

# Zwischen Wahrheit und Täuschung


---

Medienvertrauen, Fake News und KI im Informationszeitalter

Aktuelle Erkenntnisse aus b4t trends 11/2024

Tanja Seiter

# b4p trends

- 
- ✓ **Studien-Satellit** „best for planning trends (b4p trends)“
  - ✓ Liefert binnen weniger Wochen Daten zu **hochaktuellen Themen**
  - ✓ Mediennutzung, Produktneuheiten und Konsumverhalten
  - ✓ Gleichzeitig prüfen wir so, wie **relevant** aktuelle Entwicklungen sind, und schätzt damit das **Potential** für die **Hauptstudie** (b4p)
  - ✓ b4p trends wird seit Frühjahr 2018 in unregelmäßigen Abständen (**3-6 Wellen pro Jahr**) zu aktuellen Themenbereichen veröffentlicht

## **Infos zur aktuellen b4p trends Welle**

**Methode:** repräsentativ für die deutsche Online-Gesamtbevölkerung gewichtet nach Alter, Geschlecht, Bildung (laut ma Presse 2024)

**Stichprobe:** 2.023 Personen, Erhebung Juli-August 2024

1

# Interesse an aktuellen Nachrichten

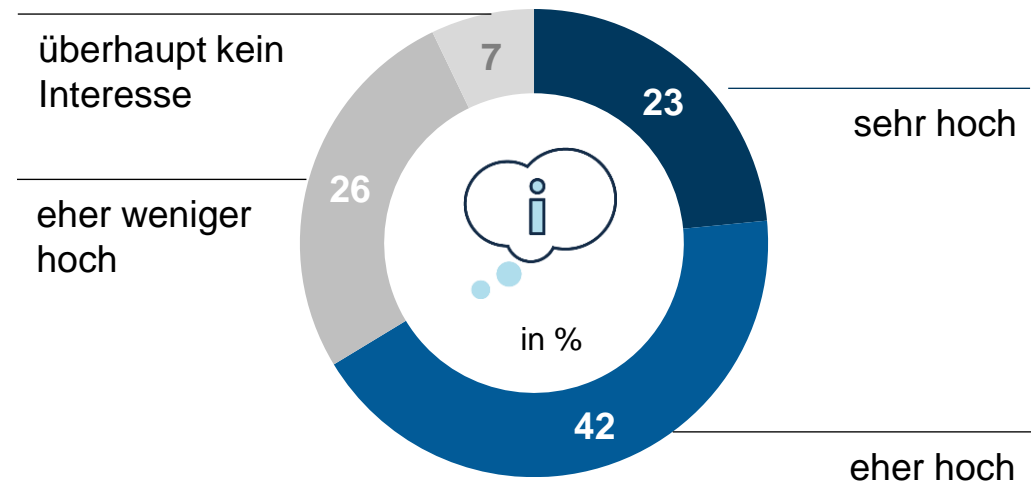
---

# Interesse an aktuellen Nachrichten

*Interesse an aktuellen  
Nachrichten*

**65%**

*aus dem Bereich Politik,  
Wirtschaft und  
Wissenschaft*



Weiß nicht: 3%

Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ 2024; Basis: gesamt n = 2.023 Personen / Wie hoch ist Ihr Interesse an aktuellen Nachrichten aus dem Bereich Politik/Wirtschaft/Wissenschaft?

# Intensität der Nutzung ...

... von **aktuellen Nachrichten**  
(aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft,  
Weltgeschehen) ist im Wesentlichen auf  
dem gleichen Niveau von vor zwei Jahren –  
mit leicht steigender Tendenz.

*intensiver  
als vor  
2 Jahren*

**23%**

*Etwa in  
gleichem Maße  
wie vor 2 Jahren*

**54%**

*Weniger  
intensiv  
als vor 2 Jahren*

**19%**

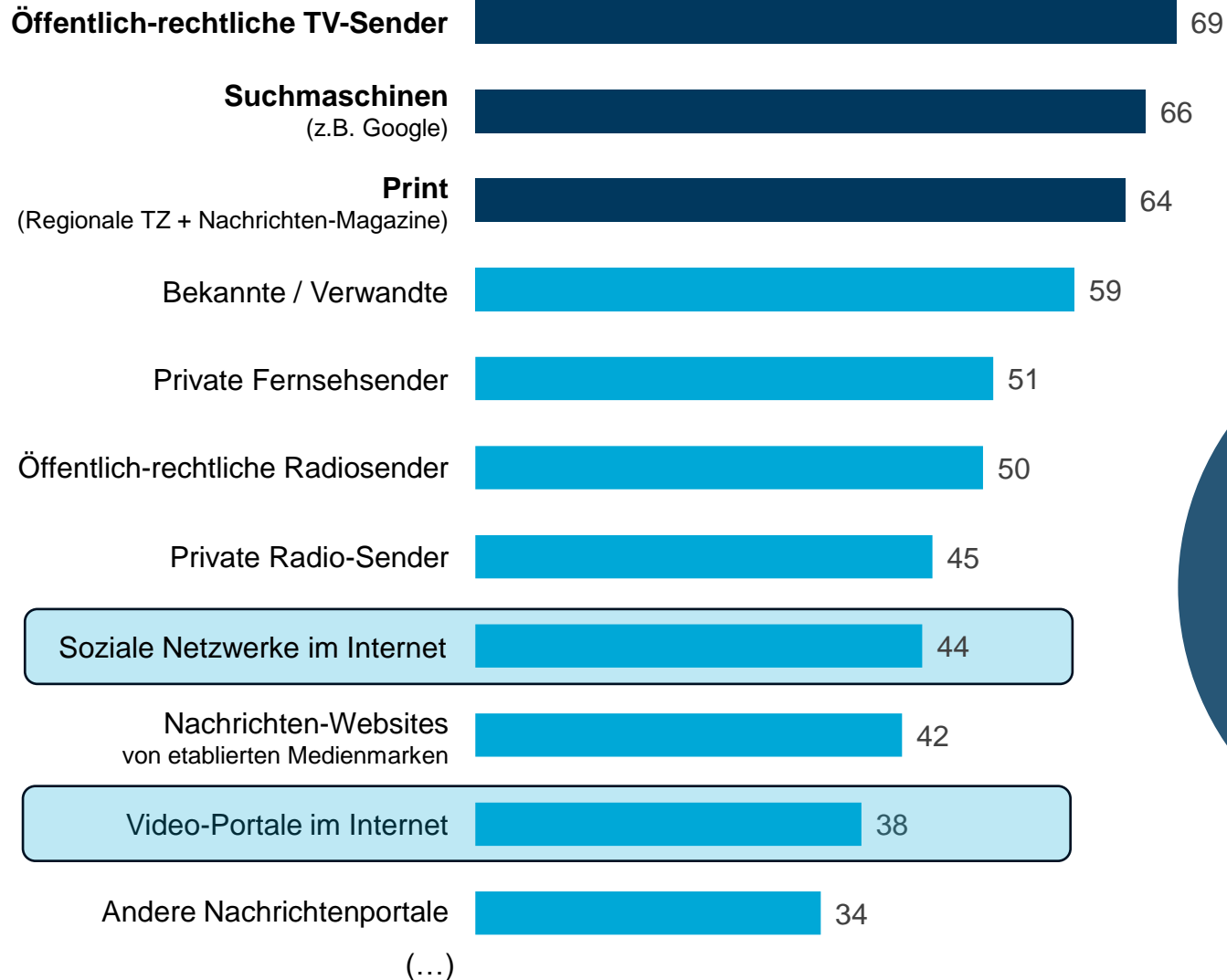
Weiß nicht: 4%

# Top 10

(von 19 abgefragten Quellen)

## Genutzte Informationsquellen

mind. mehrmals im Monat (Anteile in %)



Genutzte Info-Quellen  
(mind. mehrmals im Monat)

Ø

10

Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ 2024; Basis Gesamt, n=2.023. Gerankt nach % / „Und welche dieser Informationsquellen nutzen Sie, wenn es um Nachrichten/ das aktuelle Geschehen in Deutschland, Europa und der Welt geht (mind. mehrmals im Monat)?“



# Glaubwürdigkeit von Medien

---

**60%**

... halten die Infos in  
deutschen Medien  
für  
*glaubwürdig*

**31%**

... *nicht*  
*glaubwürdig*

Weiß nicht: 9%



**60%**  
halten Medien in  
Deutschland für  
glaubwürdig

---

Über 30% sehen die Medien  
hingegen als „nicht glaubwürdig“.



# Top 10 Medien(Quellen) – Vertrauenswürdigkeit

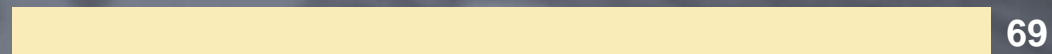
Bekannte,  
Verwandte

73%

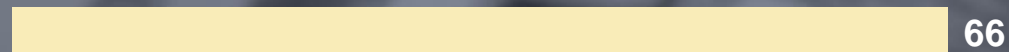
## Top 10 Touchpoints

Vertrauenswürdigkeit von (Medien)Quellen (Top2)

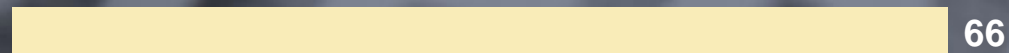
**Regionale Tageszeitungen**  
*(gedruckt oder als E-Paper)*



**Öfftl.-rechtl. TV-Sender**

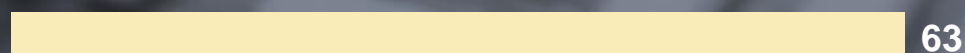


**Öffentl.-rechtl. Radio-Sender**



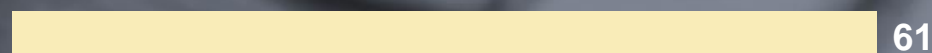
**Nachrichten-Webseiten**

*etablierter Medienmarken (z.B. spiegel.de, focus.de, tagesschau.de)*



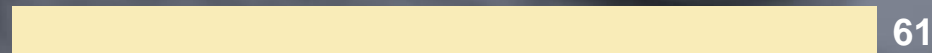
**Nachrichten-Magazine**

*(gedruckt oder als E-Paper) wie z.B. Focus, Spiegel, Stern*



**Suchmaschinen**

*(z.B. Google)*



**Überregionale Tageszeitungen**

*(Kauf- und Abozeitungen gedruckt oder als E-Paper)*



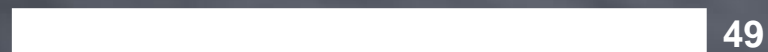
**Private Radiosender**

*(z.B. Radio NRW, Antenne Bayern, 1Live, Radio BOB!)*



**Wochenzeitungen, gedruckt oder als E-Paper**

*(wie z.B. Die Zeit, Bild am Sonntag)*



Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“; Basis: gesamt n = 2.023 Personen, Angaben in % | Top2 (sehr / eher vertrauenswürdig) | 19 abgefragte Touchpoints

# Schlusslichter - Social Networks werden als am wenigsten vertrauenswürdig gesehen

*Eher nicht/  
überhaupt nicht  
vertrauenswürdig ...*

**Soziale Netzwerke**  
(wie z.B. Facebook, X  
(ehemals Twitter), Instagram)

**67%**

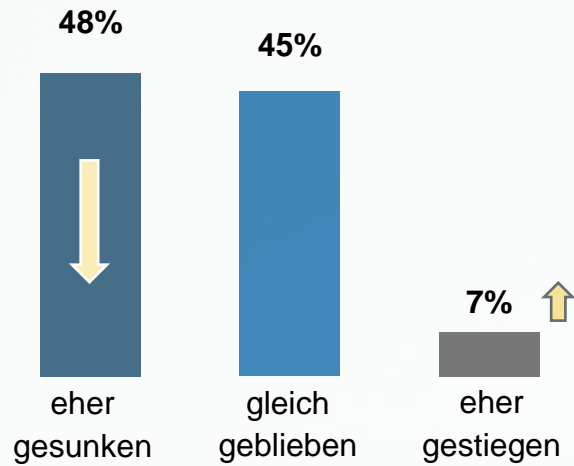
**Video-Portale**  
im Internet  
(wie z.B. YouTube, Vimeo)

**65%**

**Influencer / YouTuber /  
Blogger**

**66%**

**Veränderung  
Vertrauen in Medien**  
in den letzten zwei Jahren



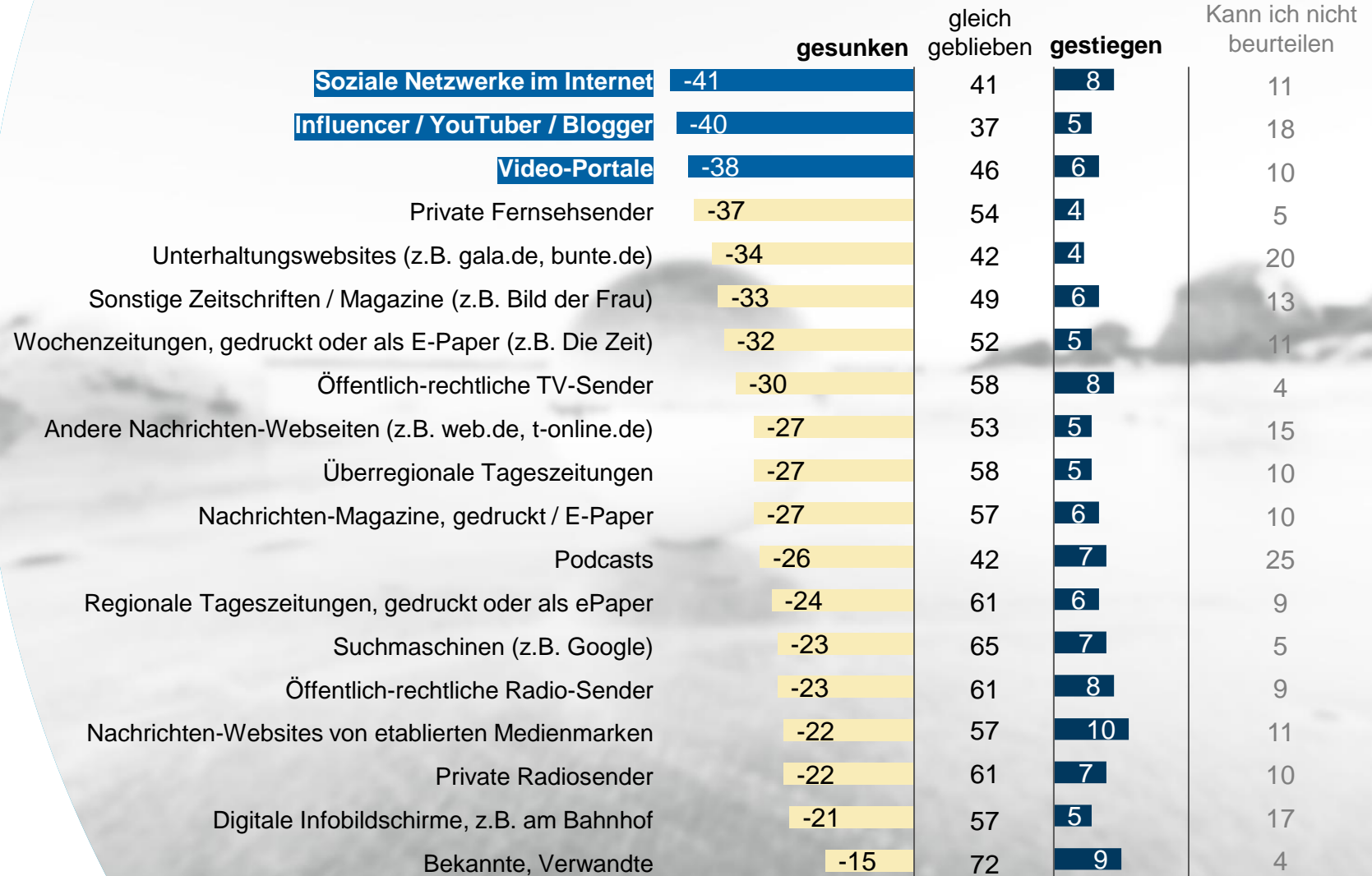
Weiß nicht: 1%

## Vertrauen in die Medien verändert sich ...

Rund die Hälfte der Befragten gibt an, dass ihr Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Medien in Deutschland in den letzten zwei Jahren unverändert geblieben ist. Gleichzeitig berichten 45 % von einem Rückgang ihres Vertrauens.

# Bei welchen Medien hat sich das Vertrauen am meisten geändert?

Insbesondere Soziale Netzwerke, Influencer sowie Video-Portale und private TV-Sender haben in den letzten zwei Jahren massiv an Vertrauen verloren.



**Zeitungen/  
Nachrichten-Magazinen**

z.B. Süddeutsche Zeitung, Frankfurter  
Allgemeine Zeitung) und Zeitschriften  
(z.B. Focus, Spiegel, stern)

**49%**

**Sozialen  
Netzwerken**

z.B. Facebook, Instagram, TikTok  
oder X (vormals Twitter)

**12%**

**Bei unterschiedlichen  
Meldungen:  
wem würden Sie eher glauben?**



**Traue beiden  
8%**

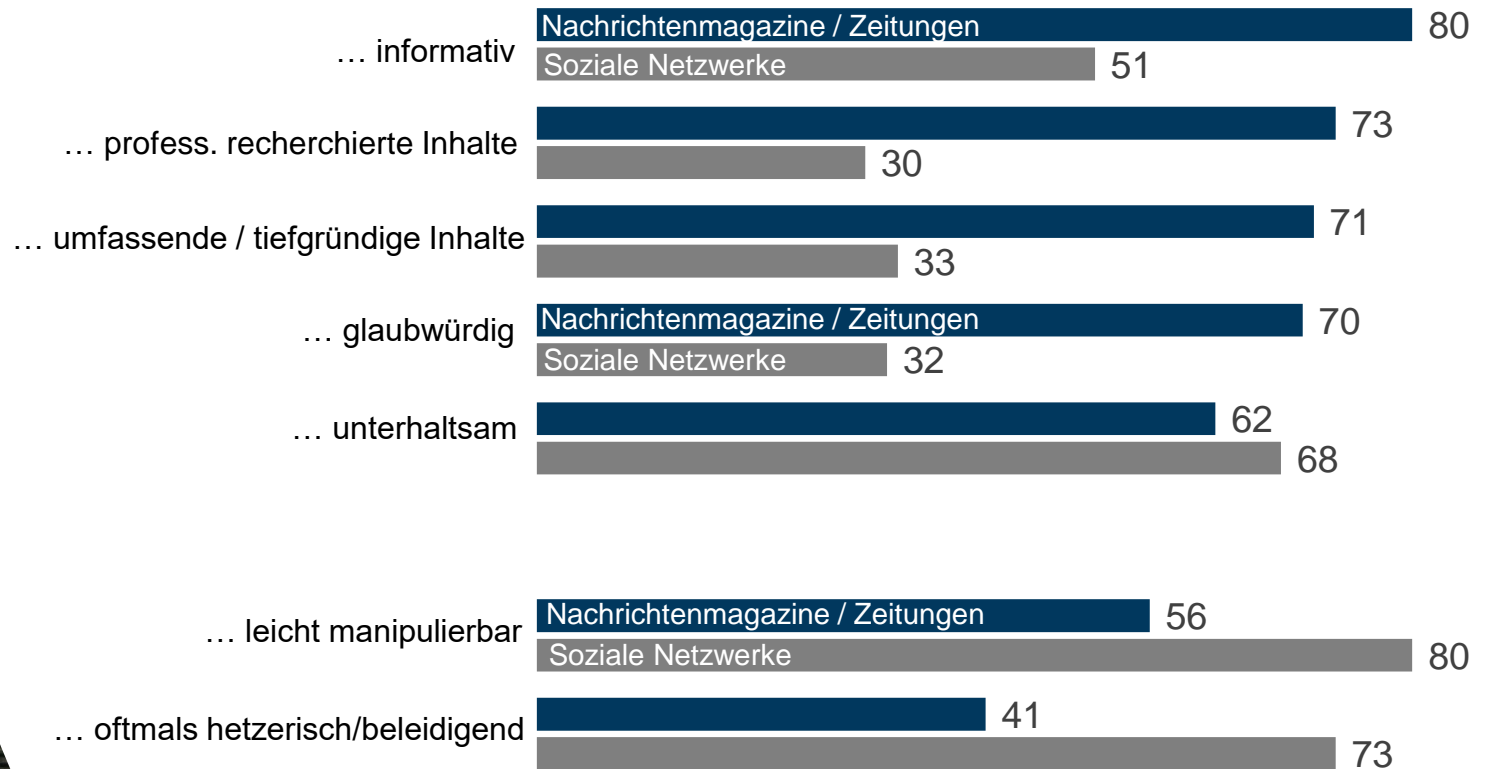
**Traue keinem  
24%**

Weiß nicht: 8%

# Vertrauen in Print

# Print steht für Professionalität, Glaubwürdigkeit

Inwiefern treffen die folgenden Eigenschaften zu ... ?  
(Angaben in %, Top2)



# 3 FAKE NEWS

**In Medien**

---

*Kennen den  
Begriff  
und wissen genau,  
was gemeint ist*

**82%**

*Kennen den  
Begriff,  
wissen aber  
nicht genau,  
was gemeint ist*

**15%**

*Begriff  
ist mir  
nicht bekannt*

**3%**

**FAKE  
NEWS**

**Die Mehrheit weiß genau, was unter „Fake News“ zu verstehen ist – weniger als 20% haben Schwierigkeiten mit der Begrifflichkeit**



*überwiegend  
schon*

**29%**

*manchmal*

**50%**

*vermutlich  
selten*

**19%**

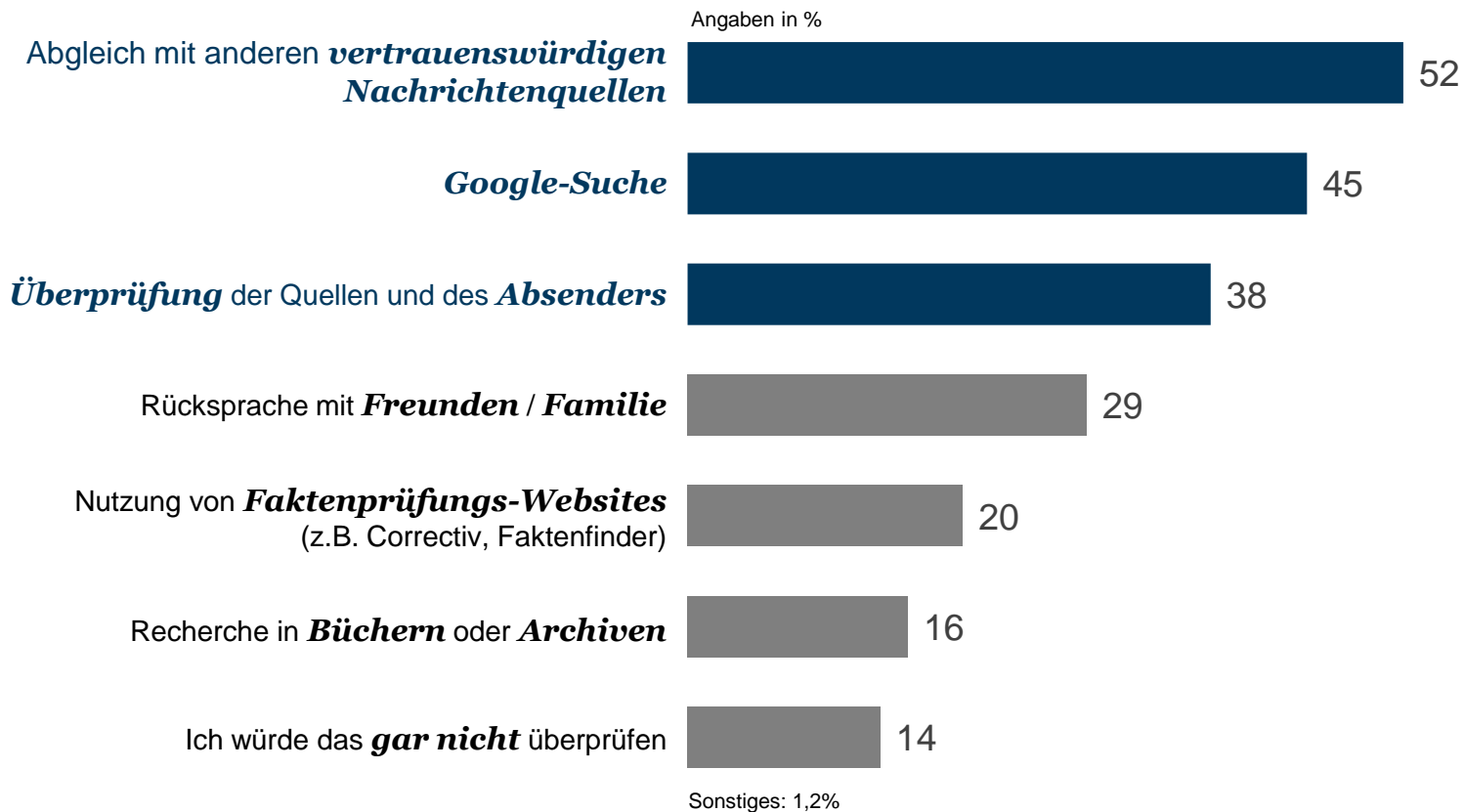
*vermutlich  
nie*

**3%**

**FAKE  
NEWS**  
ERKENNEN

**Nur ca. 30% glauben Fake News  
überwiegen zu erkennen.**

# Prüfung „potentieller“ Fake News



Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ 2024; Basis: gesamt n = 2.023 Personen / Stellen Sie sich vor, Sie lesen oder hören eine Nachricht, hinter der Sie "Fake News" vermuten. Wie würden Sie persönlich solch eine Information auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen?

# Medienkompetenz

> 79%

Ich nehme **Nachrichten** - je nachdem, wer sie veröffentlicht bzw. wo ich sie sehe - **unterschiedlich ernst**.

> 77%

Ich bin mir über die **Vor-** und **Nachteile** verschiedener **Medien bewusst**.

> 62%

Ich traue mir zu, die **Glaubwürdigkeit** von verschiedenen Medien-Angeboten gut **einschätzen/beurteilen** zu können.

> 70%

Seitdem über "**Fake News**" diskutiert wird, **achte** ich mehr darauf, aus welchen **Quellen** bestimmte **Informationen stammen**.

> 68%

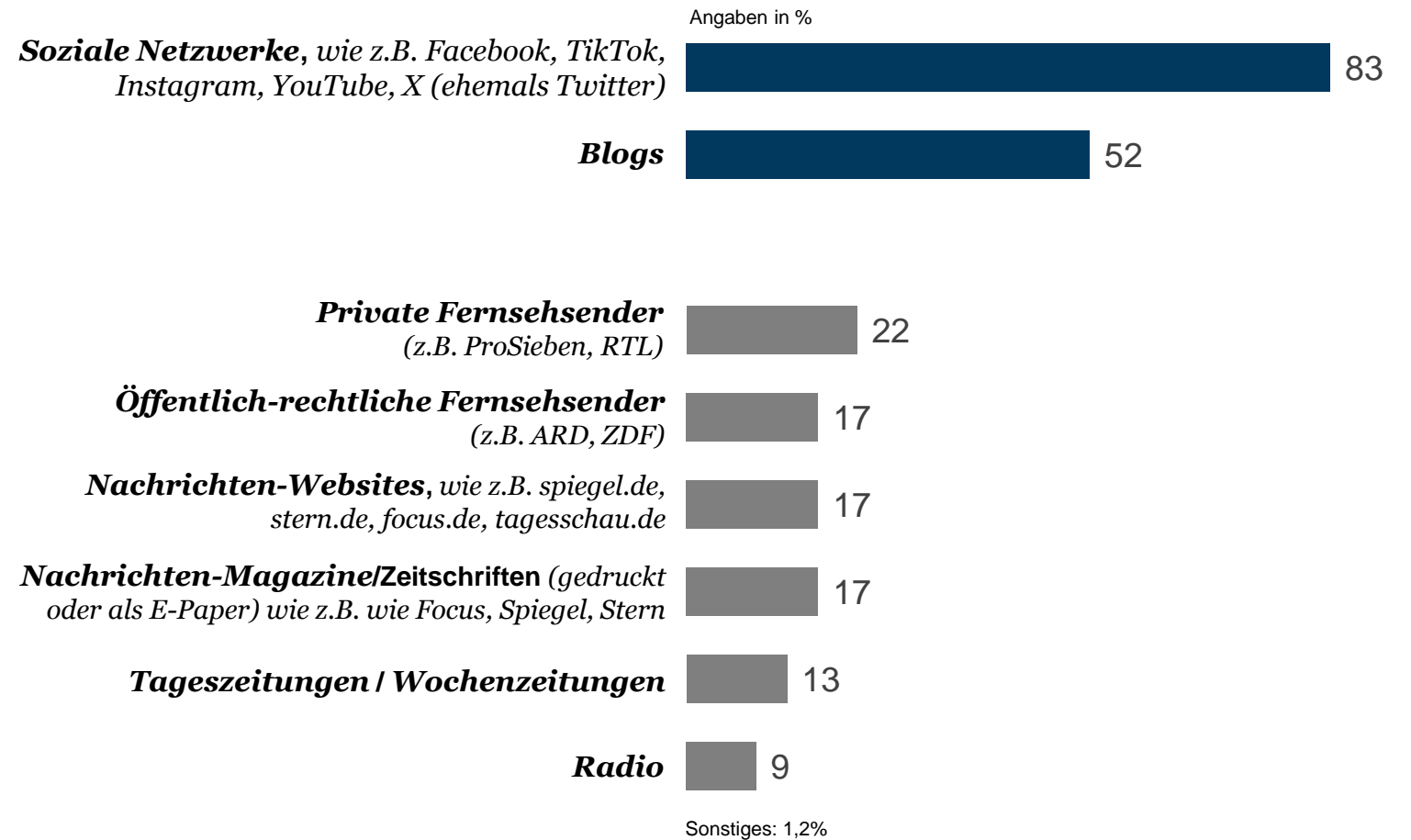
Ich **weiß** ziemlich genau, **wo** ich für mich **relevante Informationen / News** in den Medien **finde** und wo nicht.

> 70%

Wenn ich **Nachrichten** an andere Personen **weitergebe**, **vergewissere** ich mich immer, dass sie **richtig** sind.



# Wo werden Fake News am meisten vermutet?



# 81%

**Soziale Netzwerke** sind besonders **anfällig** dafür, **gezielt** als **Plattform** zur **Verbreitung** von "**Fake News**" genutzt zu werden.



# 67%

(30% Top1)

Ich **vertraue Informationen** aus **journalistischen Medienangeboten** wie z.B. Stern, Welt, Focus, ARD, ZDF oder Spiegel Online **eher als** Informationen in **sozialen Netzwerken**.

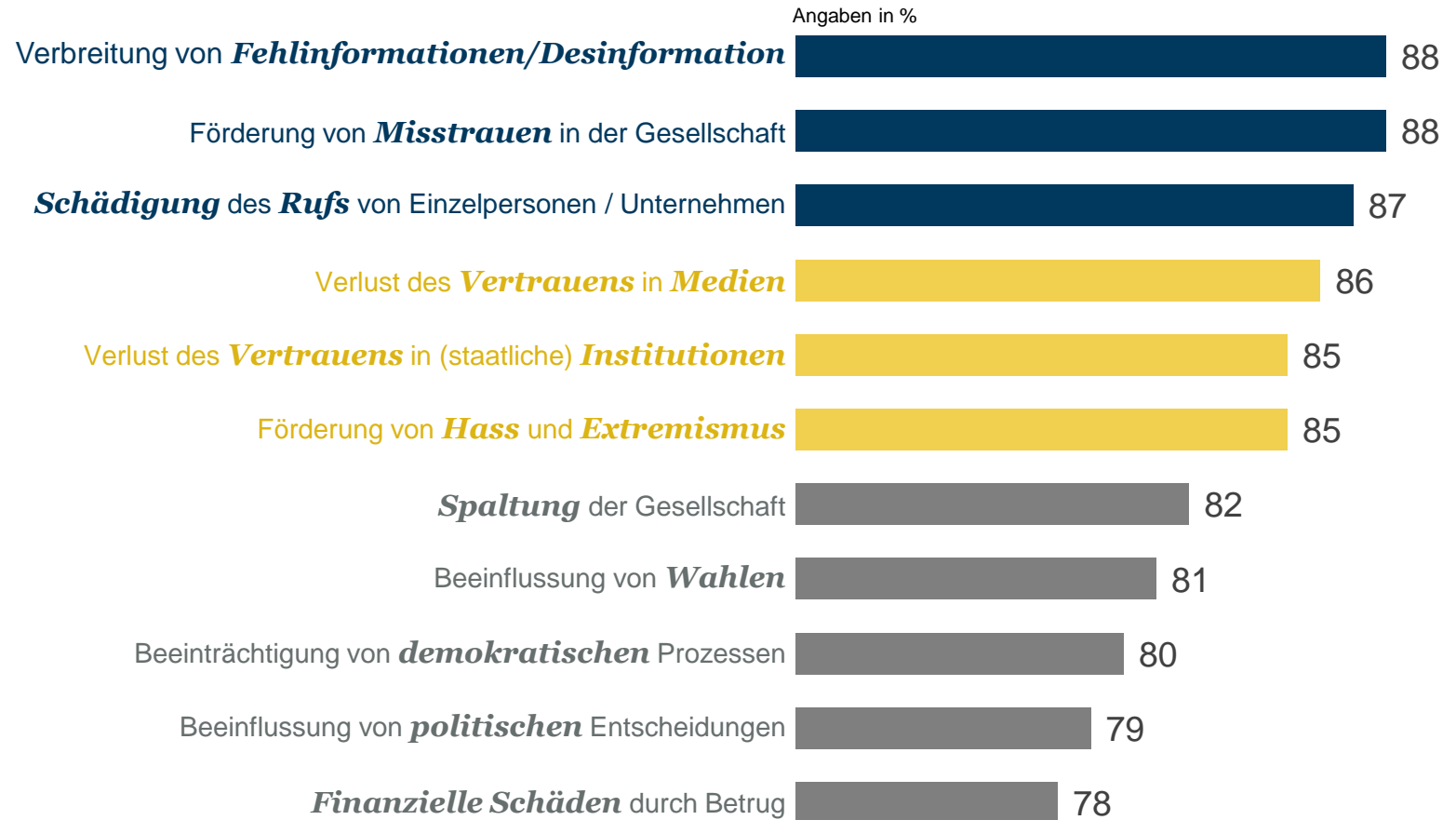
## Vertrauen in etablierte Medien

# 68%

(24% Top1)

Ich **vertraue** darauf, dass **Informationen**, die in **journalistischen Medienangeboten** wie z.B. STERN, Welt, Focus, ARD, ZDF oder Spiegel Online veröffentlicht werden, von den Journalisten auf **Richtigkeit geprüft** wurden.

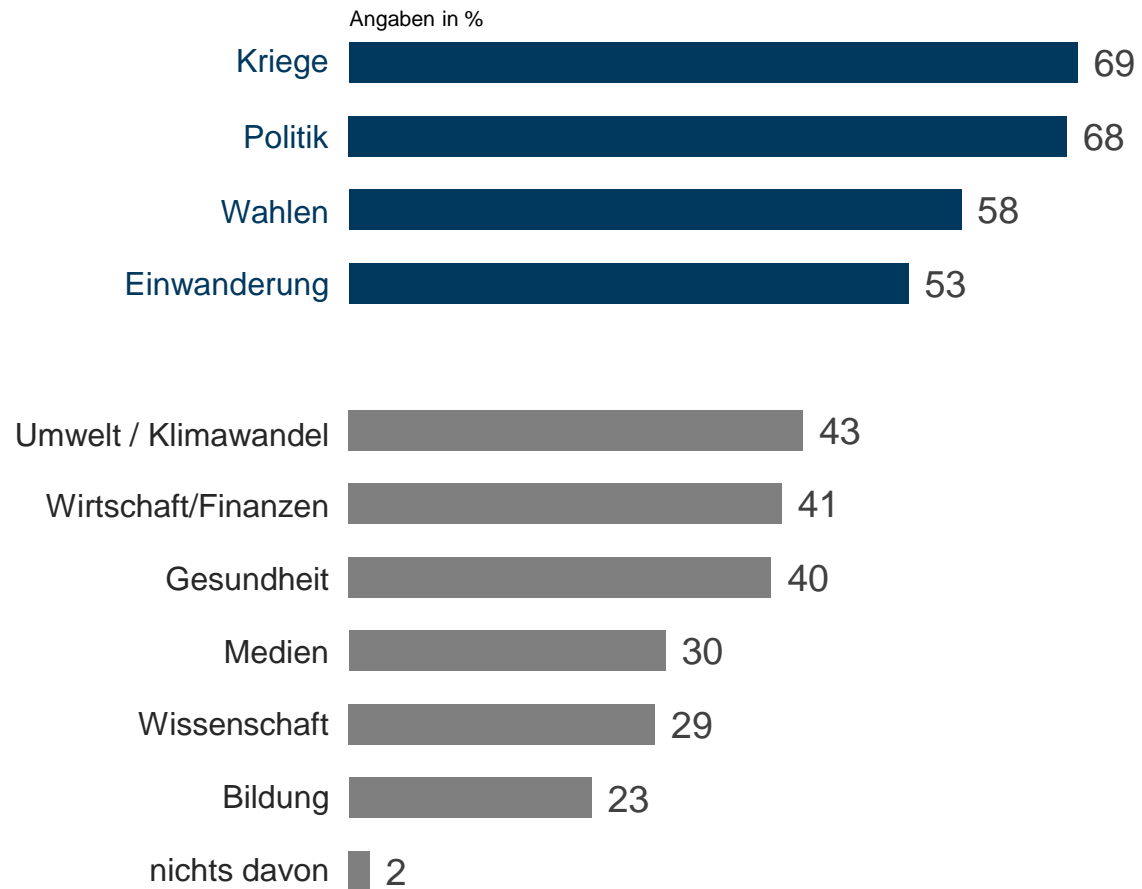
# Auswirkungen von Fake News



Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ 2024; Basis: gesamt n = 2.017 Personen | Top2 (stimme voll und ganz / eher zu) / Inwiefern glauben Sie, dass "Fake News" Auswirkungen auf die folgenden Aspekte haben kann?



# Besonders bedrohlich für ...



Quelle: b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ 2024; Basis: gesamt n = 2.017 Personen / Und für welche der untenstehenden Themen empfinden Sie "Fake News" als besonders gefährlich/bedrohlich?



# 4

# Künstliche Intelligenz

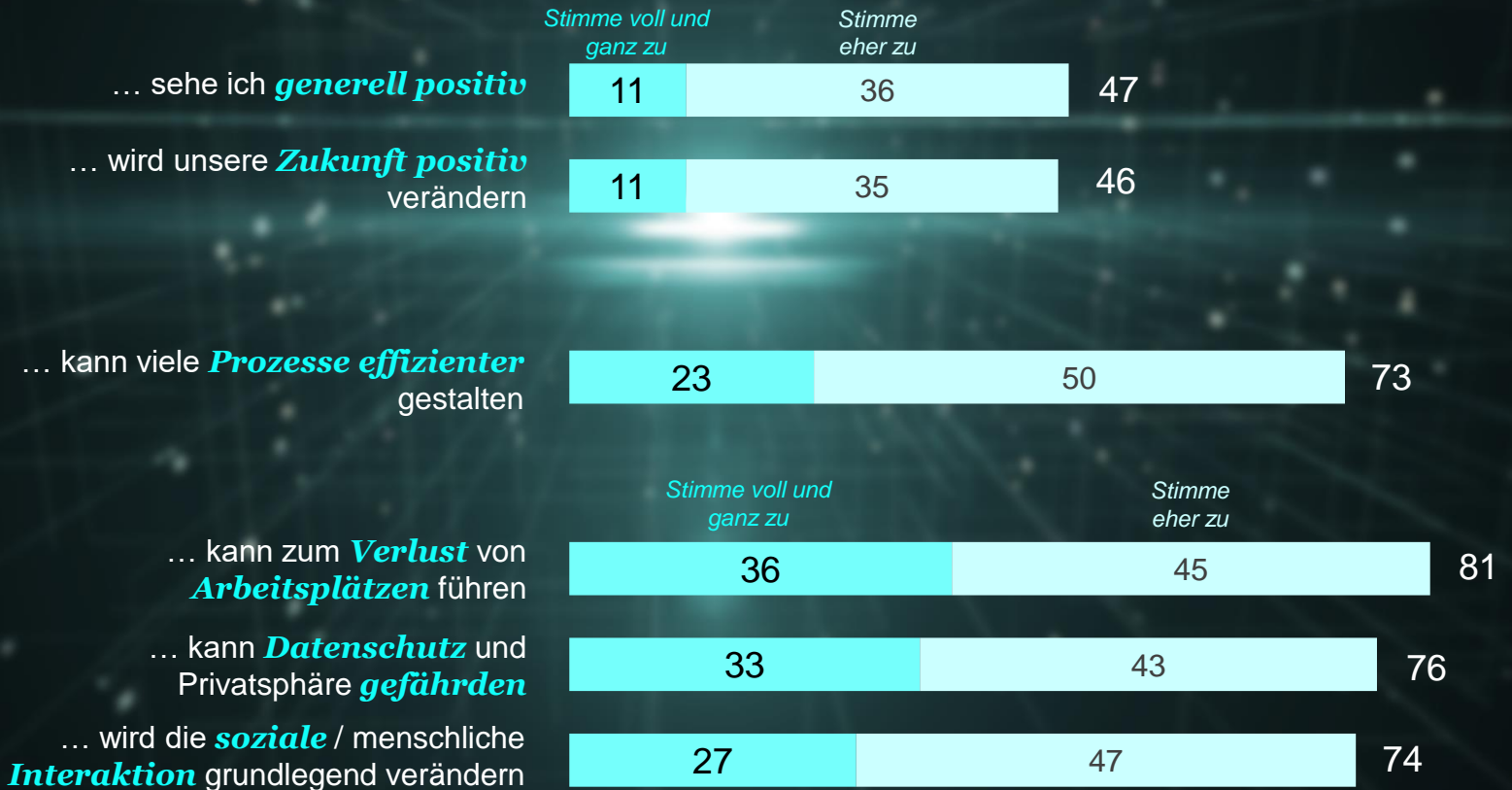
Und ihre Rolle bei Fake News

## Viel Skepsis gegenüber KI

Die Befragten erkennen das Potential von KI, damit Prozesse effizienter gestalten zu können, stehen ihr aber sonst eher skeptisch gegenüber.

Nur wenige schauen – was KI angeht – positiv in die Zukunft.

## Künstliche Intelligenz ...



**Ja,**  
mit KI könnten Fake News  
bekämpft werden

**19%**

**Nein,**  
KI wird Fake News eher  
noch mehr fördern

**35%**

**Beides,**  
sowohl das eine als  
auch das andere

**24%**

Weder noch  
**10%**

Weiß nicht: 12%



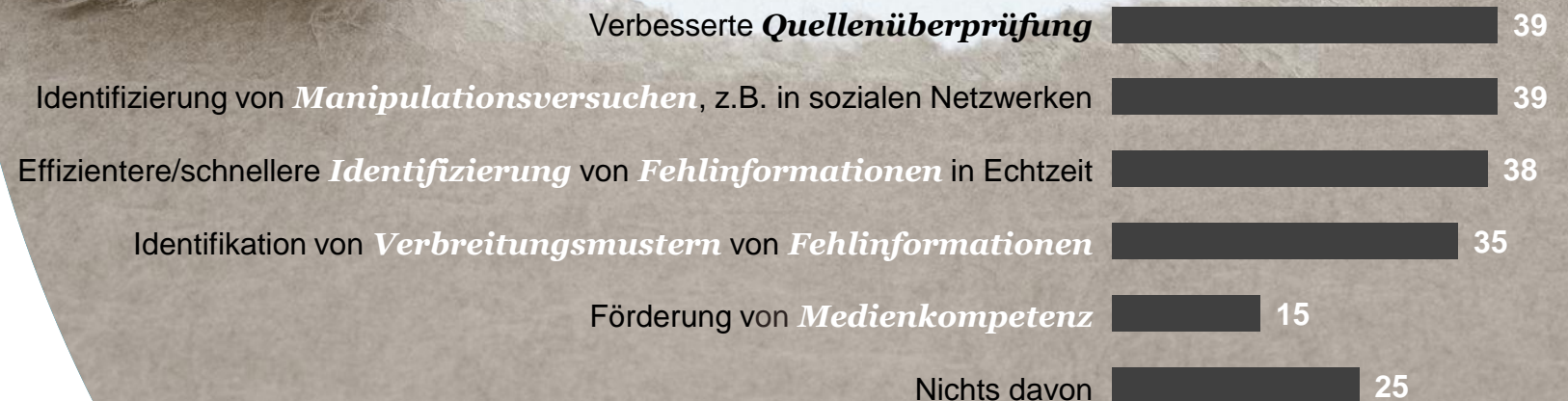
# KI wird nur begrenzt als Hilfsmittel gegen Fake News gesehen

# KI als Waffe gegen Fake News?

Vorteile von KI im Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur Bekämpfung von Fake News in Medien werden nur begrenzt gesehen.

## Mögliche Vorteile von KI bei der Bekämpfung von

# FAKE NEWS

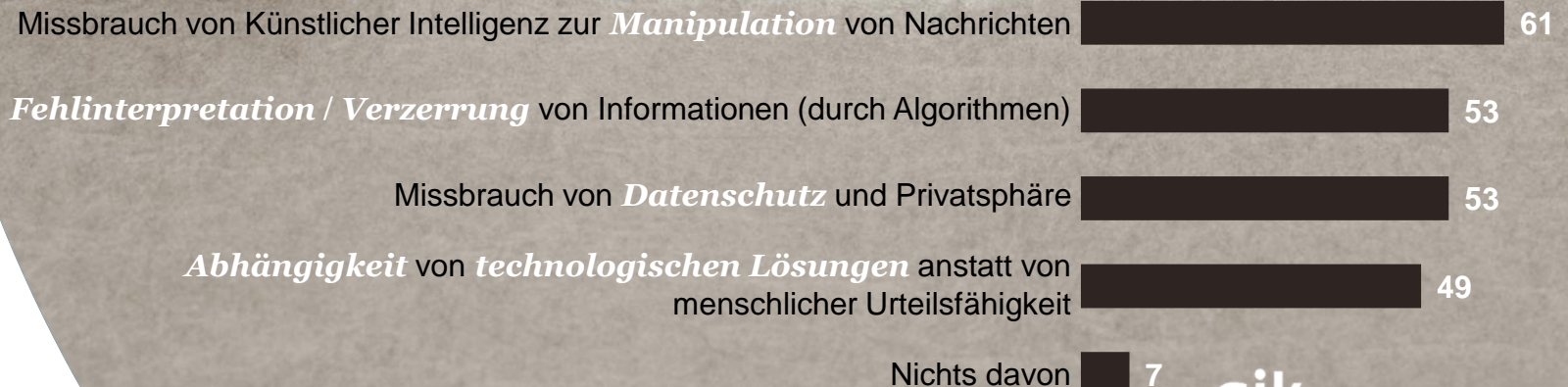


## KI als Treiber für Fake News?

Die Mehrheit sieht in KI eher das Risiko von Missbrauch zur Manipulation von Nachrichten oder von Verzerrungen von Informationen bzw. Datenschutzverletzungen.

# Mögliche Risiken von KI bei der Bekämpfung von

## FAKE NEWS



# KI-Einsatz bei Artikeln wird kritisch gesehen

# 67%

Das *vermehrte* Aufkommen von durch *Künstlicher Intelligenz* erstellten *Beiträgen* *verunsichert* mich ...

... weil ich mir über die *Echtheit* der *Informationen nicht sicher* sein kann.

## 59% (21% Top1)

Ich würde Medienangebote **meiden**, die **regelmäßig** Artikel veröffentlichen, die mit **KI** erstellt sind.

## 37% (9% Top1)

Ob ein Artikel mit **KI** erstellt wurde oder nicht, hat für mich **keinen Einfluss** auf mein **Vertrauen** dem Autor bzw. des **Medien-Angebotes** gegenüber.

Weitere Reaktionen auf  
**KI-Einsatz in Medien...**

# SUMMARY

## Medienvertrauen zwischen Wahrheit und Täuschung

QUICK  
WIN



- *60 Prozent der Menschen halten deutsche Medien für vertrauenswürdig – allerdings mit sinkender Tendenz*
- *Vertrauensführer sind nach wie vor journalistische Angebote, während die Social Networks, Video-Portale etc. die Schlusslichter darstellen.*
- *Hohes Wissen über Fake News und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft.*
- *Printmedien werden als vertrauenswürdige, fundierte Informationsquellen wahrgenommen, während soziale Netzwerke oft mit Desinformation und geringer Glaubwürdigkeit assoziiert werden.*

# Herzlichen Dank!

---

**Tanja Seiter**

Director Media Research  
BurdaVerlag

[tanja.seiter@burda.com](mailto:tanja.seiter@burda.com)

