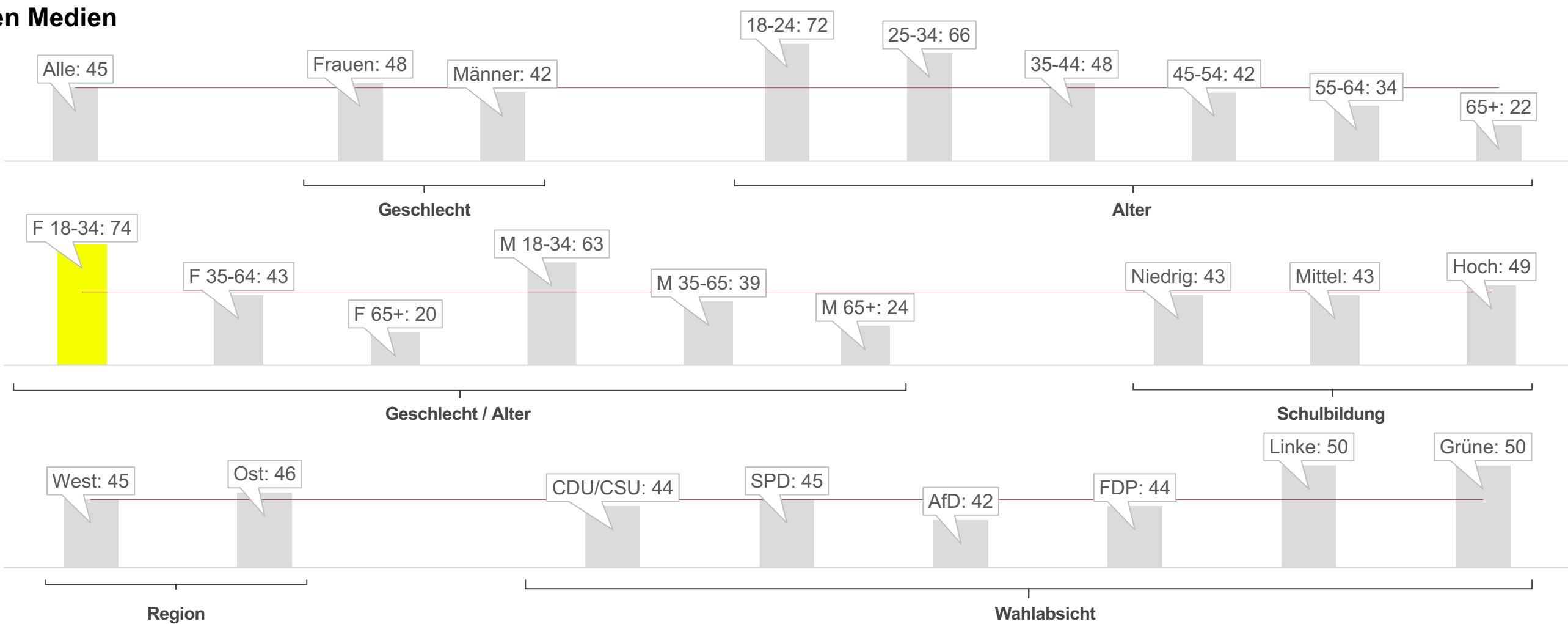
Hasskommentare in Sozialen Medien

■ (sehr) häufig wahrgenommen

— Durchschnitt

Basis: alle wahlberechtigten
Internetnutzer:innen.

Angaben in Prozent.

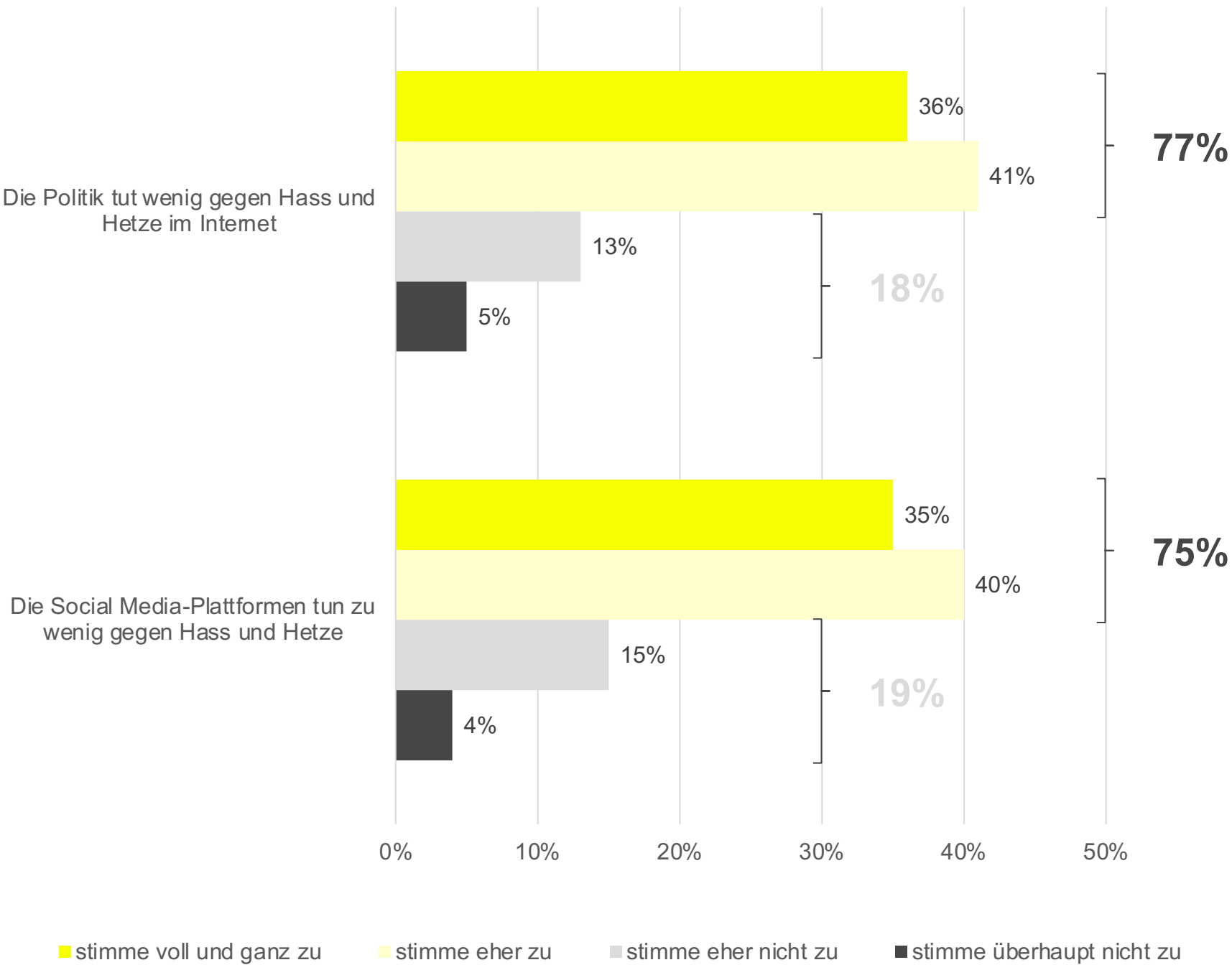


Problemwahrnehmung

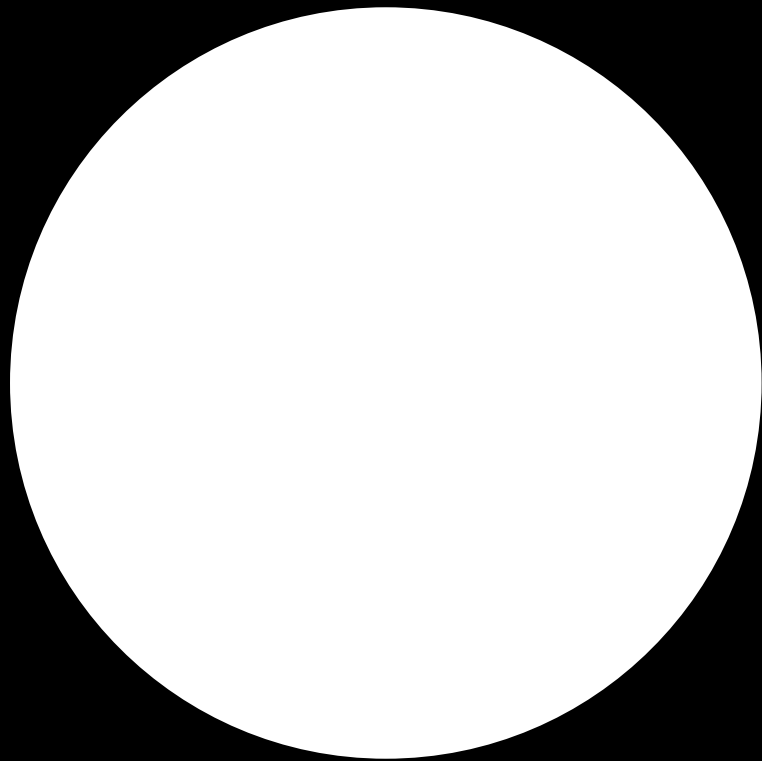
Stärkeres Vorgehen gegen Hass und Hetze wird im gleichen Maße von Plattformen wie von Politik erwartet

Verantwortung / Regulierung

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen jeweils zu?



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



02

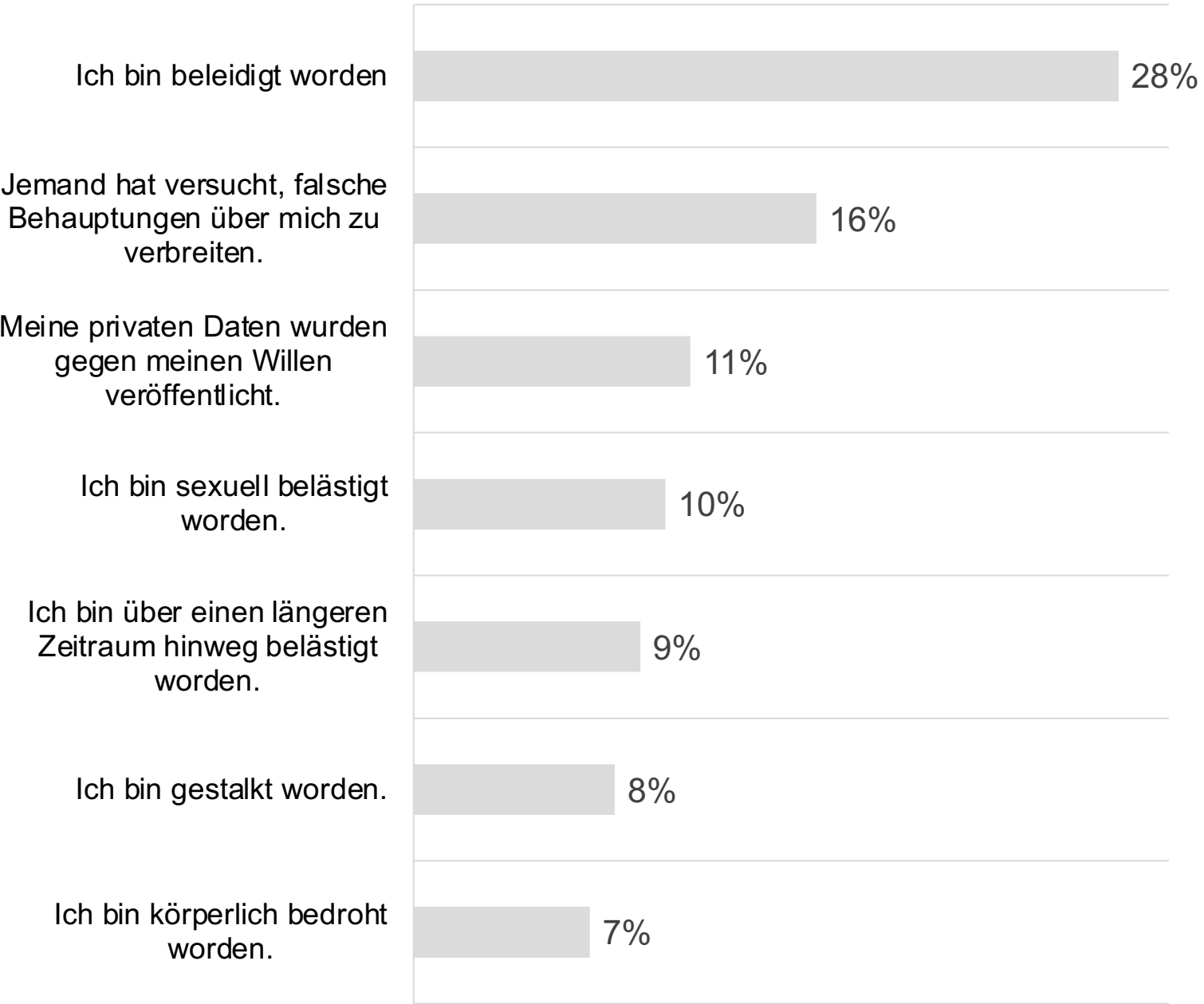
Betroffenheit und Erfahrungen

Betroffenheit und Erfahrungen

Jede:r vierte Internetnutzer:in wurde bereits in Sozialen Medien beleidigt, jede:r Zehnte sexuell belästigt.

Erfahrung mit Hass in Sozialen Medien

Welche der folgenden Dinge sind Ihnen schon persönlich in Sozialen Medien widerfahren?

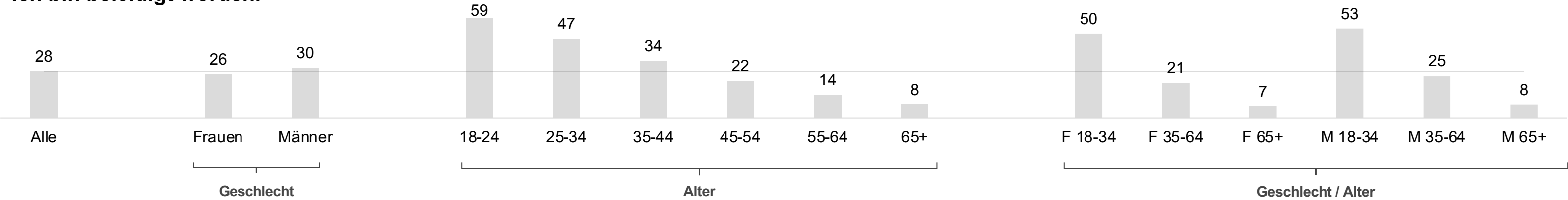


■ Ja, das ist mir in den sozialen Medien schon passiert

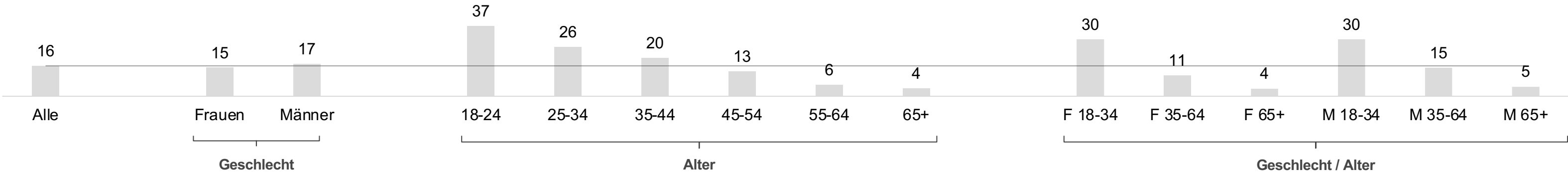
Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.

Beleidigungen sind am weitesten verbreitet und treffen am ehesten Jüngere.

Ich bin beleidigt worden.



Jemand hat versucht, falsche Behauptungen über mich zu verbreiten.

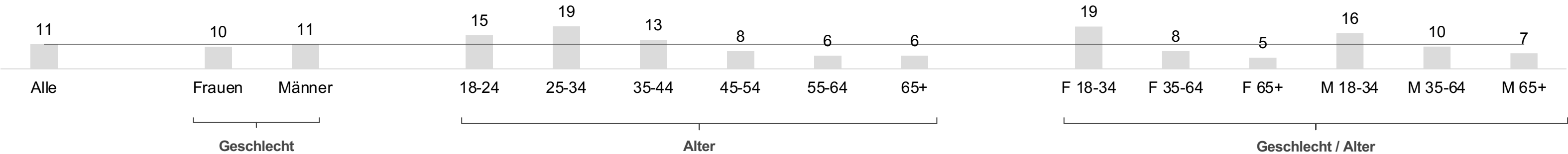


Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen. Angaben in Prozent.

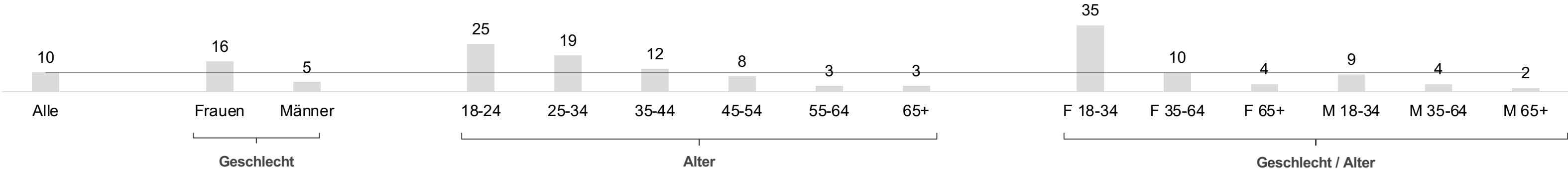
Betroffenheit und Erfahrungen

Jede dritte Frau zwischen 18 und 34 Jahren wurde bereits in Sozialen Medien sexuell belästigt.

Meine privaten Daten wurden gegen meinen Willen veröffentlicht.



Ich bin sexuell belästigt worden.

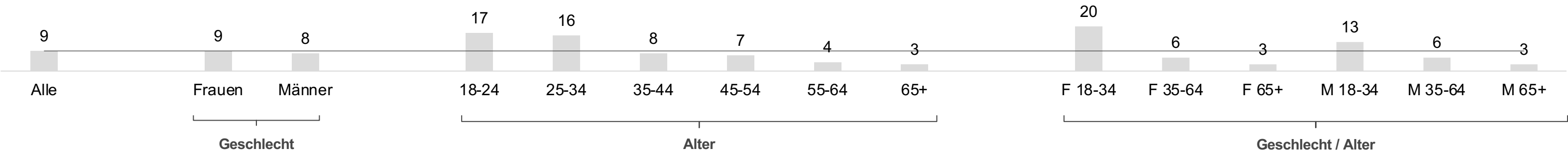


Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen. Angaben in Prozent.

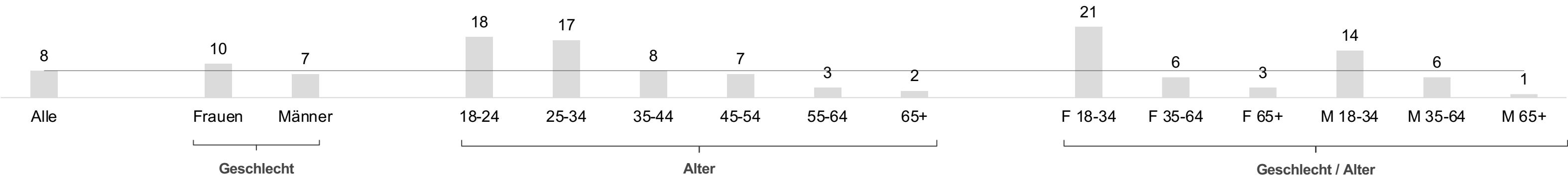
Betroffenheit und Erfahrungen

Auch Belästigung über einen längeren Zeitraum hinweg und Stalking in Sozialen Medien trifft vor allem junge Frauen.

Ich bin über einen längeren Zeitraum hinweg belästigt worden.



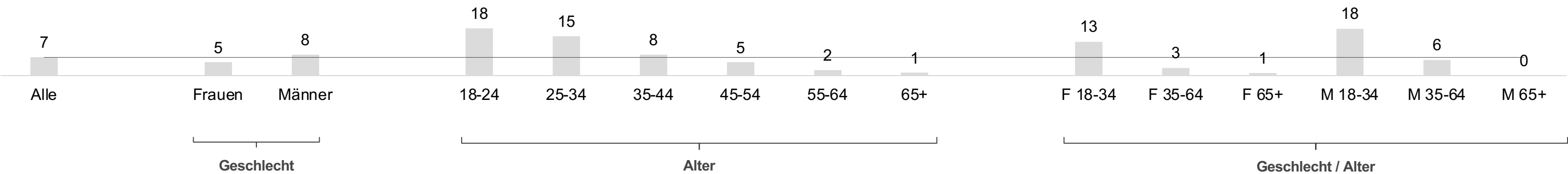
Ich bin gestalkt worden.



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen. Angaben in Prozent.

Körperliche Bedrohungen in Sozialen Medien richten sich häufiger gegen junge Männer.

Ich bin körperlich bedroht worden.



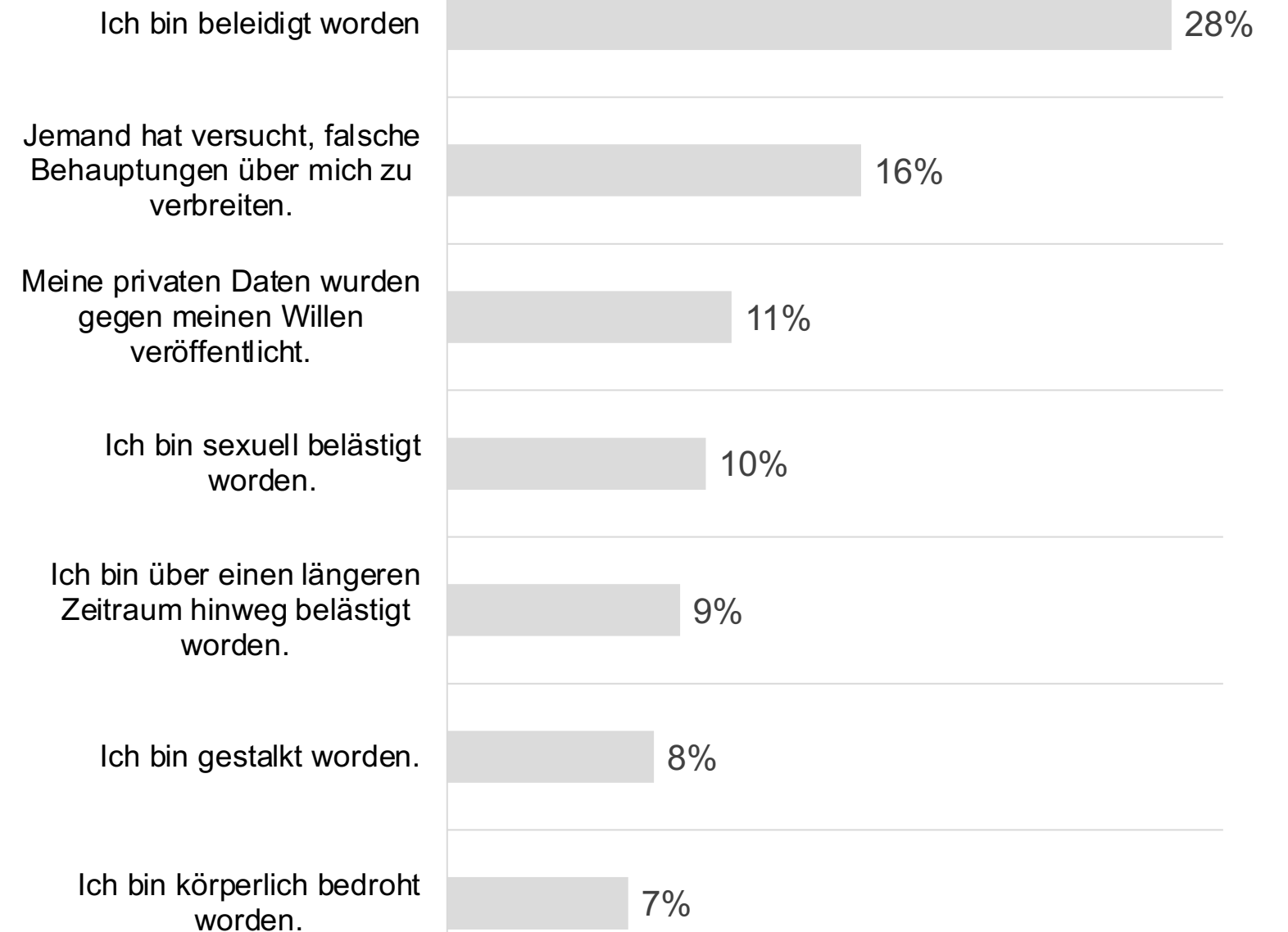
Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen. Angaben in Prozent.

Betroffenheit und Erfahrungen

38 Prozent aller Internetnutzer:innen waren bereits von mindestens einer Form von Hass in Sozialen Medien betroffen.

38% haben mind. eine Form von Hass in Sozialen Medien persönlich erlebt.

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.

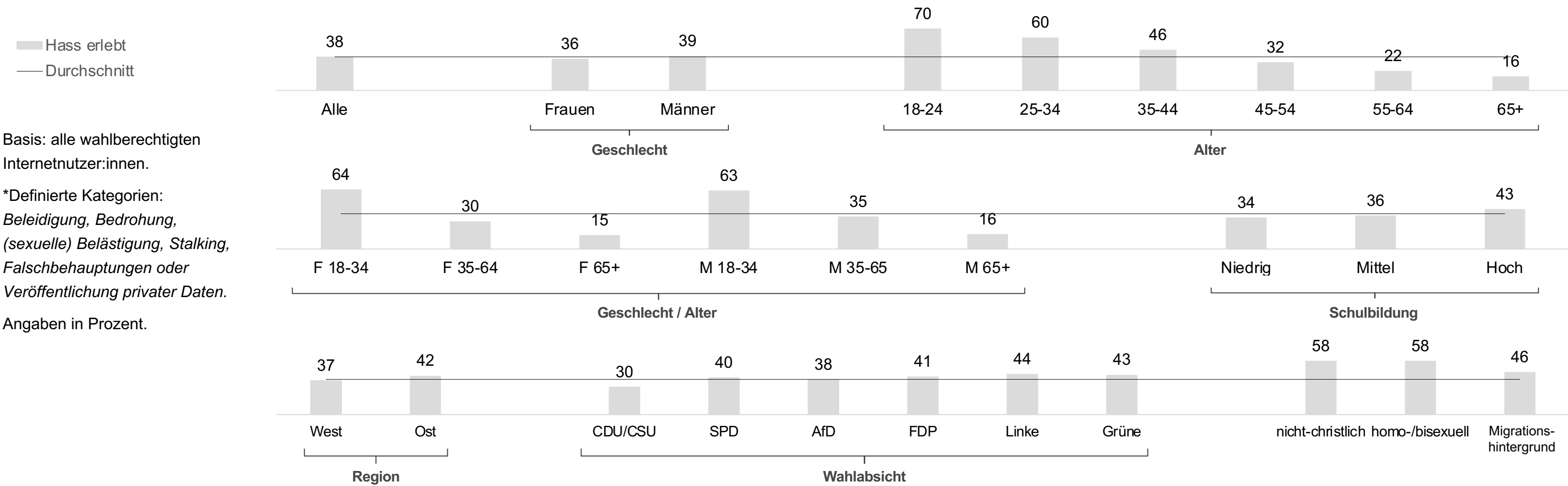


■ Ja, das ist mir in den sozialen Medien schon passiert

Betroffenheit und Erfahrungen

Jüngere und Minderheiten wie Menschen mit Migrationshintergrund oder Homo-/Bisexuelle überdurchschnittlich häufig betroffen.

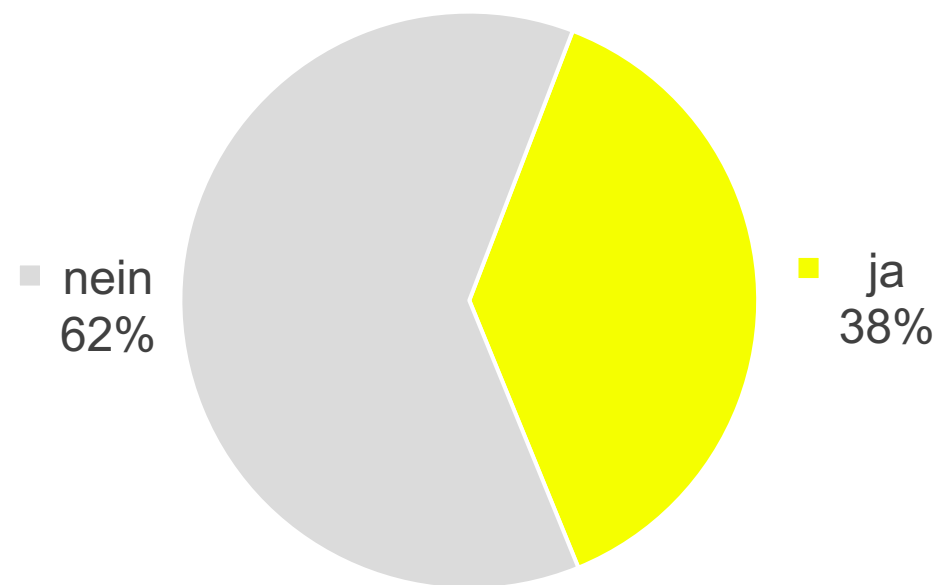
Haben mind. eine Form von Hass* in Sozialen Medien persönlich erlebt.



Wahrgenommene Gründe für den erlebten Hass sind am häufigsten politische Ansichten oder das eigene Geschlecht.

Erfahrung mit Hass in Sozialen Medien

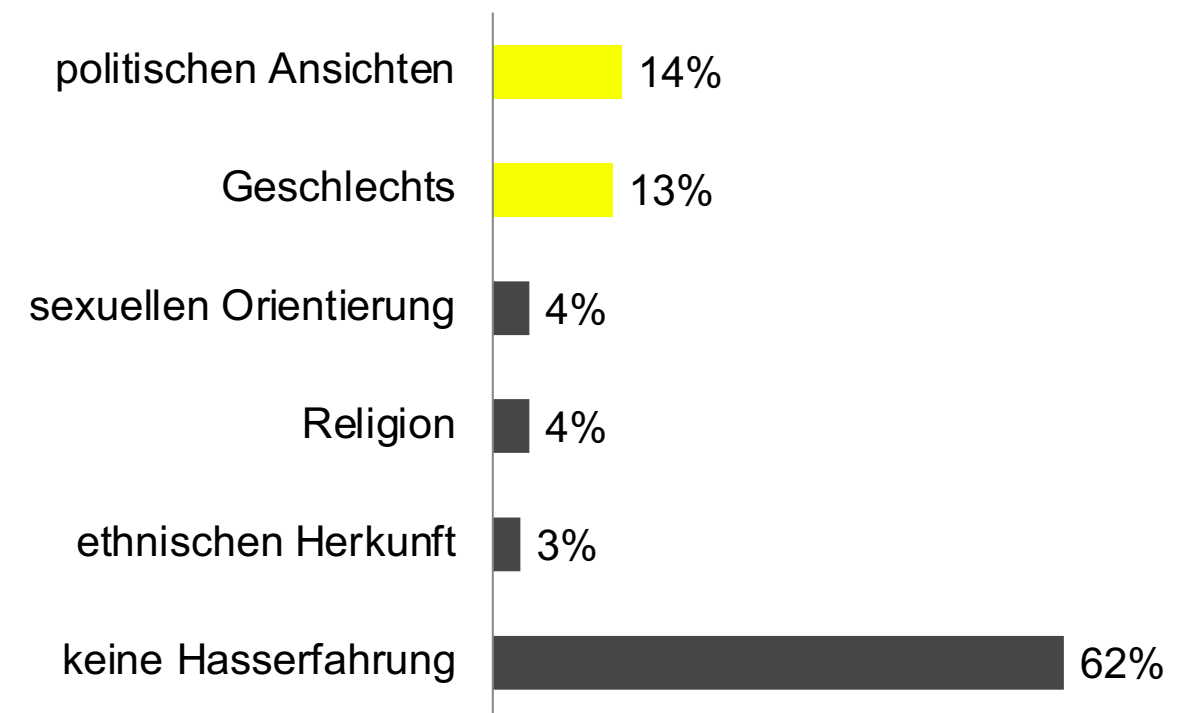
bereits persönlich Opfer von Hass in Sozialen Medien gewesen



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

Warum?

Glauben Sie, dass Ihnen dies in Sozialen Medien passiert ist aufgrund Ihrer/Ihres ... ?

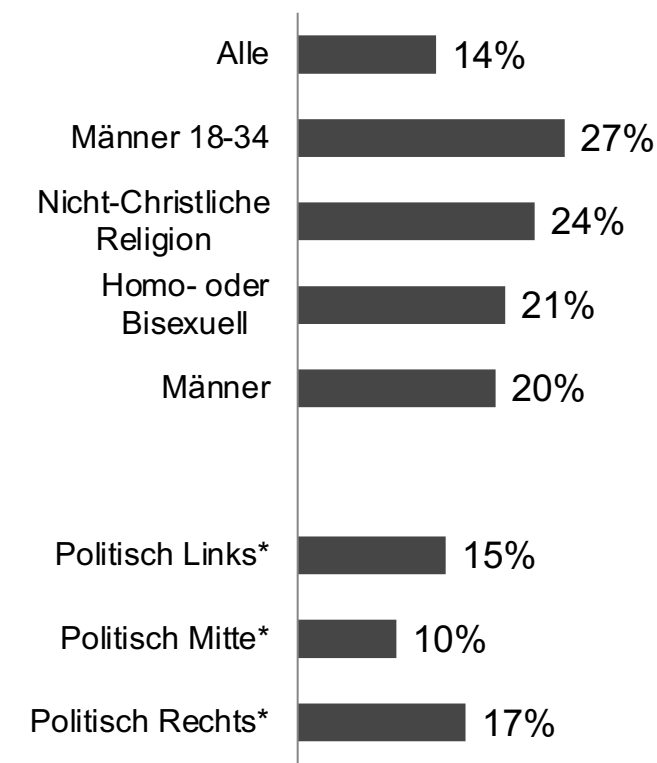


Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

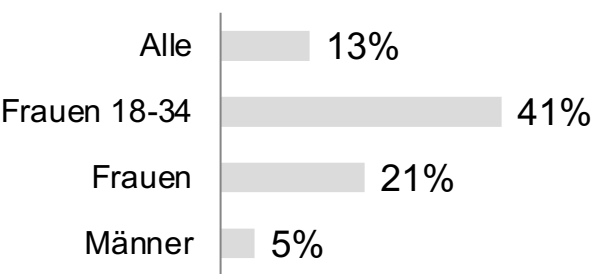
Mehrfachangaben möglich.

Wahrgenommene Gründe für erlebten Hass variieren dabei stark zwischen verschiedenen Gruppen.

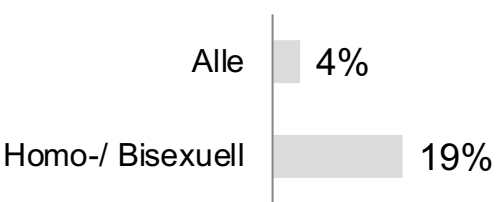
Hass in Sozialen Medien aufgrund **politischer Ansichten** erlebt:



Hass in Sozialen Medien aufgrund **ihres Geschlechts** erlebt:



Hass in Sozialen Medien aufgrund der **sexuellen Orientierung** erlebt:



Hass in Sozialen Medien aufgrund der **Religion** erlebt:



Hass in Sozialen Medien aufgrund des **ethnischen Hintergrunds** erlebt:



Lesebeispiel: 41 Prozent aller Internetnutzerinnen zwischen 18 und 34 Jahren haben bereits Hass in Sozialen Medien aufgrund Ihres Geschlechts erfahren. Jede:r zehnte Internetnutzer:in mit Migrationshintergrund wurde bereits Opfer von Hass im Netz aufgrund seines:ihres ethnischen Hintergrunds.

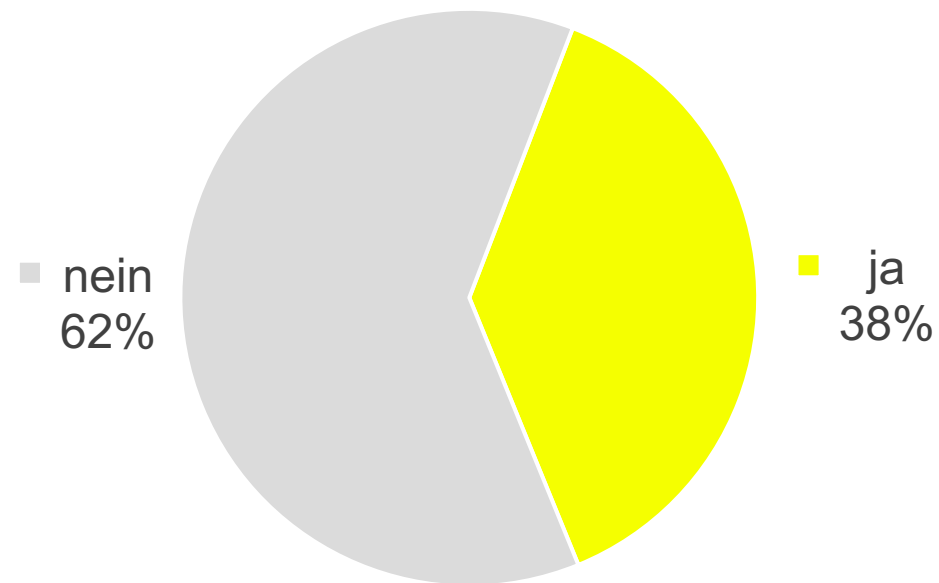
Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
*Polit. Selbstverortung auf einer Links-Rechts-Skala von 0-10. Gruppierte Werte: 0-4 = Links, 5 = Mitte, 6-10 = Rechts.

Betroffenheit und Erfahrungen

„Tatorte“ von Hass: am häufigsten Facebook, gefolgt von Instagram

Erfahrung mit Hass in Sozialen Medien

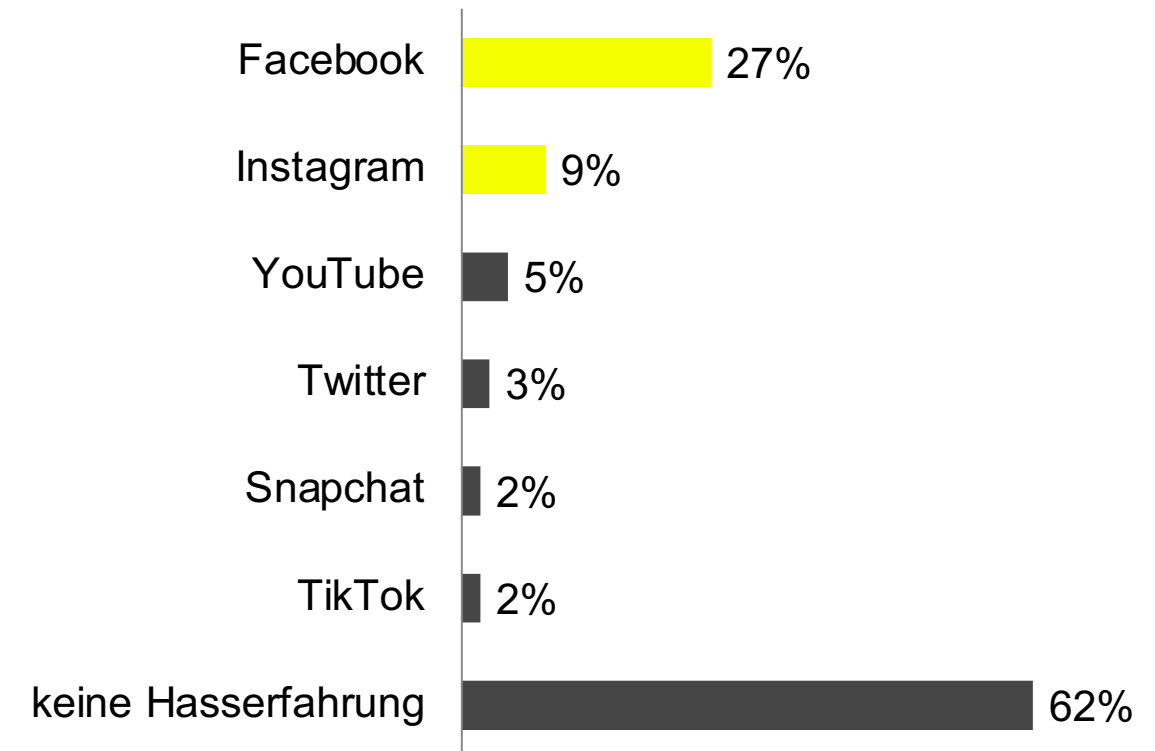
bereits persönlich Opfer von Hass in Sozialen Medien gewesen



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

Wo?

In welchen Sozialen Medien haben Sie eine solche Erfahrung gemacht?



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

Mehrfachangaben möglich.

Betroffenheit und Erfahrungen

Bezogen auf die jeweiligen Nutzer:innen der Plattformen: Jede:r dritte Facebook-Nutzer:in machte dort bereits eine Hasserfahrung.

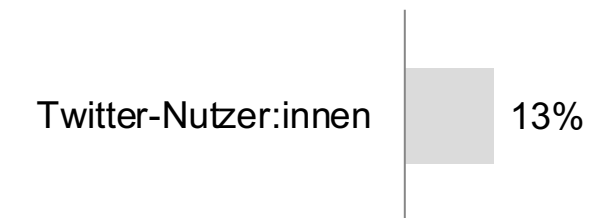
*Hasserfahrung bei **Facebook** gemacht:*



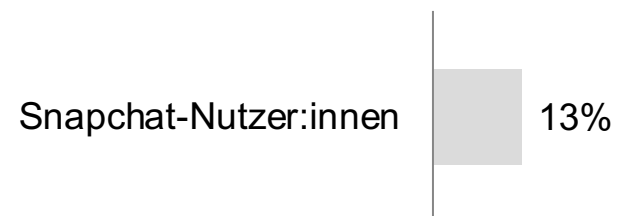
*Hasserfahrung bei **Instagram** gemacht:*



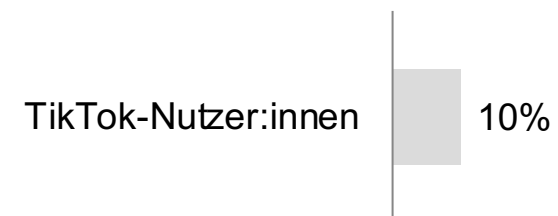
*Hasserfahrung bei **Twitter** gemacht:*



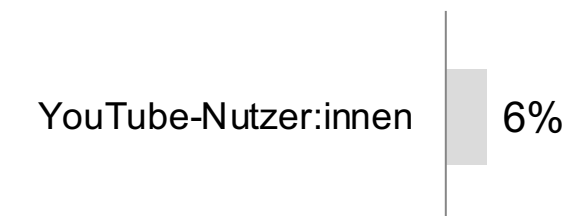
*Hasserfahrung bei **Snapchat** gemacht:*



*Hasserfahrung bei **TikTok** gemacht:*

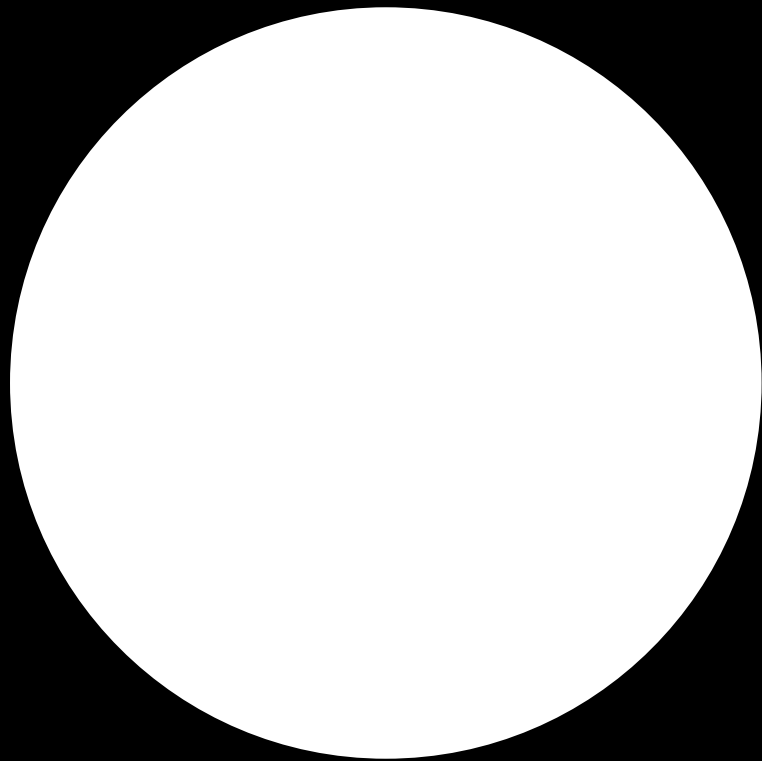


*Hasserfahrung bei **YouTube** gemacht:*



Lesebeispiel: 37 Prozent aller Facebook-Nutzer:innen haben auf der Plattform bereits eine Erfahrung mit Hass gemacht. / Jede:r zehnte TikTok-Nutzer:in hat dort eine Erfahrung mit Hass gemacht.

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.



03

Mögliche Folgen

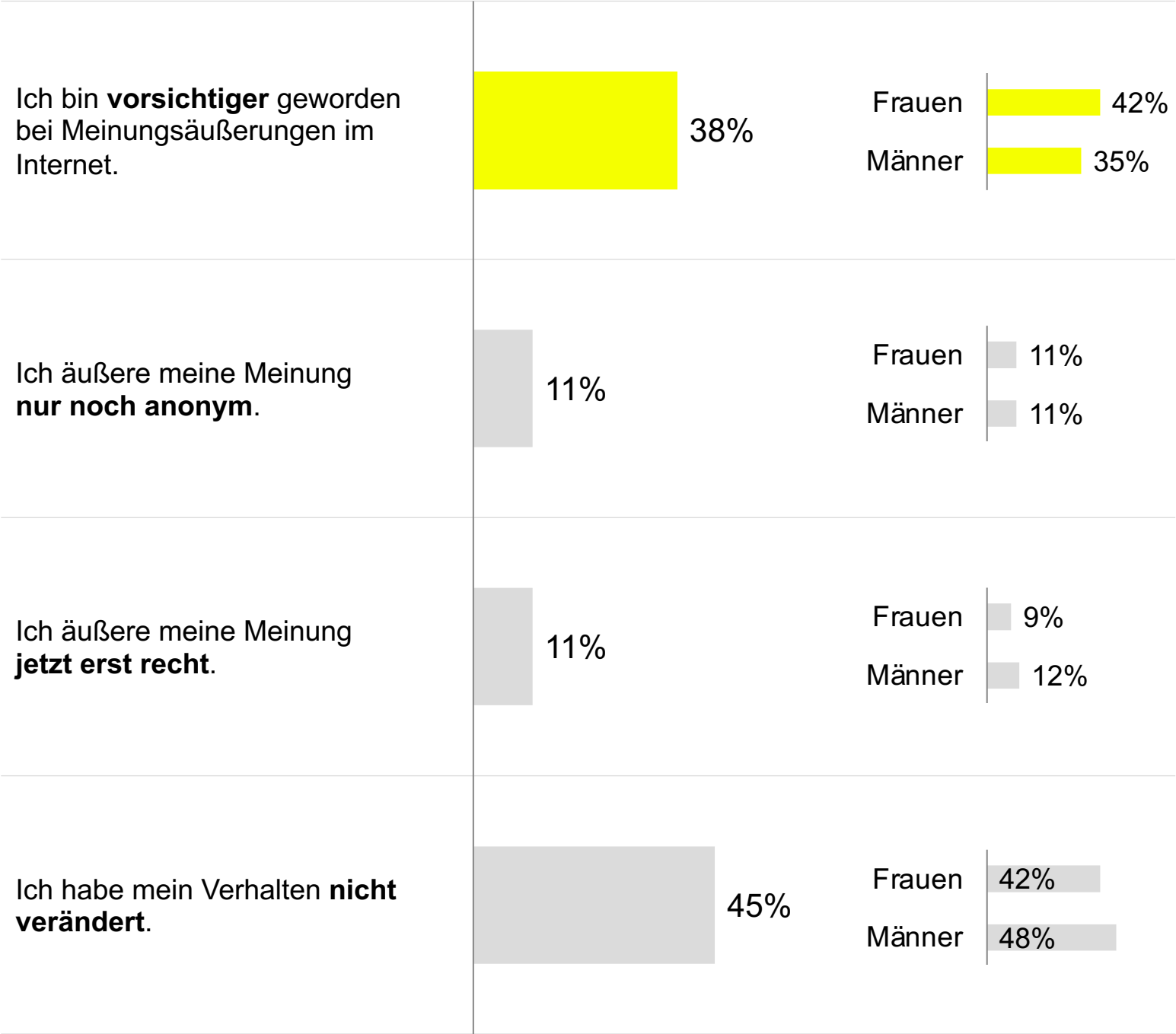
Mögliche Folgen

Rund ein Drittel derjenigen, die Hass erlebt oder beobachtet haben, ist vorsichtiger bei Meinungsäußerungen geworden.

Folgen von Hass in Sozialen Medien

Haben die Hasskommentare, die Sie beobachtet oder selbst erlebt haben, dazu geführt, dass Sie Ihr Verhalten in Bezug auf Meinungsäußerungen im Internet geändert haben?

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen, die Hasskommentare in Sozialen Medien bereits gesehen haben oder selbst Opfer von Hass in Sozialen Medien waren. Mehrfachangaben möglich.



Mögliche Folgen

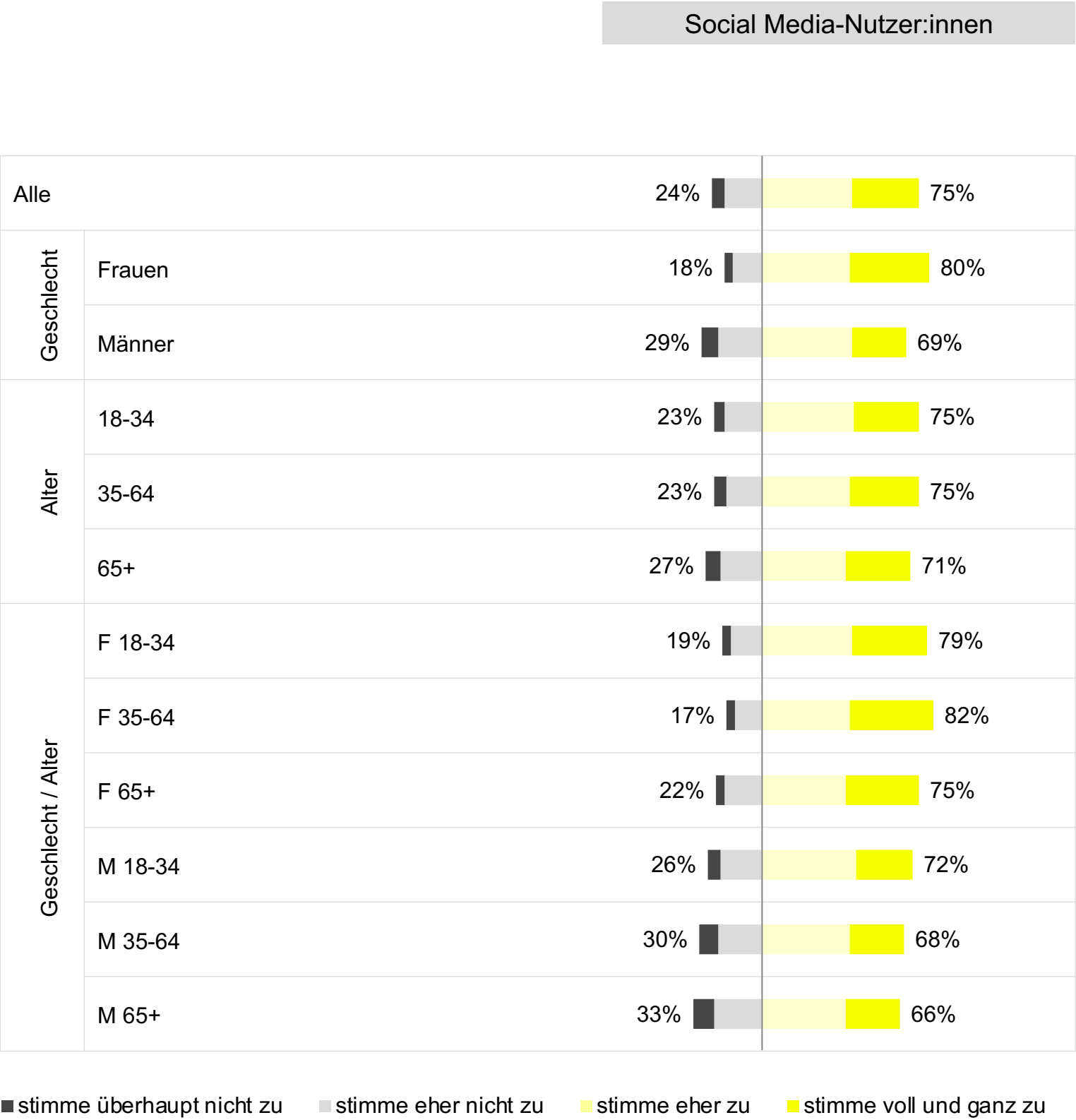
Alters- und geschlechtsunabhängig
hält sich deutliche Mehrheit bei
politischen Diskussionen in Sozialen
Medien lieber zurück.

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über
Soziale Medien jeweils zu?

„Ich halte mich bei Diskussionen über Politik in Sozialen
Medien lieber zurück.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



Mögliche Folgen

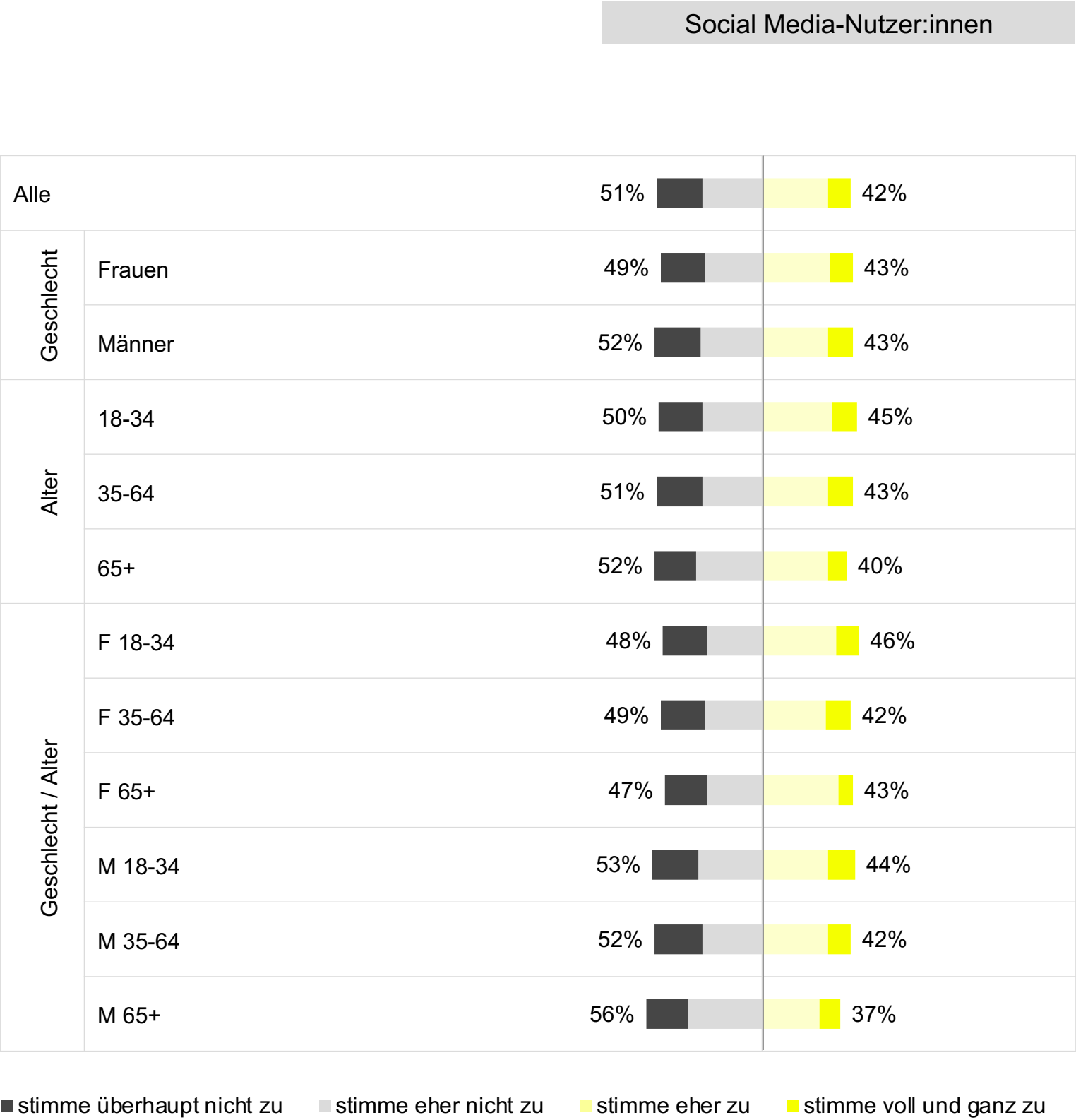
„Politische Korrektheit“ lässt 42 Prozent zögern, die eigene Meinung in Sozialen Netzwerken zu sagen.

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Wegen der politischen Korrektheit, zögere ich manchmal, in Sozialen Medien zu sagen, was ich wirklich denke.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



Mögliche Folgen

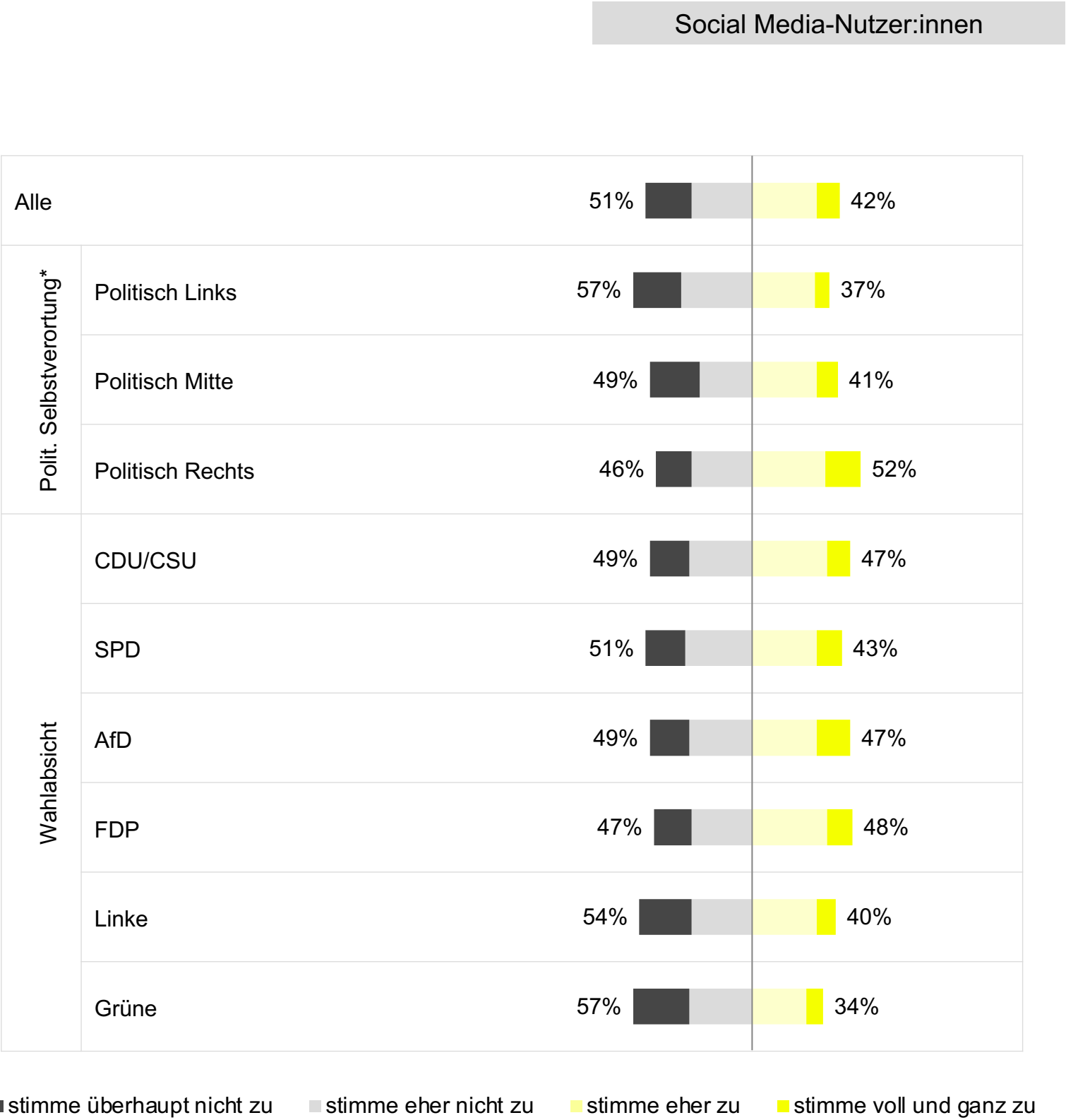
Menschen, die sich politisch eher „rechts“ verorten, fühlen sich durch „politische Korrektheit“ in Sozialen Medien häufiger gehemmt.

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Wegen der politischen Korrektheit, zögere ich manchmal, in Sozialen Medien zu sagen, was ich wirklich denke.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.
*Polit. Selbstverortung auf einer Links-Rechts-Skala von 0-10.
Gruppierte Werte: 0-4 = Links, 5 = Mitte, 6-10 = Rechts.



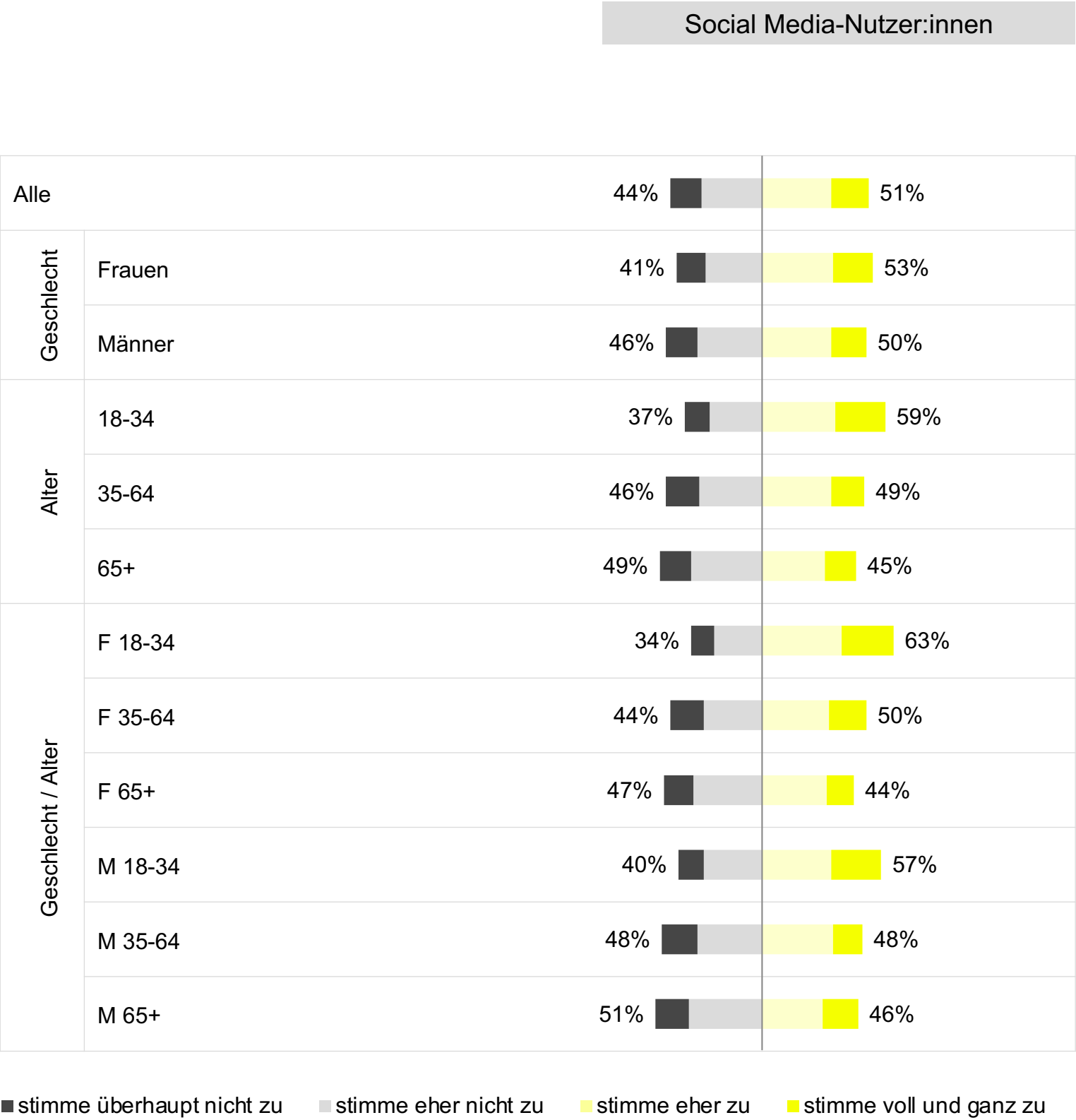
Die Hälfte der Social Media-Nutzer:innen sieht die eigene Psyche durch die Nutzung negativ beeinflusst.

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Es ist nicht gut für mein psychisches Wohlbefinden, viel Zeit in Sozialen Medien zu verbringen.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



Mögliche Folgen

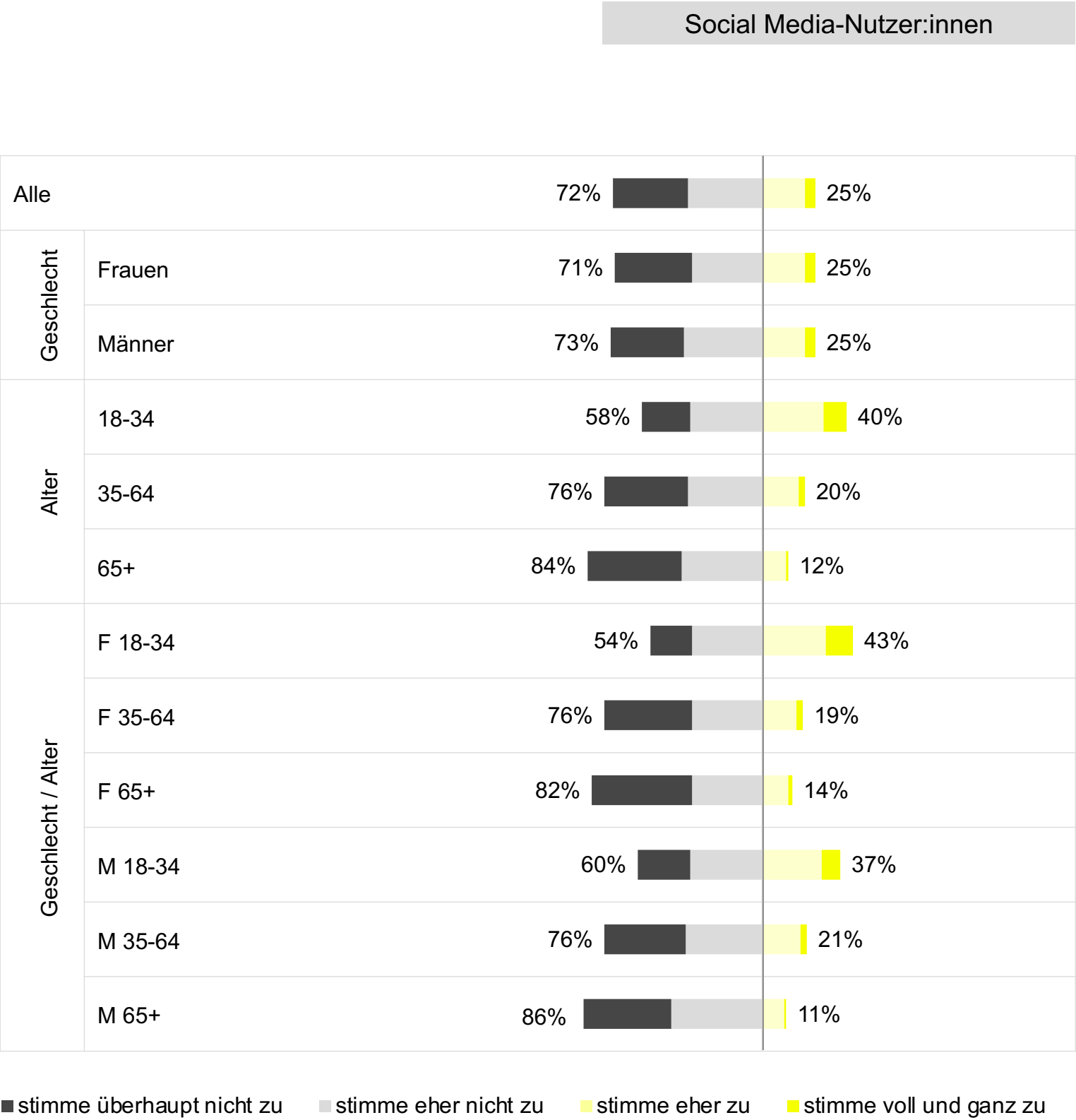
Insbesondere Jüngere würden gerne weniger Zeit in Sozialen Medien verbringen – schaffen es aber (bislang) nicht

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Ich wünschte, ich würde weniger Zeit in Sozialen Medien verbringen, aber ich kann nicht anders.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



Mögliche Folgen

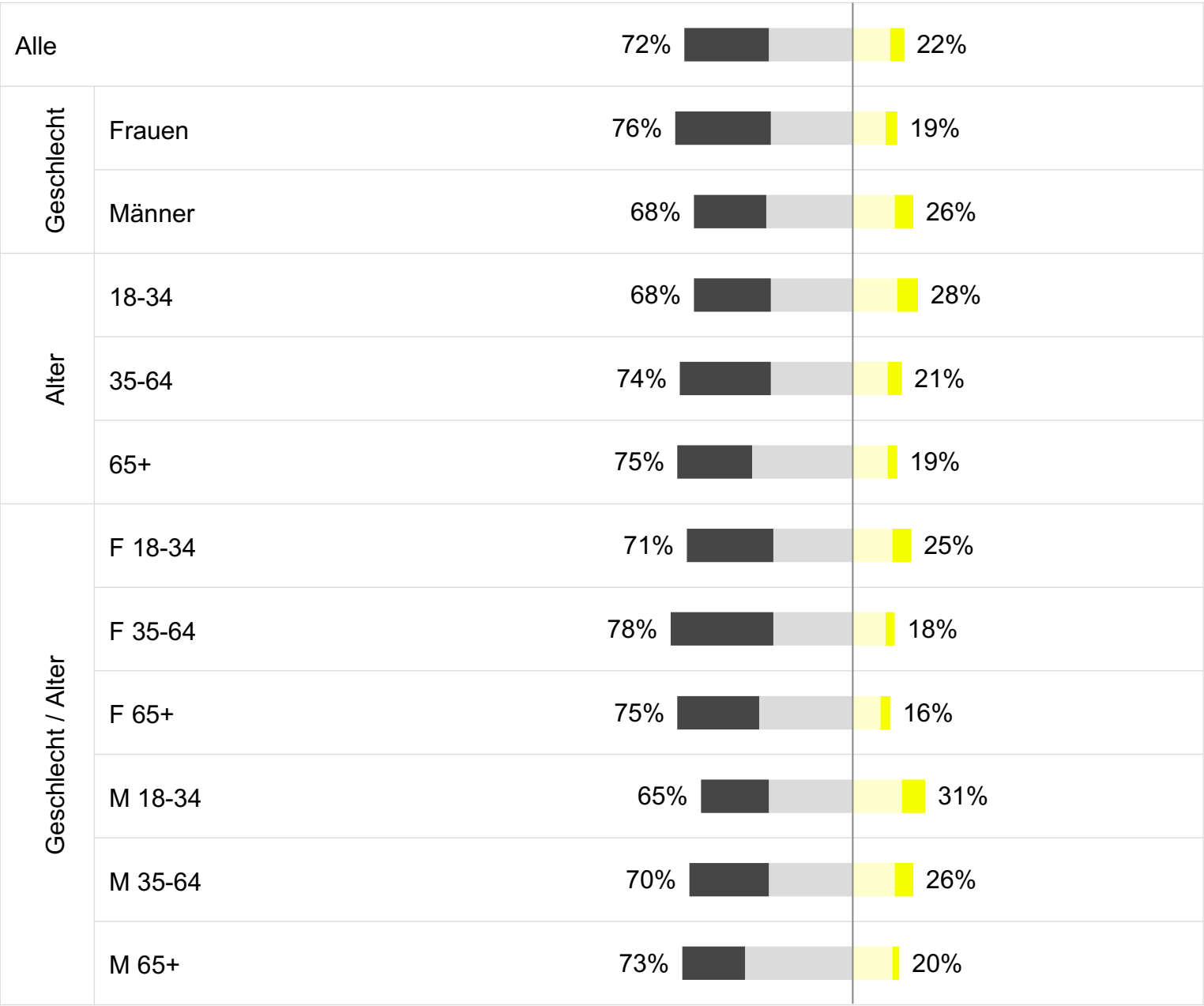
Jede:r fünfte Facebook-Nutzer:in würde sich gerne dort abmelden, will aber den Zugang zu anderen Apps nicht verlieren.

Wahrnehmung Soziale Medien

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Ich würde mich gerne von Facebook abmelden, aber dann würde ich Zugang zu vielen anderen Apps verlieren.“

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



■ stimme überhaupt nicht zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme eher zu ■ stimme voll und ganz zu

04

Spotlight: (Junge) Frauen

Spotlight: (Junge) Frauen

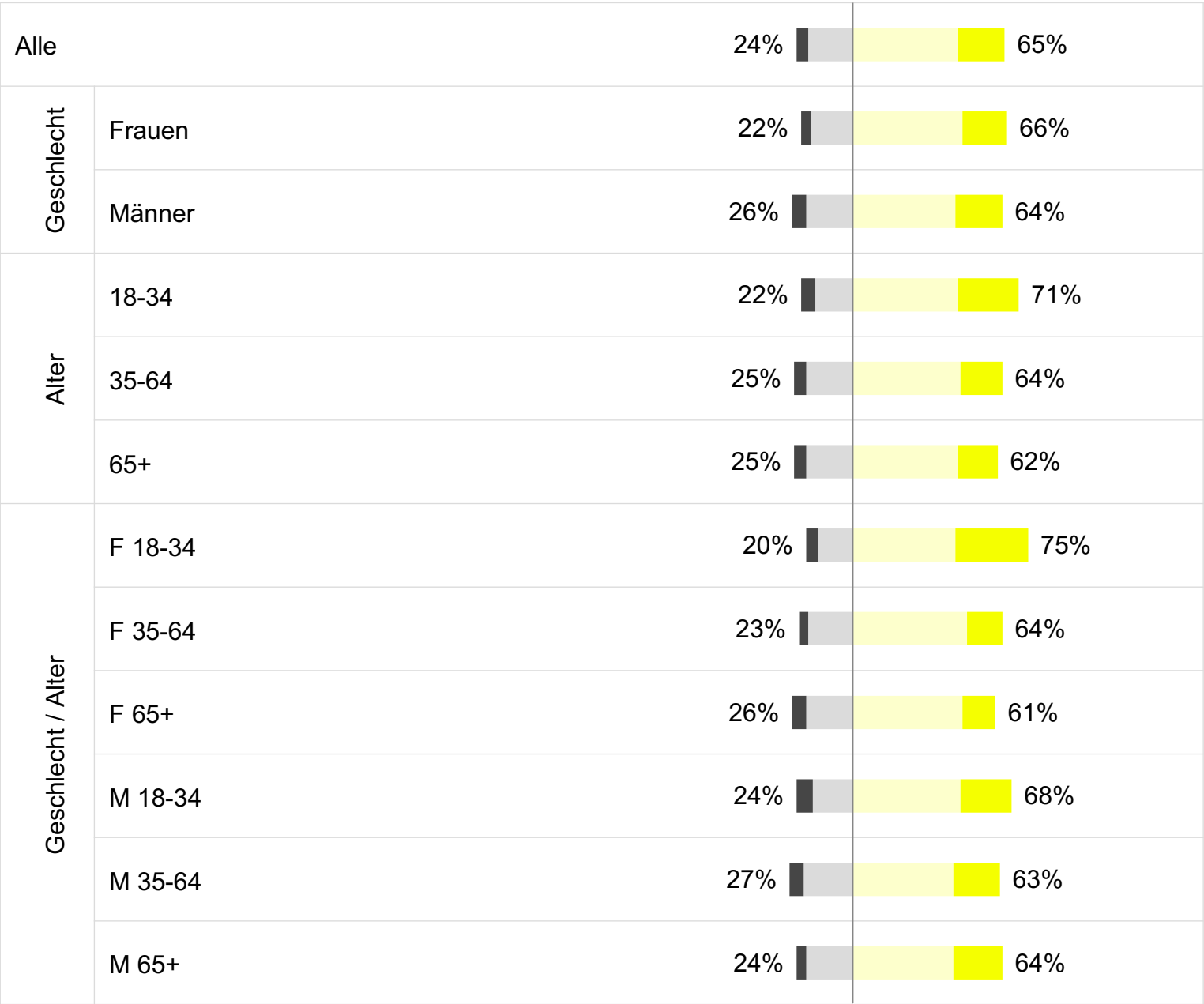
Mehrheit der Internetnutzer:innen sieht Frauen besonders häufig von Anfeindungen in Sozialen Medien betroffen.

Anfeindungen gegen Frauen

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Soziale Medien jeweils zu?

„Frauen sind besonders häufig Opfer von Anfeindungen in Sozialen Medien.“

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Fehlende Werte: weiß nicht.



■ stimme überhaupt nicht zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme eher zu ■ stimme voll und ganz zu

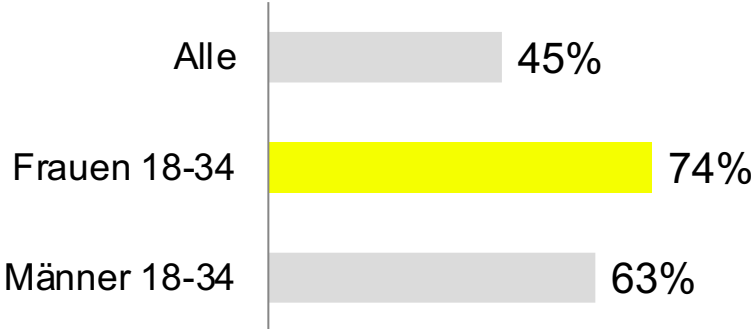
Spotlight: (Junge) Frauen

Junge Frauen sehen Online-Hass häufiger als Problem.

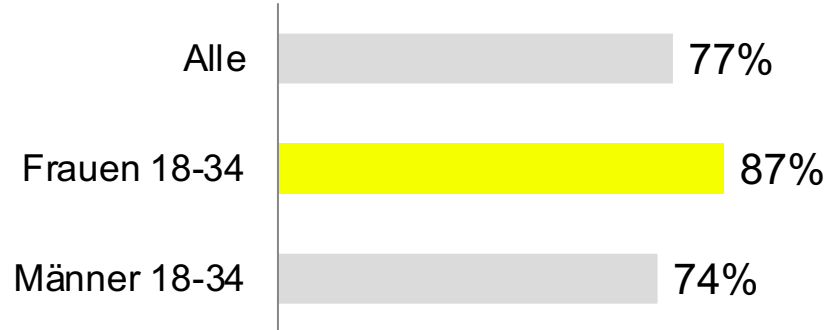
Hasskommentare sind ein eher/sehr großes Problem für die Gesellschaft



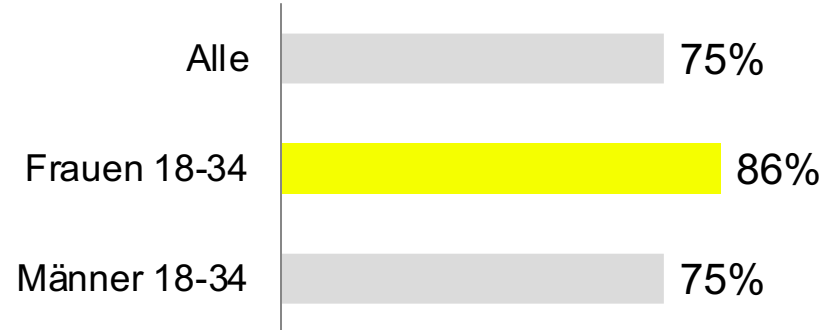
Nehmen Hasskommentare (sehr) häufig wahr:



Politik tut zu wenig gegen Hass/Hetze im Internet:



Social Media-Plattformen tun zu wenig gegen Hass/Hetze :

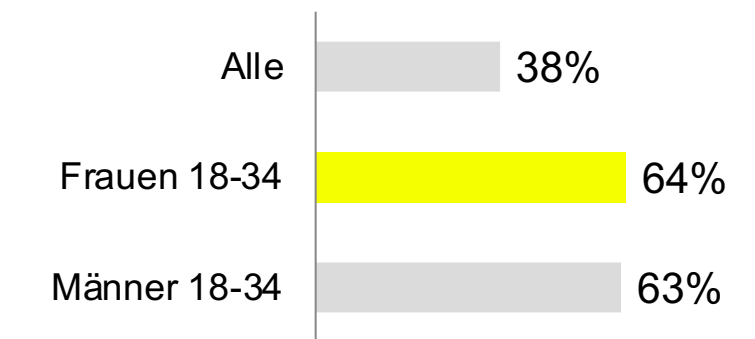


Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

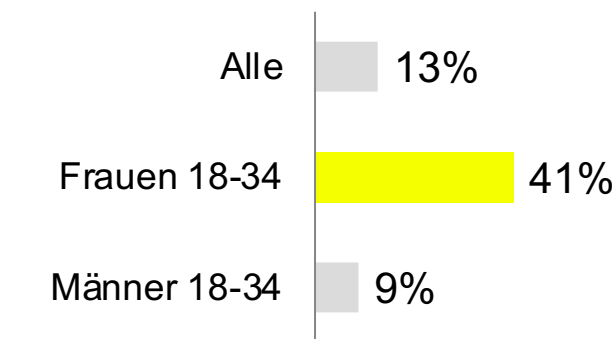
Spotlight: (Junge) Frauen

Junge Frauen sind am häufigsten Opfer von Hass in Sozialen Medien.

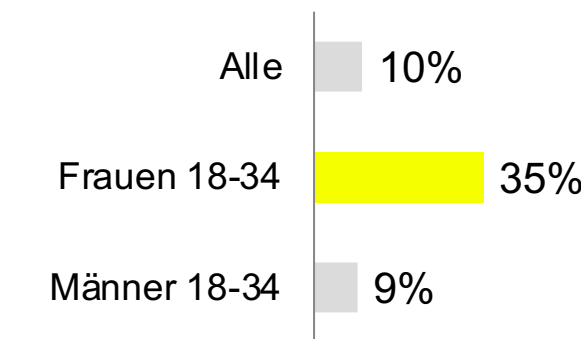
Hasserfahrung in Sozialen Medien gemacht:



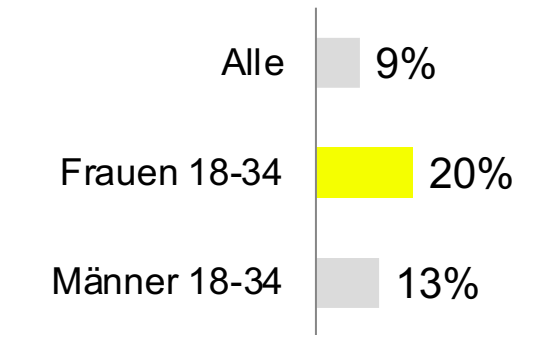
Hasserfahrung in Sozialen Medien aufgrund des Geschlechts gemacht:



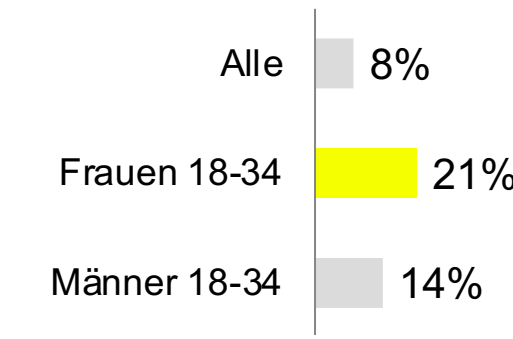
Wurden in Sozialen Medien sexuell belästigt:



Wurden in Sozialen Medien über einen längeren Zeitraum hinweg belästigt:



Wurden in Sozialen Medien gestalkt:

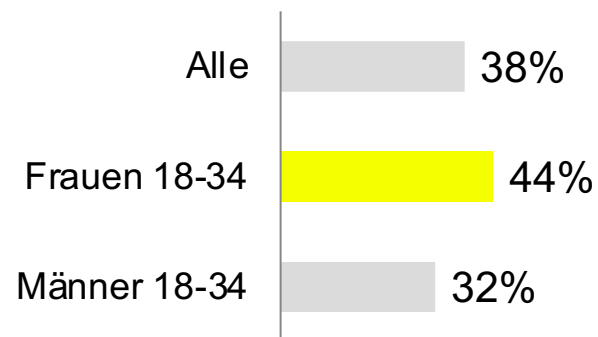


Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.

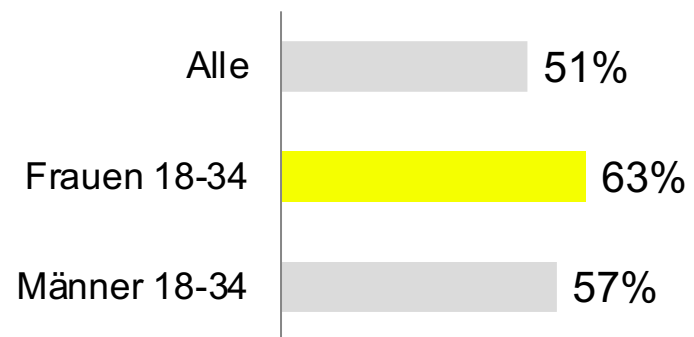
Spotlight: (Junge) Frauen

Mögliche Folgen: Junge Frauen halten sich nach Hasserfahrung öfter bei Meinungsäußerungen im Internet zurück.

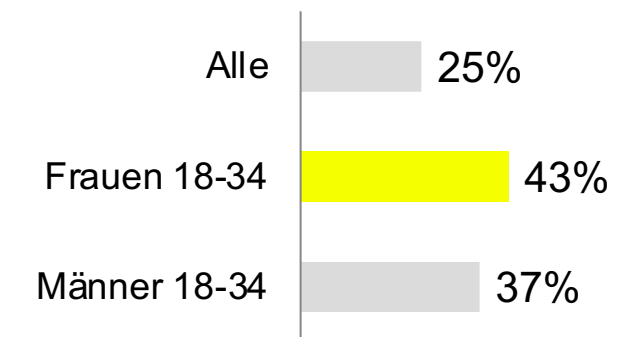
*Sind **vorsichtiger** geworden bei **Meinungsäußerungen** im Internet:**



*Es ist nicht gut für mein **psych. Wohlbefinden**, viel Zeit in Sozialen Medien zu verbringen:***



*Ich wünsche, ich würde **weniger Zeit** in Sozialen Medien verbringen, aber ich kann nicht anders:***



Basis: *alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen, die Hasskommentare in Sozialen Medien bereits gesehen haben oder selbst Opfer von Hass in Sozialen Medien waren

**alle Social Media-Nutzer:innen.

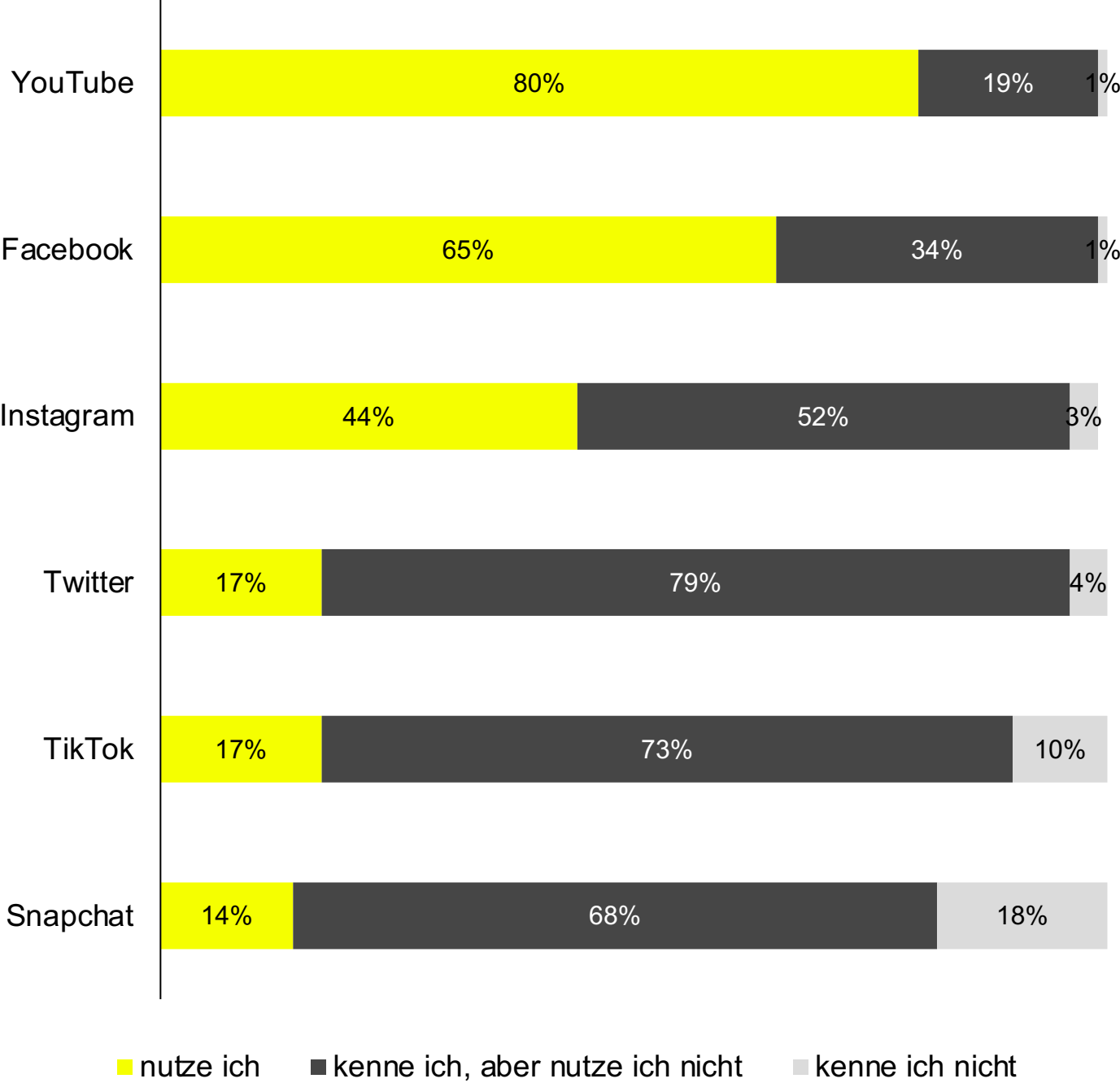
05

Anhang: Nutzung Sozialer Medien

YouTube, Facebook und Instagram sind die meistgenutzten Sozialen Medien.

Nutzung und Bekanntheit Soziale Medien

Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie die folgenden Angebote kennen und nutzen.



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Abweichungen von 100% rundungsbedingt.

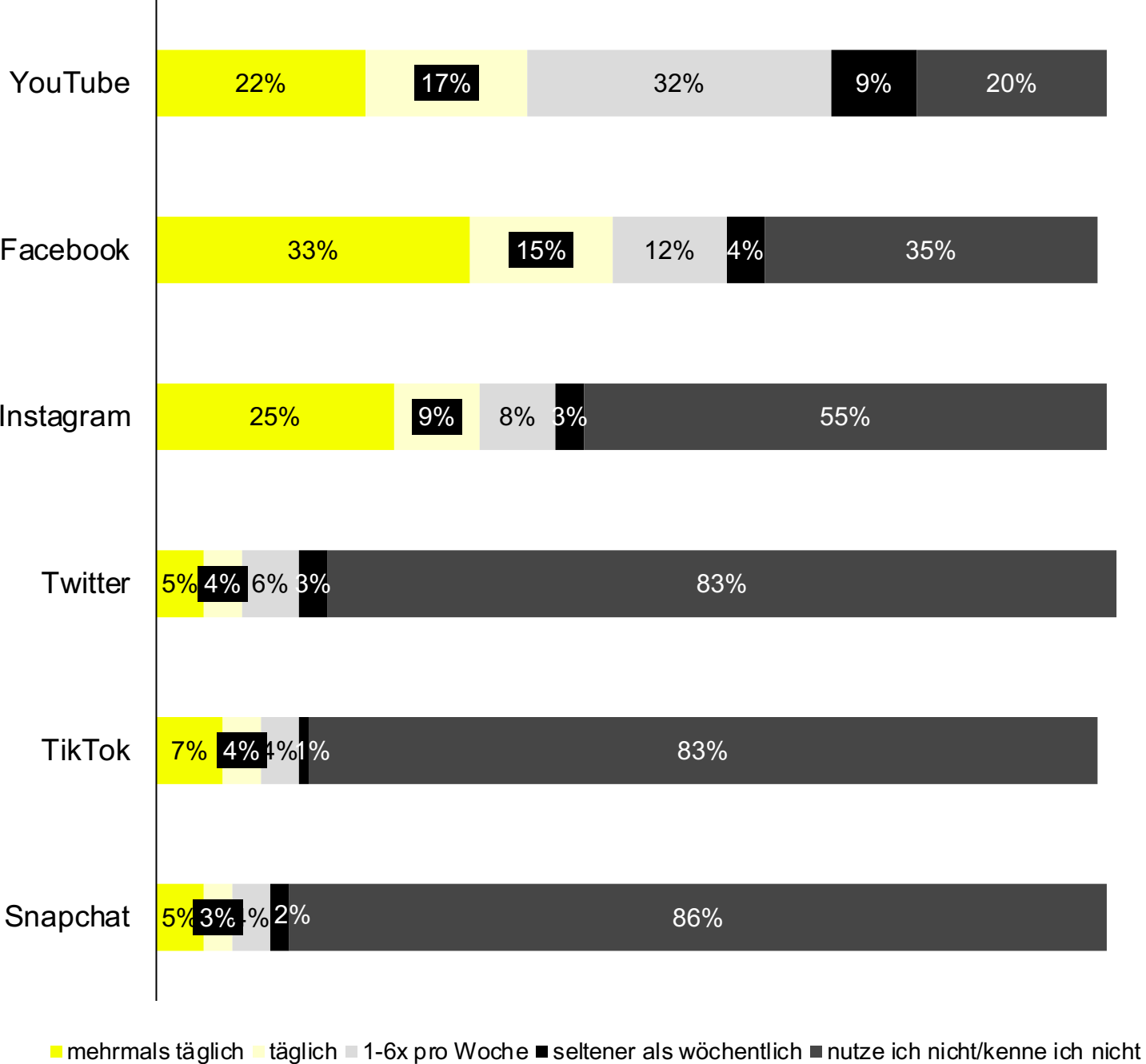
Hoher Anteil sehr aktiver Nutzer:innen: ein Drittel der Internetnutzer:innen nutzt Facebook mehrmals täglich.

Nutzungsintensität Soziale Medien

Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie die folgenden Angebote kennen und nutzen.

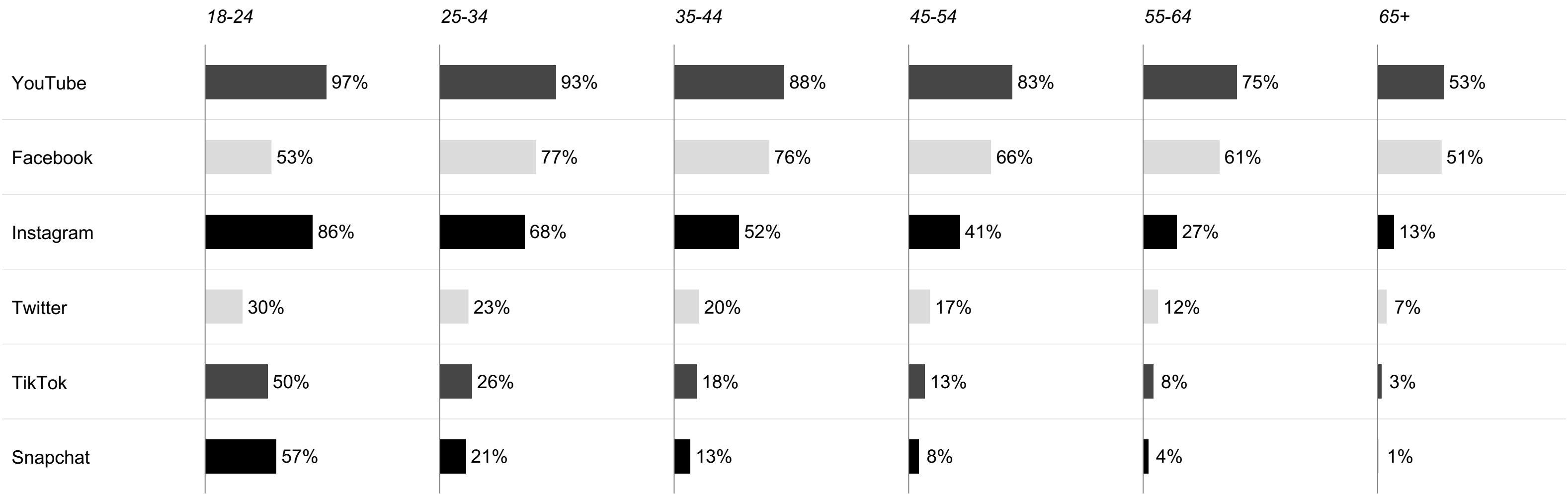
Und wie häufig nutzen oder besuchen Sie diese?

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.
Abweichungen von 100% rundungsbedingt.



Deutliche Nutzungsunterschiede nach Alter

Genutzte Soziale Medien nach Alter:



Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen. Dargestellte Werte; „nutze ich“.

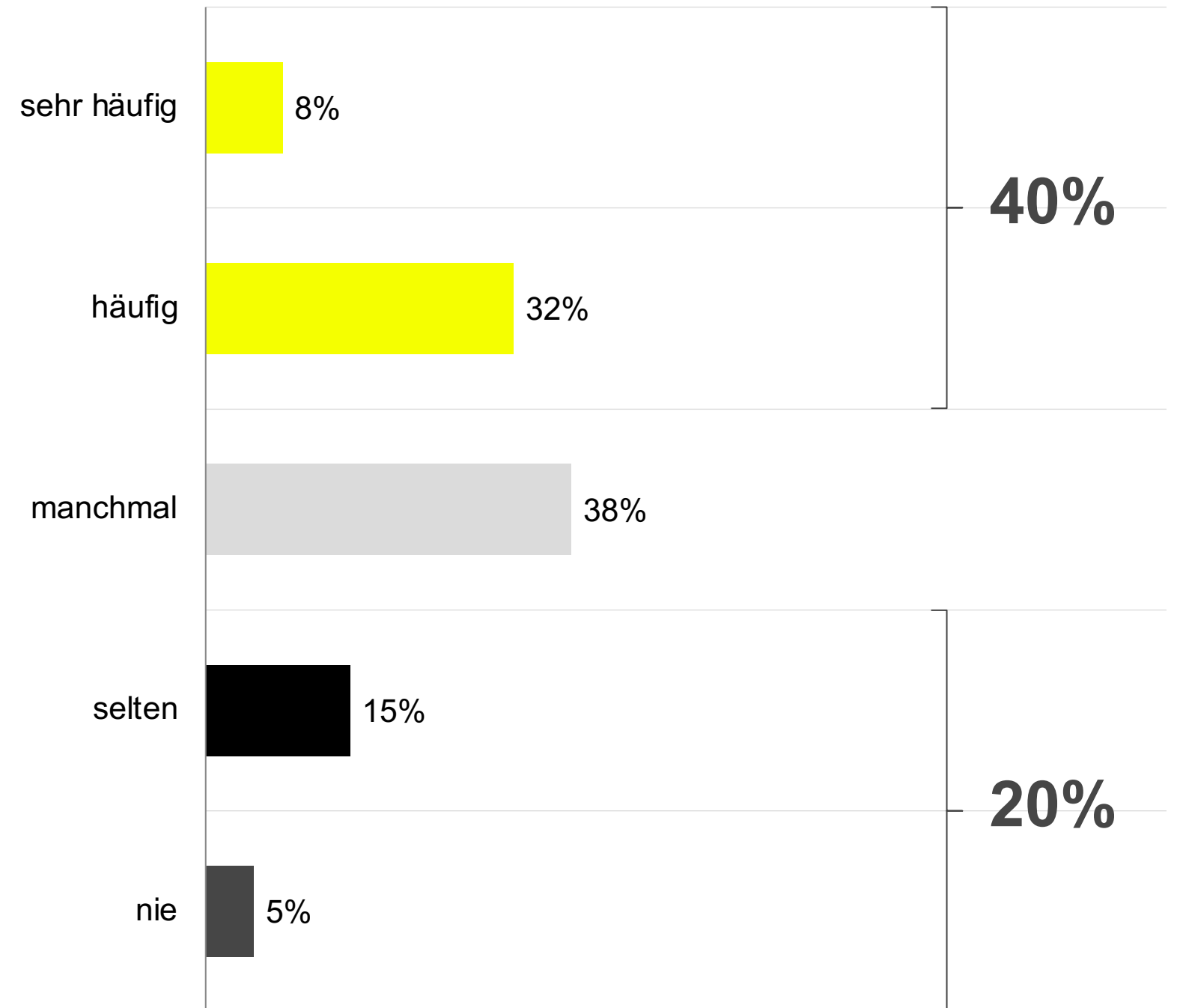
Mehrheit der Social Media-Nutzer:innen stößt dort auch auf politische Inhalte, 40 Prozent sogar häufig bis sehr häufig.

Politik in Sozialen Medien

Wenn Sie einmal an die Beiträge denken, die Ihnen in Sozialen Medien begegnen, wie häufig haben diese einen Bezug zu Politikern, Parteien oder politischen Themen?

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.

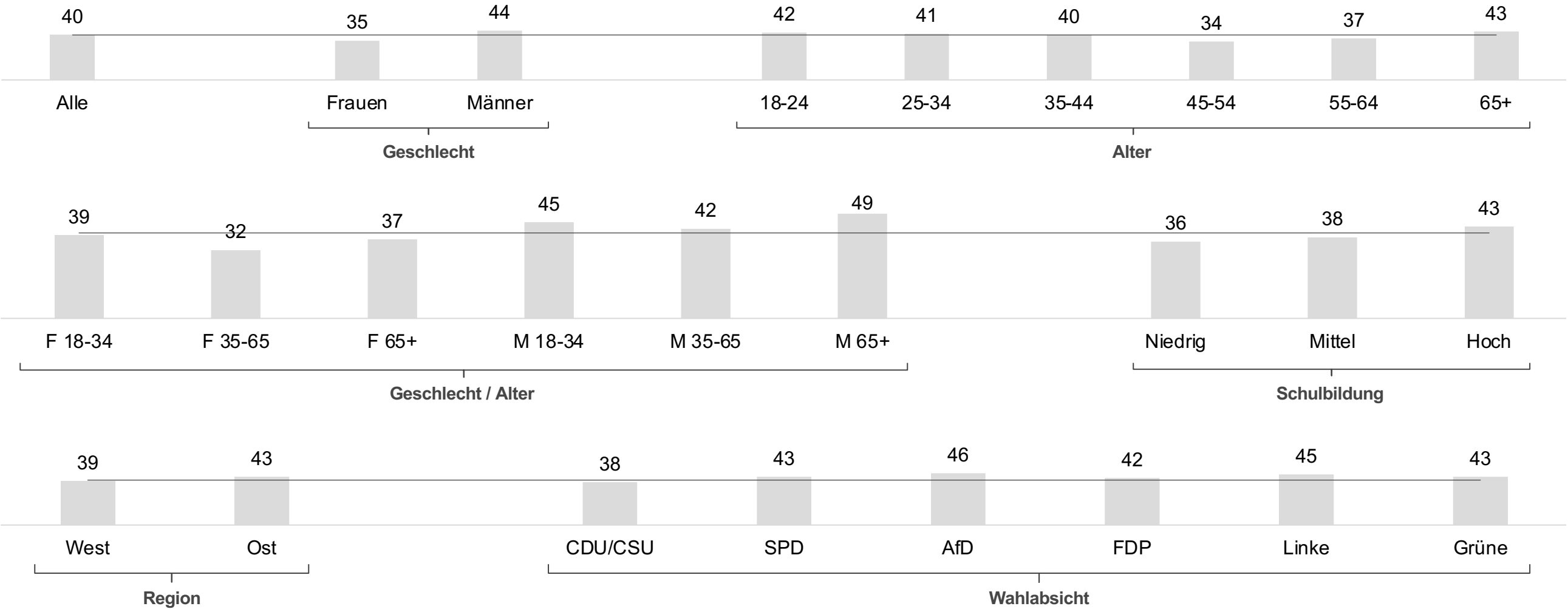
Fehlende Werte: weiß nicht.



Politische Inhalte in Sozialen Medien häufiger von Männern wahrgenommen

■ sieht (sehr) häufig Beiträge
— Durchschnitt

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.
Angaben in Prozent.



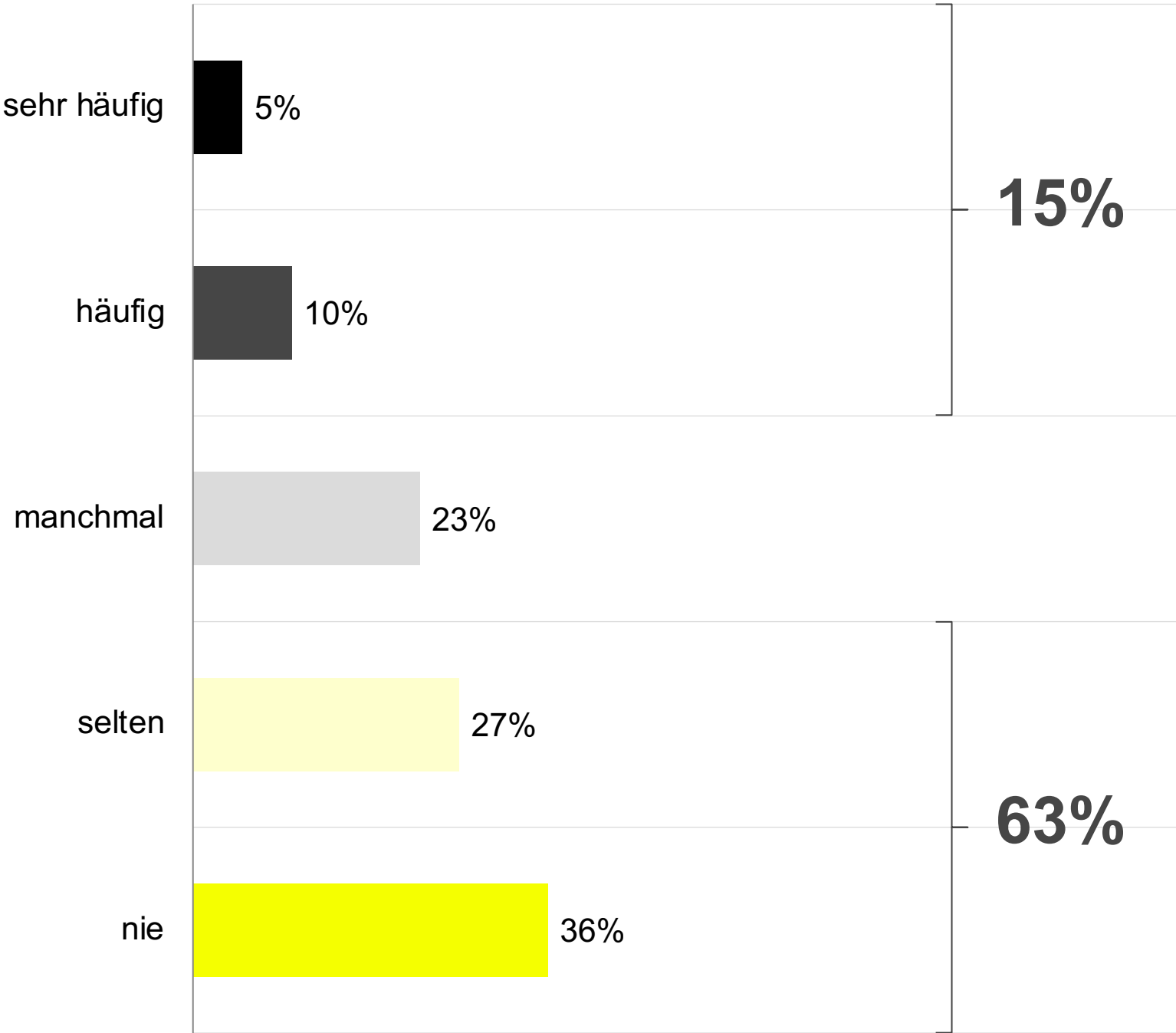
Die Mehrheit beteiligt sich allerdings selten oder nie aktiv bei politischen Themen in Sozialen Medien.

Politik in Sozialen Medien

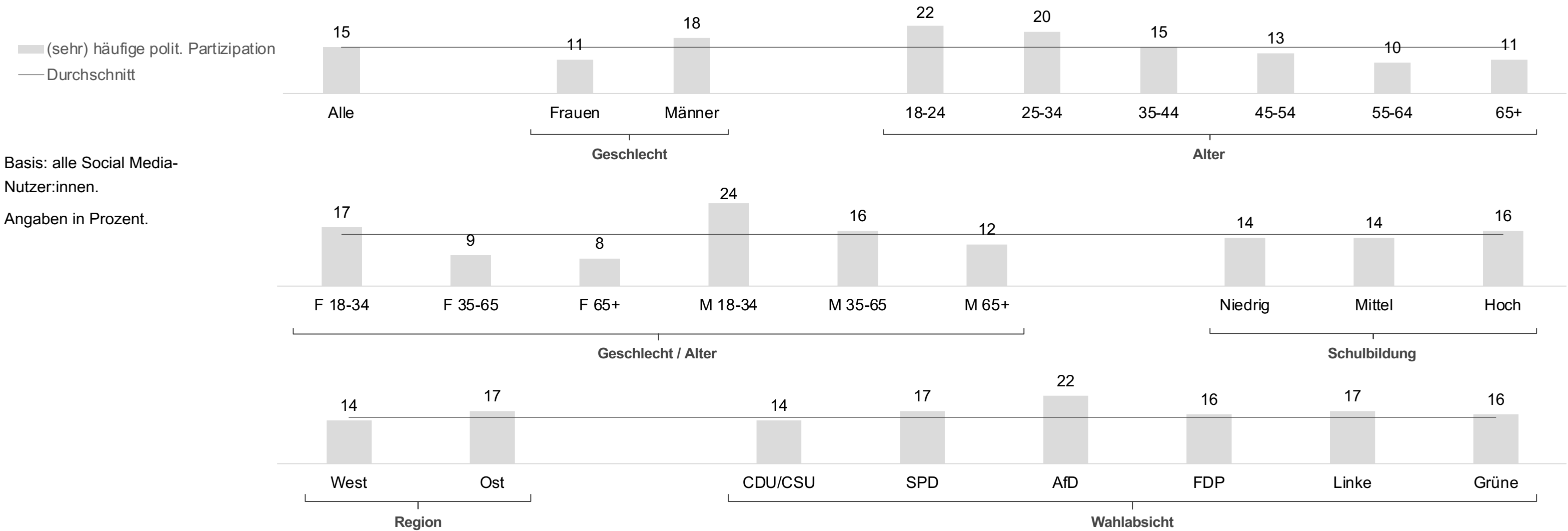
Wie häufig kommt es vor, dass Sie in Sozialen Medien Beiträge zum Thema Politik liken, teilen, kommentieren oder selbst verfassen?

Basis: alle Social Media-Nutzer:innen.

Fehlende Werte: weiß nicht.



Häufiger politisch aktiv in Sozialen Medien: Jüngere, Männer und AfD-Wähler:innen

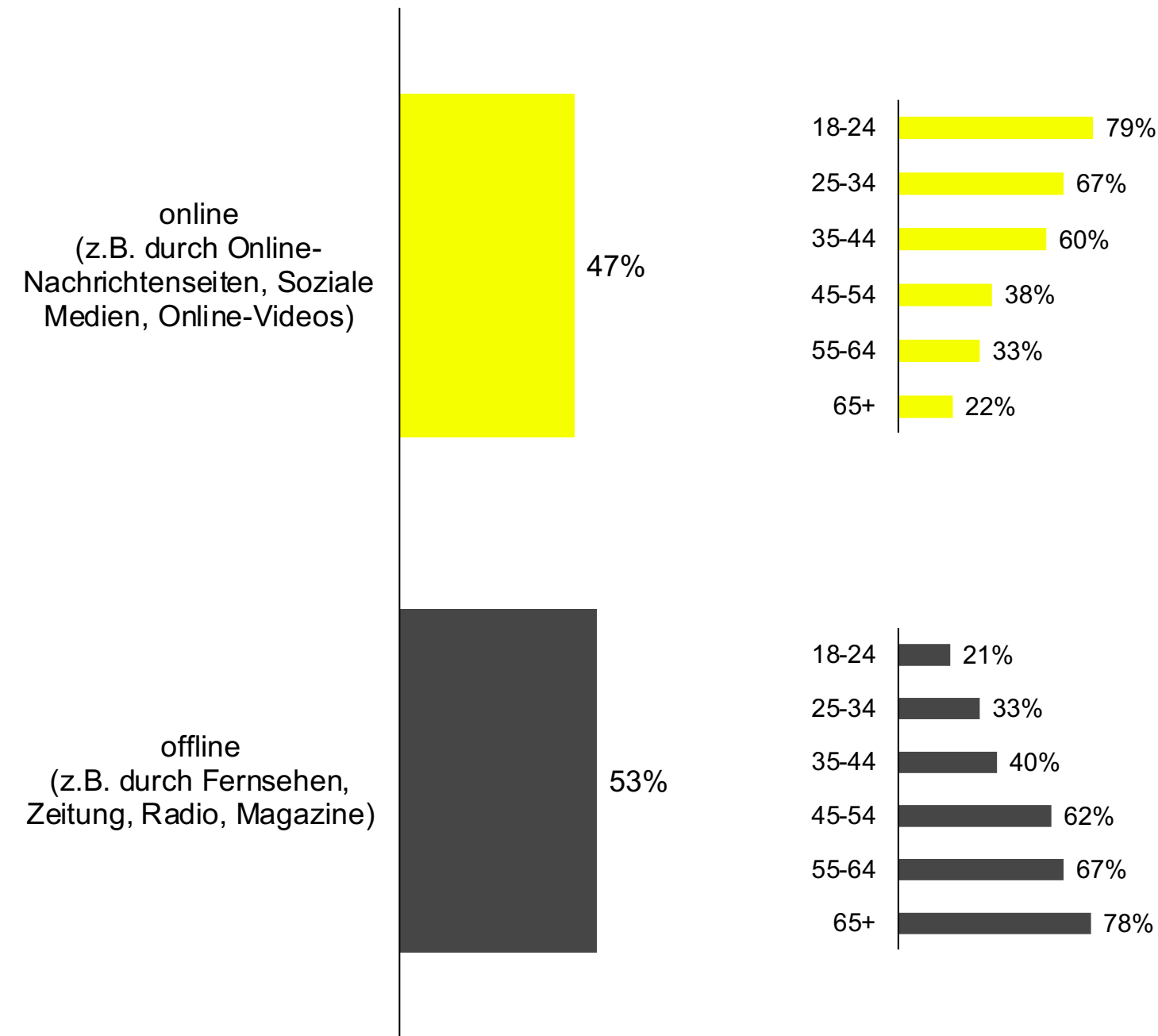


Rund die Hälfte bekommt Informationen zu Politik und der kommenden Bundestagswahl eher online – stark altersabhängig.

Politische Informationen – Online vs. Offline

Bekommen Sie die meisten Informationen zu politischen Themen, z.B. zur kommenden Bundestagswahl, eher ...?

Basis: alle wahlberechtigten Internetnutzer:innen.



Reset. ist eine Initiative, die sich dafür einsetzt, dass digitale Technologien wieder der Demokratie dienen. Vor allem die Regulierung von Big Tech steht im Fokus, damit Desinformation, Hass und Manipulation eingedämmt werden können.

pollytix strategic research ist die Agentur für Meinungsforschung und forschungsbasierte Beratung an der Schnittstelle von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Kontakt

Reset.

Alexander Sänglerlaub

+49 (0) 171 20 62 56 8

alex@de.reset.tech

pollytix strategic research

Leonie Schulz

+49 (0) 178 68 27 68 4

leonie.schulz@pollytix.de