

Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche

Einstellungen der Bevölkerung in Deutschland und
Bayern

Agenda

1. Methodik	03
2. Auswertung Deutschland	04
2.1 Nutzung von Sozialen Medien	05
2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien	06
2.3 Durchsetzbarkeit eines Verbots Sozialer Medien	11
2.4 Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien	12
2.5 Eigene Erfahrungen mit Sozialen Medien	16
2.6 Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in Sozialen Medien	18
2.7 Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht	20
2.8 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien und zu einer Klarnamenpflicht	24
3. Fazit	25
4. Tabellenanhang: Sonderauswertung Bayern	26

1. Methodik

Befragung

Im Auftrag des Bayerischen Forschungsinstituts für Digitale Transformation (bidt) führte Statista+ Research eine **repräsentative Onlinebefragung** zum Thema „Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche“ durch. Dazu wurden vom **15. bis zum 29. April 2026** insgesamt **2.500 internetnutzende Personen in Deutschland ab 16 Jahren** befragt.

Die Stichprobe wurde nach Geschlecht, Alter, Bildung sowie regional nach Bundesland quotiert. Die Ergebnisse für Deutschland sind zusätzlich nach Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland repräsentativ für internetnutzende Personen gewichtet.

Zudem wurden im Rahmen dieser Befragung zusätzlich **891 internetnutzende Personen in Bayern** befragt. Die Ergebnisse für Bayern wurden nach Alter sowie Geschlecht für internetnutzende Personen gewichtet und sind im Vergleich zu den Analysen für Gesamtdeutschland im Anhang dargestellt.



2. Auswertung Deutschland

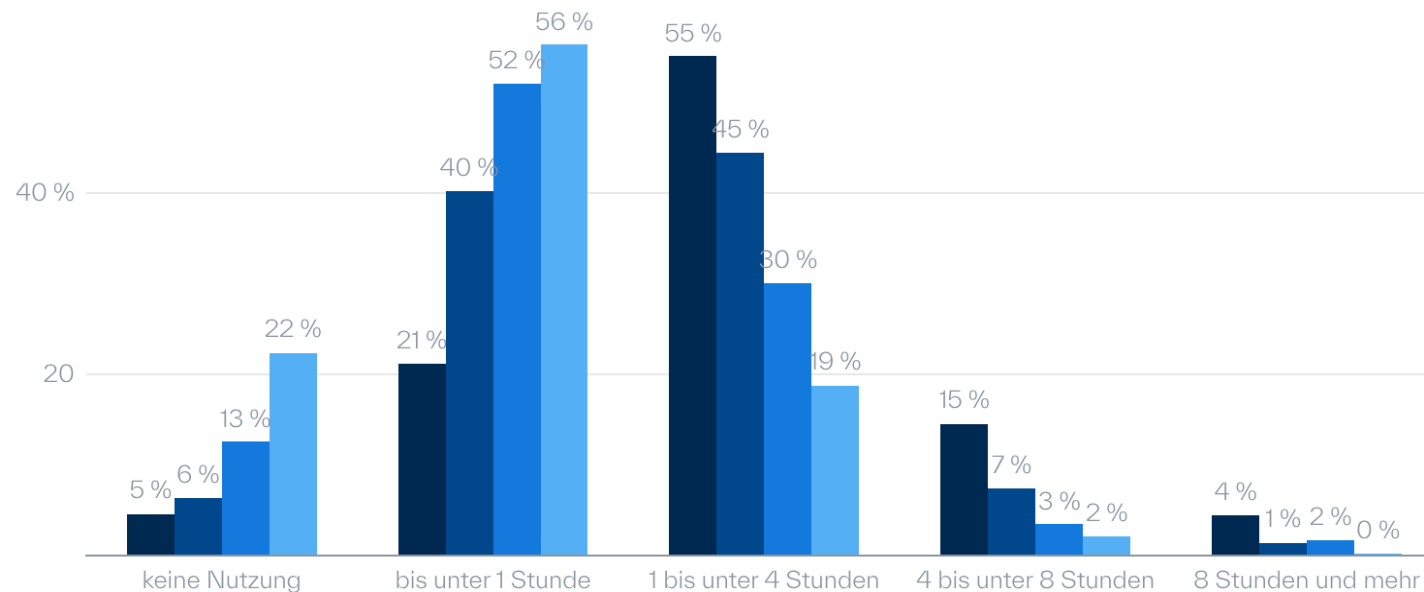
2.1 Nutzung von Sozialen Medien

Nutzungsdauer Sozialer Medien nimmt mit zunehmendem Alter ab

Eigene Nutzung Sozialer Medien nach Alter

Wie viel Zeit verbringen Sie im Durchschnitt pro Tag privat in den Sozialen Medien?

■ 16-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50-65 Jahre ■ >65 Jahre



Differenz zu 100 % rundungsbedingt.

Basis: 16-29 Jahre: n = 466, 30-49 Jahre: n = 716, 50-65 Jahre: n = 675, >65 Jahre: n = 604; ohne „weiß nicht“.

Die Nutzung Sozialer Medien ist in der Bevölkerung weit verbreitet. Lediglich 12 % geben an, selbst keine Sozialen Medien zu nutzen. Frauen verbringen tendenziell etwas mehr Zeit in den Sozialen Medien als Männer.

Mit steigendem Alter gehen sowohl die Nutzung an sich als auch die tägliche Nutzungsdauer deutlich zurück. Unter den 16- bis 29-Jährigen nutzen nur 5 % keine Sozialen Medien, bei den über 65-Jährigen sind es hingegen 22 %.

Von den Nutzenden verbringen 33 % der 16- bis 29-Jährigen im Durchschnitt pro Tag 2 bis unter 4 Stunden täglich in Sozialen Medien, was die häufigste Ausprägung in dieser Altersgruppe ist. Bei den anderen Altersgruppen ist die Nutzungsdauer zwischen 15 Minuten und einer Stunde am Tag am weitesten verbreitet.

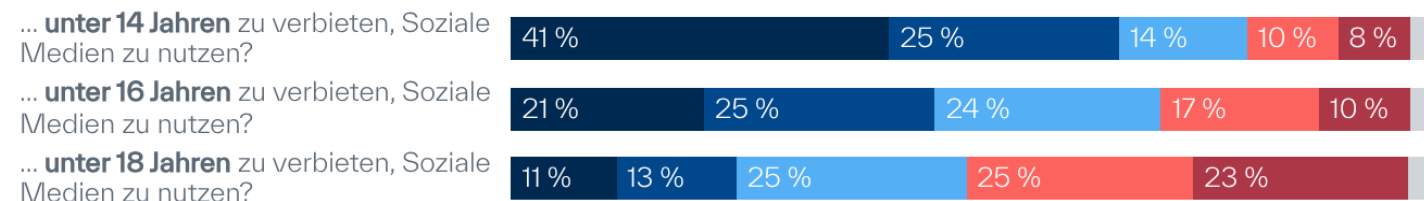
2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Mehrheit der Deutschen für ein Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige

Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland ...

■ sehr dafür ■ eher dafür ■ weder dafür noch dagegen ■ eher dagegen ■ sehr dagegen ■ weiß nicht



Differenz zu 100 % rundungsbedingt.

Basis: n = 2.500.

Die Einstellung der Bevölkerung in Deutschland zu einem Verbot Sozialer Medien unterscheidet sich je nach Altersgrenzen für ein Verbot. Für ein Verbot für unter 14-Jährige ist die Zustimmung mit 66 % am höchsten, am geringsten fällt sie bei einem Verbot für unter 18-Jährige aus. Bei dieser Altersgrenze sprechen sich knapp 50 % gegen ein Verbot aus.

Ob jemand eigene Kinder hat, hat kaum Einfluss auf die Zustimmung zu einem Verbot. Eltern befürworten sowohl ein Verbot für unter 14-Jährige als auch für unter 16-Jährige geringfügig häufiger, ein Verbot für unter 18-Jährige hingegen geringfügig seltener als Kinderlose. Zudem sprechen sich Personen mit einer hohen formalen Bildung etwas häufiger für ein Verbot für unter 14-Jährige aus (72 %) als Personen mit niedriger formaler Bildung (61 %). Dieser Unterschied besteht praktisch nicht mehr bei der Zustimmung zu einem Verbot für unter 16-Jährige und dreht sich bei einem Verbot für unter 18-Jährige um. Hier ist dann der Anteil der Verbotsbefürwortenden bei formal niedrig Gebildeten höher (29 %) als bei formal hoch Gebildeten (23 %).

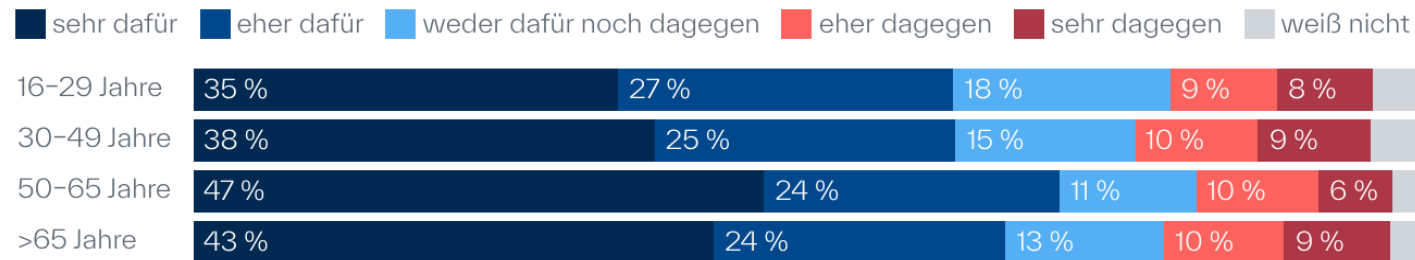
Insgesamt sind die Unterschiede nach verschiedenen soziodemografischen Merkmalen gering.

2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Ältere tendenziell häufiger für ein Verbot für unter 14-Jährige

Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige nach Alter

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?



Basis: 16-29 Jahre: n = 481, 30-49 Jahre: n = 724, 50-65 Jahre: n = 682, >65 Jahre: n = 613.

Ein Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige findet über alle Altersgruppen hinweg breite gesellschaftliche Unterstützung. Dabei ist die Befürwortung bei älteren Personen etwas stärker ausgeprägt als bei jüngeren.

Gleichzeitig zeigt sich, dass die Ablehnung eines Verbots über die Altersgruppen hinweg kaum variiert. So sprechen sich 17 % der 16- bis 29-Jährigen gegen ein Verbot aus, während dieser Anteil bei den über 65-Jährigen mit 19 % nur geringfügig höher liegt.

2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Befürwortung eines Verbots unter Nichtnutzenden Sozialer Medien stärker ausgeprägt

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche nach Nutzung Sozialer Medien

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland ...

■ sehr dafür ■ eher dafür ■ weder dafür noch dagegen ■ eher dagegen ■ sehr dagegen ■ weiß nicht

... unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?



... unter 16 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?



... unter 18 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?



Differenz zu 100 % rundungsbedingt.

Basis: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 276, Nutzung Sozialer Medien: 2.185.

Für die generelle Zustimmung oder Ablehnung eines Verbots Sozialer Medien für unter 14-Jährige spielt die eigene Nutzung kaum eine Rolle, jedoch sprechen sich Personen, die Soziale Medien nutzen, weniger deutlich für ein Verbot aus als Personen, die Soziale Medien nicht nutzen. Die generelle Ablehnung ist bei den Nutzenden mit 18 % etwas höher als bei den Nichtnutzenden mit 14 %.

Bei einem Verbot für unter 16-Jährige und unter 18-Jährige werden die Unterschiede nach Nutzung deutlicher: Insbesondere ein Verbot bis 18 Jahre wird von der Hälfte der Nutzenden Sozialer Medien abgelehnt, bei den Nichtnutzenden ist es hingegen nur gut ein Drittel.

Der Anteil derjenigen, die ein Verbot sehr befürworten, ist über alle abgefragten Altersgrenzen hinweg bei Nichtnutzenden durchweg höher als bei Nutzenden.

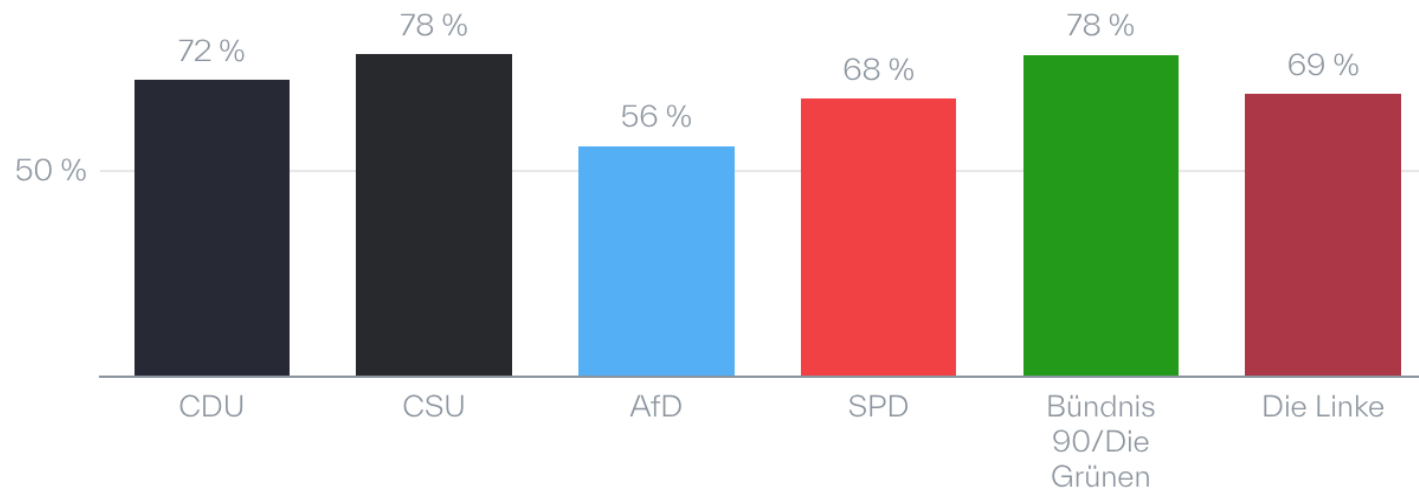
Auch die Nutzungsdauer spielt eine Rolle: Bei einer höheren Nutzungsdauer Sozialer Medien sinkt die Unterstützung für ein Verbot.

2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Höchste Zustimmung zu einem Verbot bei Wählenden von Union und Grünen

Zustimmung zu einem Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige nach Sonntagsfrage

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen? – Anteil „sehr/eher dafür“



Betrachtet man die Zustimmung zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche unter 14 Jahren differenziert nach der Sonntagsfrage („Welche Partei würden Sie wählen, wenn nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?“), zeigen sich zum Teil deutliche Unterschiede nach Parteipräferenz.

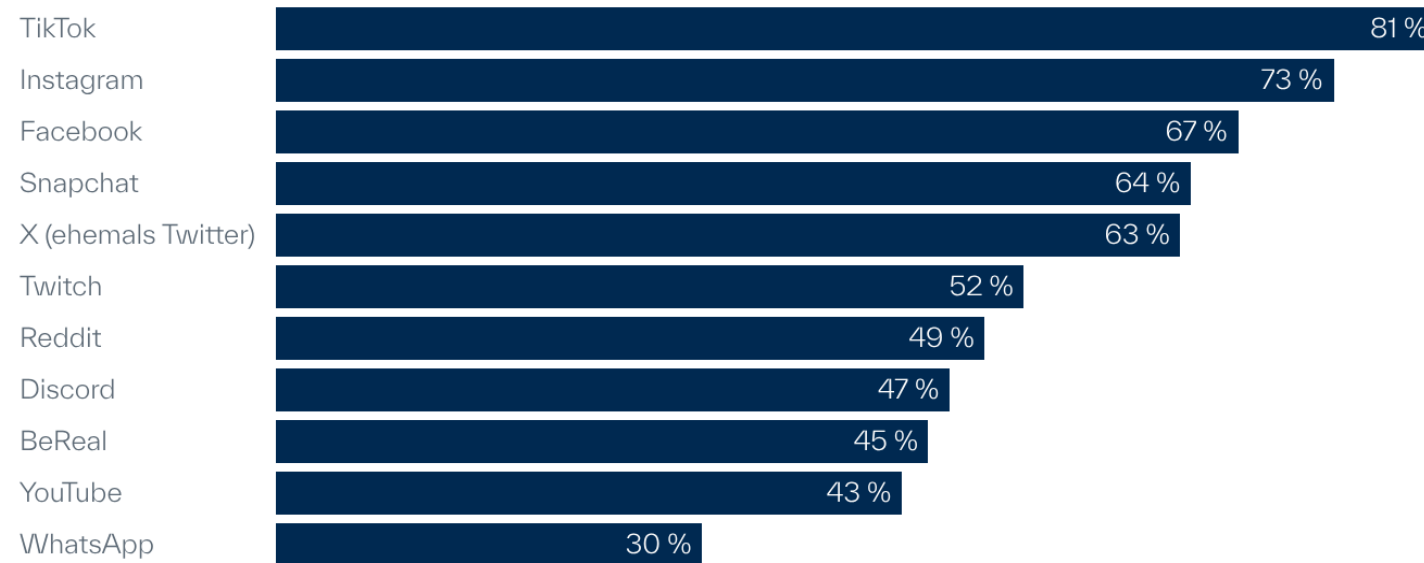
Die geringste Zustimmung für ein Verbot findet sich unter potenziellen Wählerinnen und Wählern der AfD, während die höchsten Zustimmungswerte bei potenziellen Wählerinnen und Wählern der CSU sowie von Bündnis 90/Die Grünen zu beobachten sind. Ungeachtet dieser Unterschiede spricht sich jedoch in allen nach Parteipräferenz betrachteten Gruppen jeweils eine deutliche Mehrheit für ein entsprechendes Verbot aus.

2.2 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Top drei der abgefragten Plattformen, die verboten werden sollten: TikTok, Instagram und Facebook

Webseiten und Apps, für die ein Nutzungsverbot gewünscht wird

Welche Websites oder Apps sollte das Nutzungsverbot Ihrer Meinung nach miteinschließen? – Anteil ja



Die Frage nach Verboten konkreter Plattformen wurde ausschließlich denjenigen gestellt, die zuvor ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche sehr oder eher befürwortet hatten. TikTok, Instagram und Facebook werden von den vorgelegten Plattformen, die von einem möglichen Nutzungsverbot erfasst werden sollten, am häufigsten genannt; YouTube und WhatsApp dagegen am seltensten.

Es ist anzunehmen, dass sich der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Plattform sowie die mit ihr verbundenen Funktionen in der Allgemeinbevölkerung auf die Einstellung zu einem Nutzungsverbot auswirken. So dürfte bei WhatsApp beispielsweise vor allem die Messenger-Funktion die Bewertung der Plattform prägen.

Zu beachten ist ebenso, dass Nichtnutzende Sozialer Medien Verbote einzelner Plattformen insgesamt häufiger befürworten als Nutzende. Eine Ausnahme bildet TikTok: Hier fällt die Zustimmung in beiden Gruppen nahezu identisch aus.

Unterschiede nach Geschlecht zeigen sich kaum, außer bei der Bewertung eines Nutzungsverbots von Instagram (Männer 70 %, Frauen 76 %) und WhatsApp (Männer 33 %, Frauen 27 %).

Basis: Befragte, die eher oder sehr dafür sind, die Nutzung Sozialer Medien für bestimmte Kinder und Jugendliche zu verbieten: n = 1.889.

2.3 Durchsetzbarkeit eines Verbots Sozialer Medien

Mehrheit bezweifelt die Wirksamkeit eines Verbots

Einschätzung der Wirksamkeit eines Verbots Sozialer Medien

Wie wahrscheinlich ist es Ihrer Meinung nach, dass ein gesetzliches Verbot tatsächlich verhindert, dass Kinder und Jugendliche Soziale Medien nutzen?

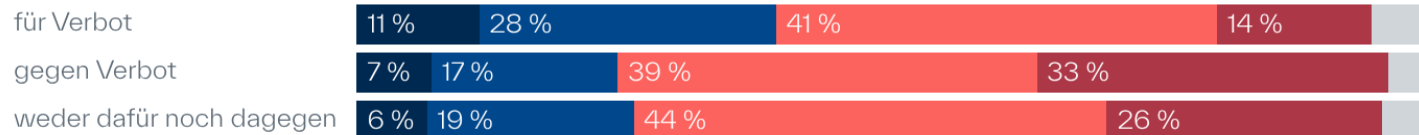
■ sehr wahrscheinlich ■ eher wahrscheinlich ■ eher unwahrscheinlich ■ sehr unwahrscheinlich ■ weiß nicht



Basis: n = 2.500.

Einschätzung der Wirksamkeit nach Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige

■ sehr wahrscheinlich ■ eher wahrscheinlich ■ eher unwahrscheinlich ■ sehr unwahrscheinlich ■ weiß nicht



Basis: für Verbot: n = 1.702, gegen Verbot: n = 429, weder dafür noch dagegen: n = 314.

Eine Mehrheit bezweifelt, dass ein Verbot tatsächlich verhindern kann, dass Kinder und Jugendliche Soziale Medien nutzen. Selbst unter Personen, die sich für ein Verbot für unter 14-Jährige aussprechen, hält eine Mehrheit, es für „eher“ oder „sehr unwahrscheinlich“, dass ein Verbot Kinder und Jugendliche von der Nutzung abhält.

Auffällig ist jedoch, dass ein größerer Anteil der Verbotsbefürwortenden an die Wirksamkeit eines Verbots glaubt als unter den Verbotsablehnenden oder Unentschlossenen. Im Gegensatz dazu ist der Anteil derjenigen, die die Wirksamkeit für „sehr unwahrscheinlich“ halten, unter den Verbotsablehnenden mit 33 % höher als in den anderen Gruppen. Damit zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Zustimmung zu bzw. Ablehnung eines Verbots Sozialer Medien und der Einschätzung der Wirksamkeit eines solchen Verbots.

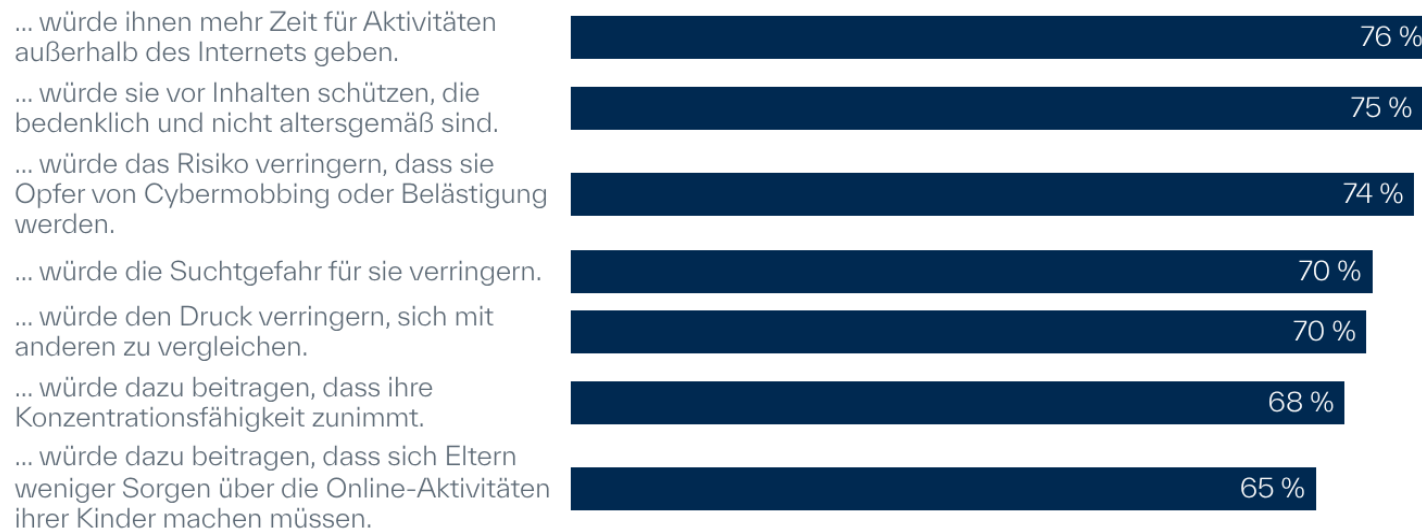
Auch unter Eltern glaubt eine deutliche Mehrheit von 57 % nicht an eine vollumfängliche Wirksamkeit eines Verbots, bei Kinderlosen sind es mit 62 % allerdings noch etwas mehr.

2.4 Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Hohe Zustimmung zu abgefragten Vorteilen eines Verbots

Mögliche Vorteile eines Verbots Sozialer Medien

*Ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche ... –
Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“*



Die abgefragten möglichen Vorteile eines Verbots Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche finden allgemein breite Zustimmung in der Bevölkerung.

Grundsätzlich stimmen Eltern den angeführten Vorteilen häufiger zu als Kinderlose. Dabei werden der Schutz vor bedenklichen und nicht altersgemäßen Inhalten (79 %) und die Möglichkeit, dass Kinder und Jugendliche mehr Zeit außerhalb des Internets verbringen (78 %), am häufigsten von Eltern als Vorteile gesehen. Bei Personen ohne Kinder erfahren die Vorteile, mehr Zeit für Aktivitäten außerhalb des Internets zu haben (74 %) sowie die Verringerung von Cybermobbing und Belästigung (72 %), die häufigste Zustimmung.

2.4 Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Auch unter Verbotsablehnenden eher Zustimmung zu abgefragten Vorteilen

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Vorteilen nach Einstellung zu einem Verbot für unter 14-Jährige

Index von 1 bis 5



Die Betrachtung der durchschnittlichen Zustimmung bzw. Ablehnung über alle abgefragten möglichen Vorteile zeigt, dass Personen, die ein Verbot sehr befürworten, die höchsten durchschnittlichen Zustimmungswerte aufweisen und den Vorteilen damit am häufigsten zustimmen.

Auch Personen, die gegenüber einem Verbot indifferent sind oder ein Verbot eher oder sehr ablehnen, erreichen im Durchschnitt Werte oberhalb der theoretischen Skalenmitte. Dies zeigt, dass die Mehrheit der Menschen in diesen Gruppen den genannten Vorteilen ebenfalls im Mittel noch eher zustimmt und sie nicht etwa mehrheitlich ablehnt.

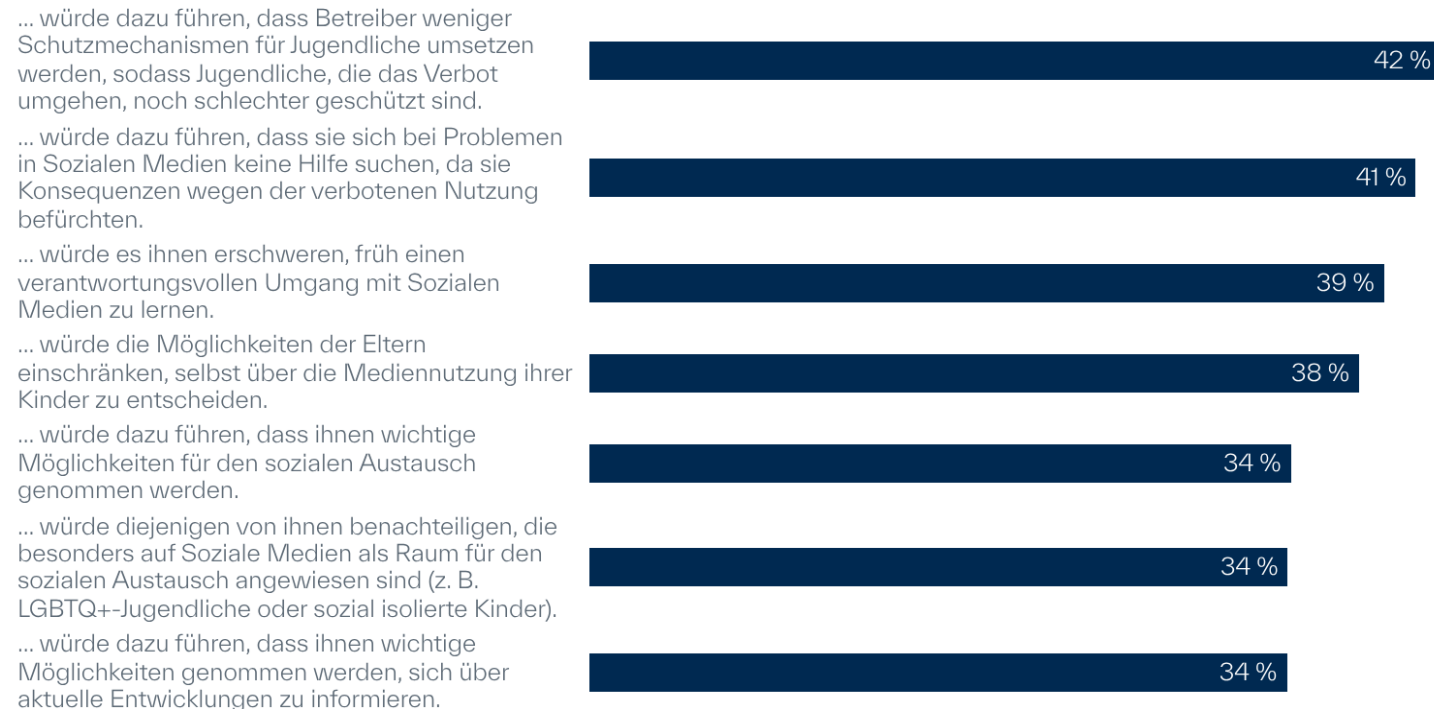
Basis: sehr dafür: n = 1.037, eher dafür: n = 654, weder dafür noch dagegen: n = 307, eher dagegen: n = 238, sehr dagegen: n = 189.

2.4 Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Zustimmung zu abgefragten Nachteilen prinzipiell geringer als zu abgefragten Vorteilen

Mögliche Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“



Bei den abgefragten Nachteilen eines Verbots findet keiner der genannten Nachteile mehrheitliche Zustimmung. Die höchste Zustimmung erhält mit 42 % die mögliche negative Auswirkung, dass bei einem Verbot die Plattformbetreiber noch weniger Schutzmechanismen umsetzen könnten und Kinder und Jugendliche so bei einer Nutzung trotz Verbots deutlich weniger geschützt wären als zuvor.

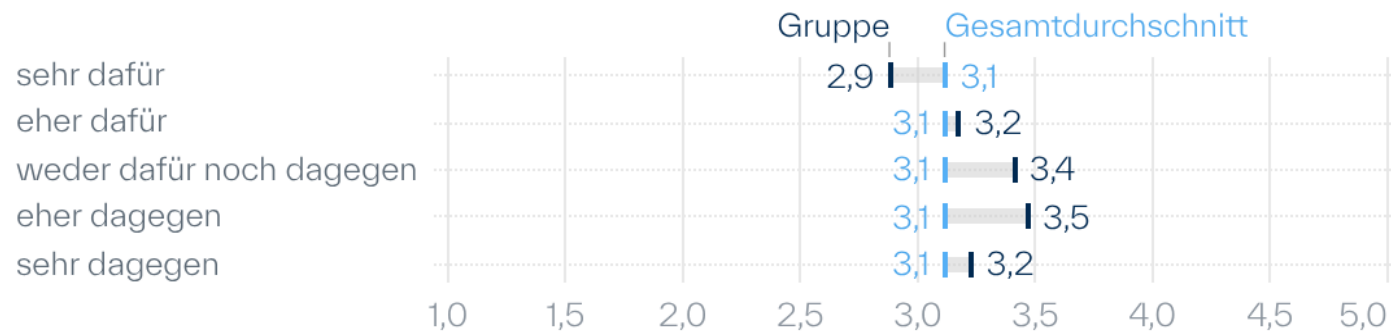
Die Zustimmung von Eltern zu den abgefragten Nachteilen eines Verbots von Sozialen Medien für Kinder und Jugendliche fällt tendenziell leicht geringer aus als bei Personen ohne Kinder. Lediglich bei dem möglichen Nachteil, dass diejenigen benachteiligt werden könnten, die besonders auf Soziale Medien als Raum für den sozialen Austausch angewiesen sind, ist ein Unterschied mit 31 % Zustimmung bei Eltern und 38 % bei Kinderlosen erkennbar.

2.4 Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Zustimmung zu abgefragten Nachteilen bei Ablehnenden eines Verbots größer als bei Befürwortenden

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Nachteilen nach Einstellung zu einem Verbot für unter 14-Jährige

Index von 1 bis 5



Betrachtet man wieder die durchschnittliche Zustimmung bzw. Ablehnung aller abgefragten möglichen Nachteile, wird deutlich, dass die möglichen Vorteile eines Verbots Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche stärker als die möglichen Nachteile gesehen werden: Der Gesamtdurchschnitt über die vorgelegten Nachteile liegt nahe der Skalenmitte und damit deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt der vorgelegten Vorteile.

Dabei ist die Zustimmung zu den möglichen Nachteilen bei Personen, die ein Verbot für unter 14-Jährige sehr befürworten, am geringsten. Bei indifferenten Personen und Personen, die eher gegen ein Verbot sind, ist die Zustimmung hingegen am höchsten. Bei Personen, die sich sehr gegen ein Verbot aussprechen, ist die Zustimmung in etwa auf dem Niveau derer, die sich eher für ein Verbot aussprechen.

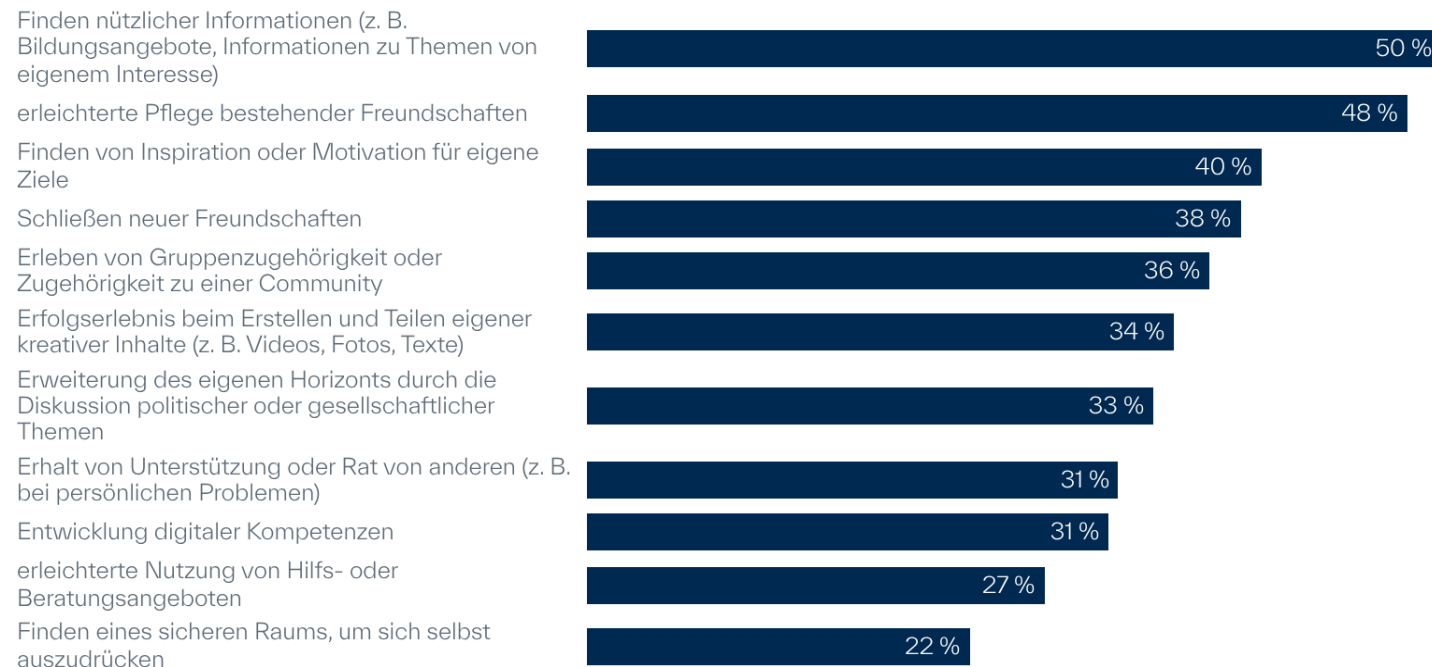
Basis: sehr dafür: n = 1.028, eher dafür: n = 650, weder dafür noch dagegen: n = 305, eher dagegen: n = 236, sehr dagegen: n = 187.

2.5 Eigene Erfahrungen mit Sozialen Medien

Es berichten mehr Personen von positiven als von negativen abgefragten Erfahrungen

Positive Erfahrung mit Sozialen Medien

Haben Sie selbst schon einmal die folgenden Situationen bei der Nutzung von Sozialen Medien erlebt? – Anteil ja



Der Großteil der Internetnutzenden in Deutschland hat mindestens eine der abgefragten positiven Erfahrungen bereits gemacht. Am häufigsten werden dabei das Finden nützlicher Informationen und die erleichterte Pflege bestehender Freundschaften als bereits erlebt angegeben.

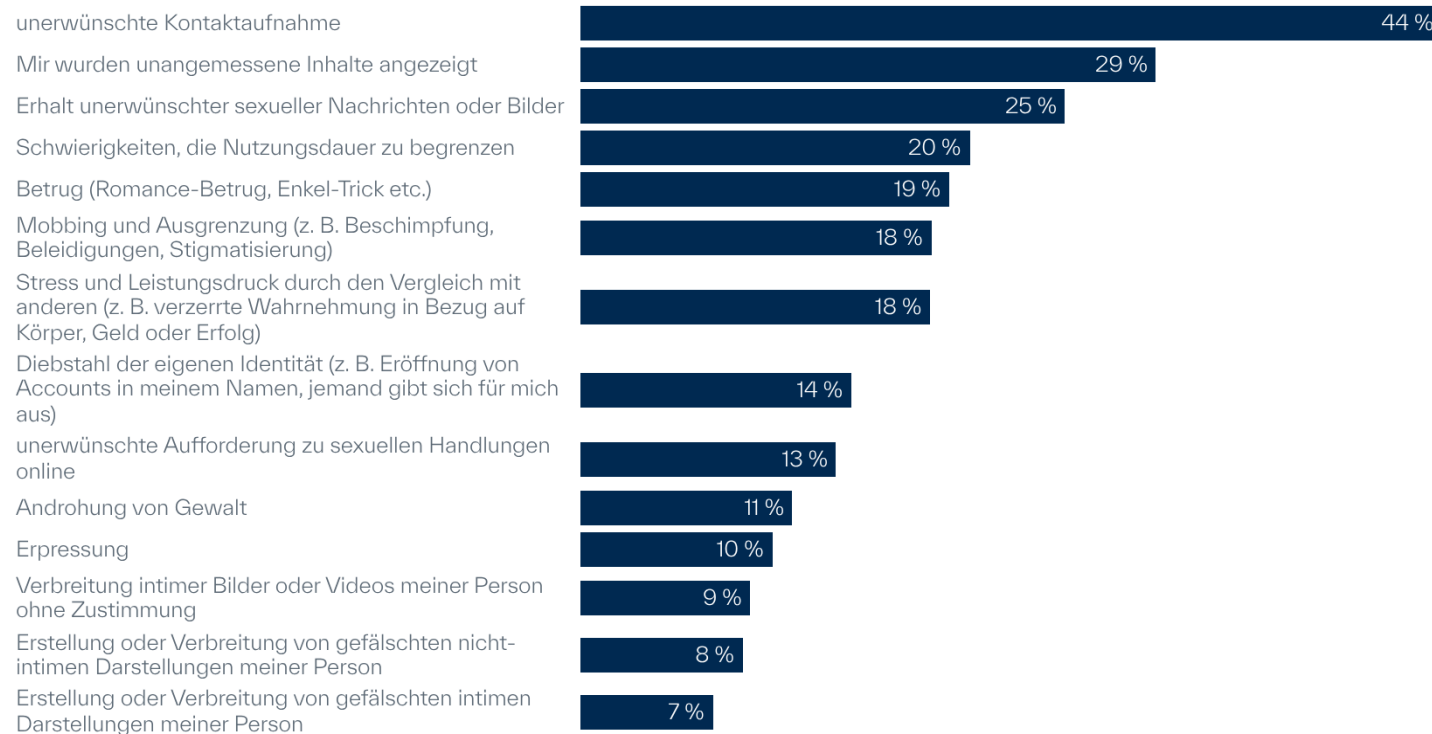
Das Vorliegen eigener positiver Erfahrungen hat jedoch nur wenig Einfluss auf die Einstellung zu einem Nutzungsverbot für Kinder unter 14 Jahren.

2.5 Eigene Erfahrungen mit Sozialen Medien

Häufigkeiten abgefragter negativer Erfahrungen variieren deutlich

Negative Erfahrung mit Sozialen Medien

Haben Sie selbst schon einmal die folgenden Situationen bei der Nutzung von Sozialen Medien erlebt? – Anteil ja



Basis: n = min. 2.437.

Nutzende berichten auch davon, die abgefragten negativen Erfahrungen in Sozialen Medien gemacht zu haben. Dabei wurden mit Abstand die meisten Personen bereits unerwünscht kontaktiert. Die wenigsten Personen berichten von der Erstellung oder Verbreitung von gefälschten Darstellungen der eigenen Person.

Frauen berichten tendenziell häufiger als Männer, die abgefragten negativen Erfahrungen bereits gemacht zu haben. Auch die vorgelegten positiven Erlebnisse haben Frauen in der Tendenz häufiger erfahren. Dazu passt, dass Frauen tendenziell etwas mehr Zeit in den Sozialen Medien verbringen als Männer.

Die dargestellten positiven wie auch negativen Erfahrungen mit Sozialen Medien wurden aus Sicht der Eltern auch für die eigenen Kinder abgefragt. Hier zeigt sich, dass Eltern, die ein oder mehrere Kinder ausschließlich im Alter von 10 bis 15 Jahren haben, durchschnittlich zu 14 % „weiß nicht“ angegeben haben. Eltern scheint es somit zumindest teilweise schwerzufallen, die Online-Erfahrungen ihrer Kinder einzuschätzen.

2.6 Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in Sozialen Medien

Mehrheit befürwortet eine Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien

Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien

In Deutschland wird derzeit auch über eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien diskutiert. Dies würde bedeuten, dass Nutzerinnen und Nutzer in Sozialen Medien ihren echten Vor- und Nachnamen verwenden und sich bei der Accounterstellung entsprechend eindeutig (z. B. mittels eines Ausweises) verifizieren müssten. Wie sehr sind Sie für oder gegen eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien?



Basis: n = 2.500.

Für die häufig im Zusammenhang mit einem Verbot von Sozialen Medien diskutierte Klarnamenpflicht in Sozialen Medien spricht sich eine Mehrheit der Internetnutzenden in Deutschland aus. Nur 19 % sind „eher“ oder „sehr dagegen“. Ebenso knapp ein Fünftel ist unentschlossen.

Die Zustimmung fällt unter Eltern höher aus als unter Personen ohne Kinder. Zugleich macht die Nutzung Sozialer Medien einen leichten Unterschied: Personen, die keine Sozialen Medien nutzen, sind zu 63 % für eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien, wohingegen 57 % der Nutzerinnen und Nutzer Sozialer Medien eine Klarnamenpflicht befürworten.

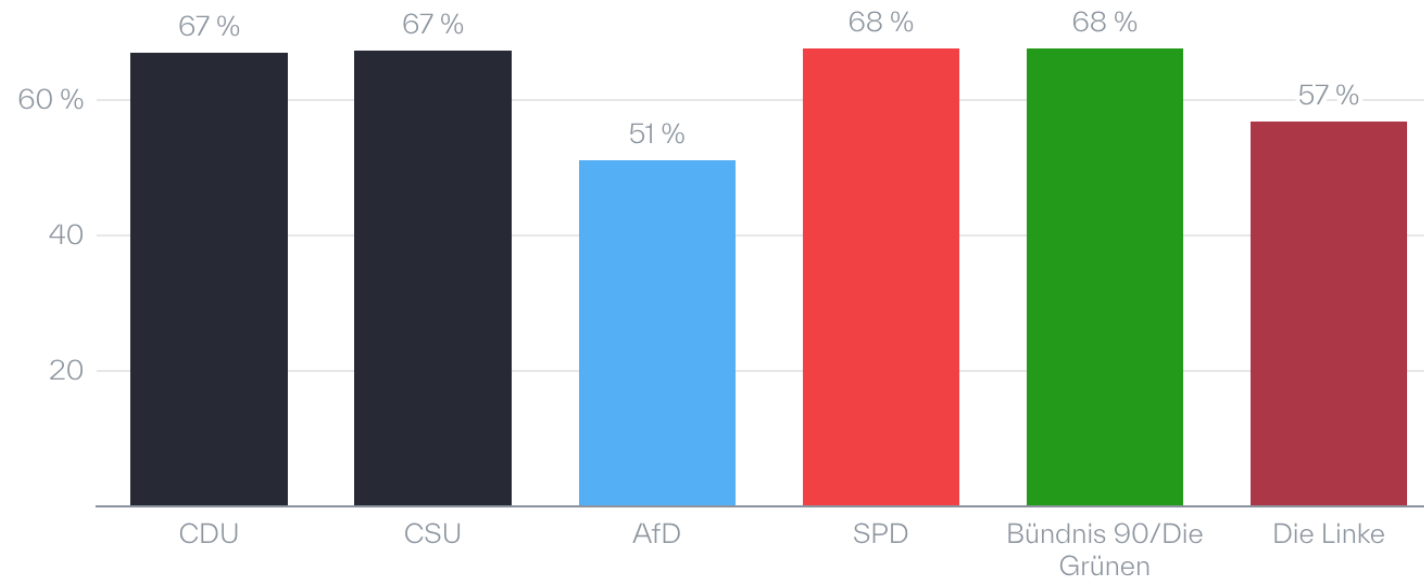
Auch Alterseffekte zeigen sich: So steigt mit zunehmendem Alter die Befürwortung einer Klarnamenpflicht, selbst unter Nutzenden Sozialer Medien. Unter den 16- bis 29-jährigen Nutzenden Sozialer Medien geben 47 % an, eher oder sehr für eine Klarnamenpflicht zu sein. Unter den Nutzerinnen und Nutzern, die über 65 Jahre alt sind, sind es 63 %.

2.6 Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in Sozialen Medien

Höchste Zustimmung zu einer Klarnamenpflicht bei Wählenden von SPD, Grünen und Union

Zustimmung zu einer Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien nach Sonntagsfrage

Wie sehr sind Sie für oder gegen eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien? – Anteil „sehr/eher dafür“



Basis: n = min. 95.

Auch bei der Klarnamenpflicht in Sozialen Medien zeigen sich Unterschiede nach Parteipräferenz, die mit der Sonntagsfrage („Welche Partei würden Sie wählen, wenn nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?“) abgefragt wurde.

Die geringste Zustimmung für eine Klarnamenpflicht findet sich unter potenziellen Wählerinnen und Wählern der AfD, während die höchsten Zustimmungswerte bei potenziellen Wählerinnen und Wählern der SPD, von Bündnis 90/Die Grünen und der Union zu beobachten sind.

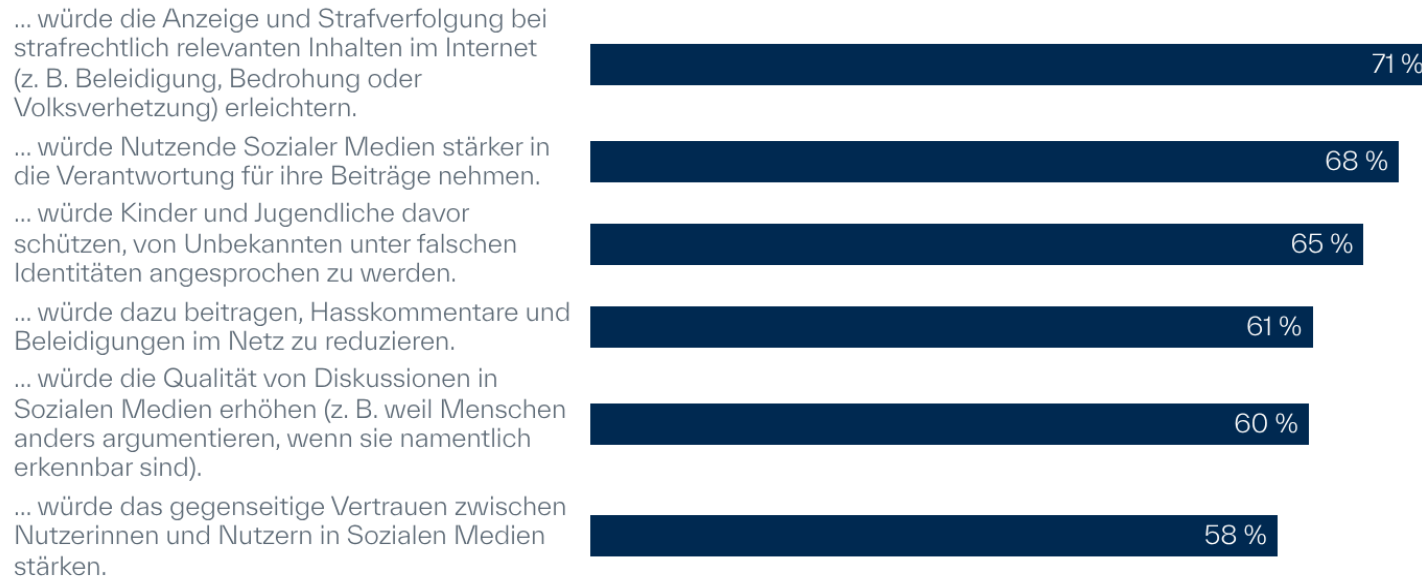
Auch hier zeigt sich, dass sich trotz der Unterschiede nach Parteipräferenz jeweils eine Mehrheit für eine entsprechende Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien ausspricht.

2.7 Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Abgefragte Vorteile einer Klarnamenpflicht erfahren etwas mehr Zustimmung als abgefragte Nachteile

Mögliche Vorteile einer Klarnamenpflicht

Eine Klarnamenpflicht ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“



Die Zustimmung zu einer Klarnamenpflicht in Sozialen Medien spiegelt sich auch in der Bewertung ihrer potenziellen Vor- und Nachteile wider. Insgesamt erhalten die abgefragten Vorteile einer Klarnamenpflicht mehr Zustimmung als die abgefragten Nachteile.

Mit 71 % eher oder voller Zustimmung wird der Vorteil gesehen, dass eine Klarnamenpflicht die Anzeige und Strafverfolgung strafrechtlich relevanter Inhalte erleichtert. Die geringste Zustimmung erhält der mögliche Vorteil, dass eine Klarnamenpflicht das Vertrauen zwischen den Nutzenden Sozialer Medien stärke. Wobei auch diesem Vorteil noch eine deutliche Mehrheit zustimmt.

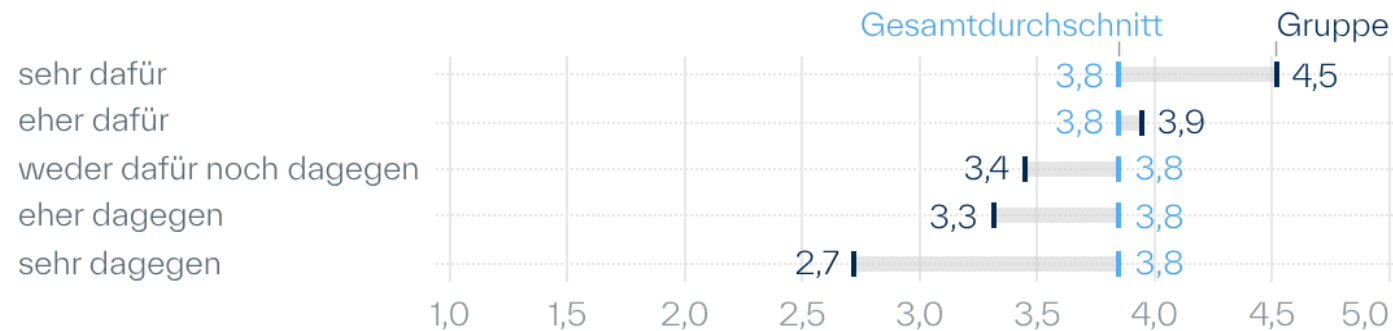
Auch hier zeigt sich, dass Eltern den vorgelegten Vorteilen einer Klarnamenpflicht zu einem größeren Anteil zustimmen als Personen ohne Kinder. Zudem nimmt die Zustimmung zu den genannten Vorteilen einer Klarnamenpflicht mit dem Alter zu.

2.7 Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Wahrnehmung der abgefragten Vorteile hängt mit Befürwortung der Klarnamenpflicht zusammen

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Vorteilen nach Einstellung zu einer Klarnamenpflicht

Index von 1 bis 5



Bei der Betrachtung der durchschnittlichen Zustimmung bzw. Ablehnung aller abgefragten möglichen Vorteile einer Klarnamenpflicht zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit der Einstellung zu einer derartigen Pflicht: Je stärker die Befürwortung einer Klarnamenpflicht, desto höher auch die durchschnittliche Zustimmung zu den möglichen Vorteilen.

Nur bei denjenigen, die sehr gegen eine Klarnamenpflicht sind, liegt die durchschnittliche Zustimmung unter der Skalenmitte.

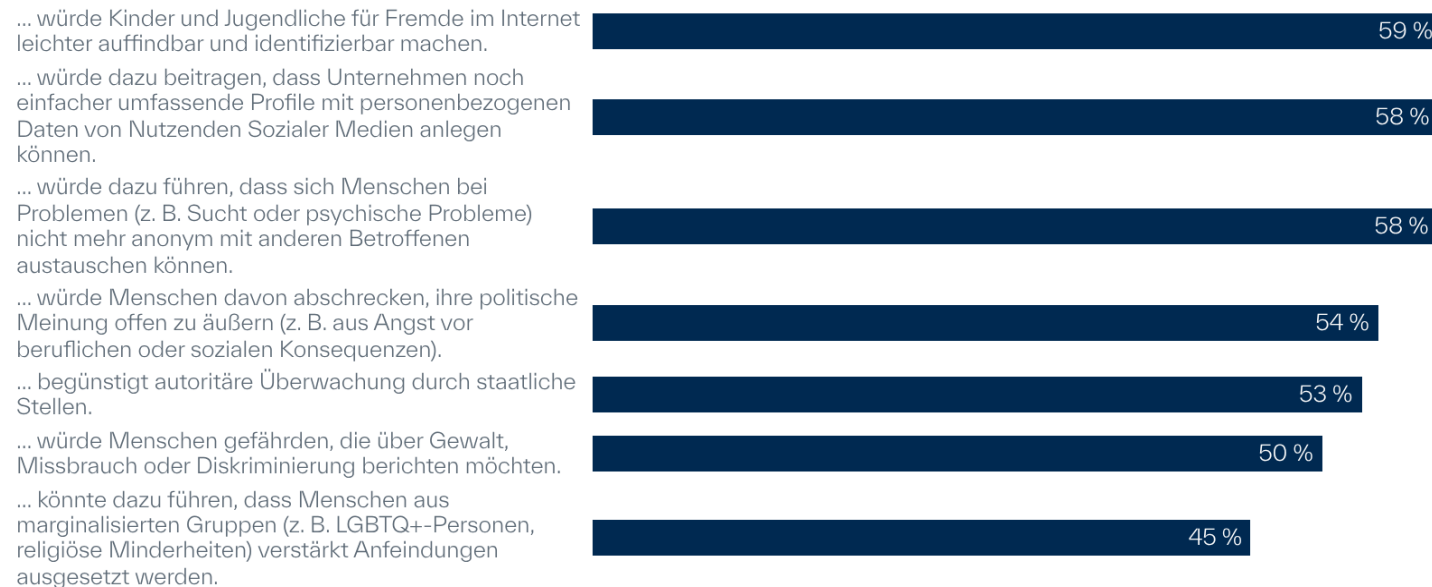
Basis: sehr dafür: n = 818, eher dafür: n = 613, weder dafür noch dagegen: n = 442, eher dagegen: n = 228, sehr dagegen: n = 269.

2.7 Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Breite Zustimmung auch zu den abgefragten Nachteilen einer Klarnamenpflicht

Mögliche Nachteile einer Klarnamenpflicht

Eine Klarnamenpflicht ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“



Die Zustimmung zu abgefragten möglichen Nachteilen einer Klarnamenpflicht fällt etwas geringer aus als zu den abgefragten Vorteilen, ist aber dennoch hoch. Mit 59 % eher oder voller Zustimmung wird am häufigsten als Nachteil gesehen, dass Fremde Kinder und Jugendliche leichter identifizieren könnten. Die geringste Zustimmung erhält der Nachteil, dass marginalisierte Gruppen verstärkten Anfeindungen ausgesetzt sein könnten.

Nutzende Sozialer Medien stimmen den abgefragten Nachteilen etwas häufiger zu als Nichtnutzende. Gleichzeitig gibt sowohl bei den abgefragten Vorteilen als auch bei den abgefragten Nachteilen unter den Nichtnutzenden ein deutlich höherer Anteil „weiß nicht“ an. Nichtnutzende können damit offenbar die abgefragten Vor- und Nachteile schlechter abschätzen.

2.7 Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Unterschiede bei der Zustimmung zu abgefragten Nachteilen geringer als bei den abgefragten Vorteilen

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Nachteilen nach Einstellung zu einer Klarnamenpflicht

Index von 1 bis 5



Betrachtet man die durchschnittliche Zustimmung bzw. Ablehnung aller abgefragten Nachteile einer Klarnamenpflicht, fällt auf, dass der Zusammenhang zwischen der Befürwortung einer Klarnamenpflicht und der durchschnittlichen Zustimmung zu den Nachteilen weniger deutlich ausgeprägt ist als bei den Vorteilen.

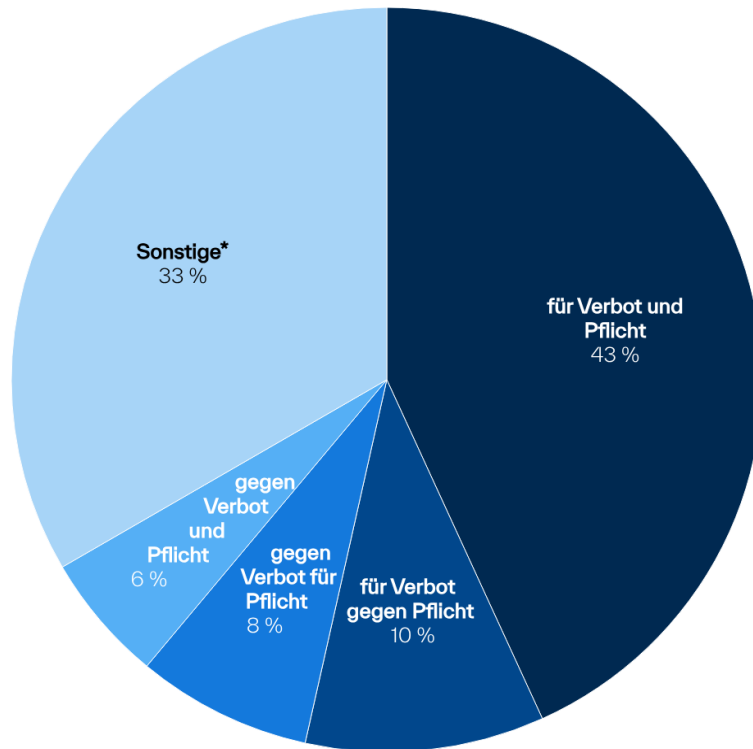
Der Gesamtdurchschnitt liegt auch bei den Nachteilen über der Skalenmitte, was zeigt, dass nicht nur die Vorteile, sondern auch die Nachteile einer Klarnamenpflicht gesehen werden. Zudem ist die durchschnittliche Zustimmung zu den Nachteilen bei Ablehnenden einer Klarnamenpflicht größer als bei Befürwortenden und Unentschlossenen.

Basis: sehr dafür: n = 813, eher dafür: n = 608, weder dafür noch dagegen: n = 437, eher dagegen: n = 227, sehr dagegen: n = 269.

2.8 Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien und zu einer Klarnamenpflicht

Nicht nur pauschale Befürwortung eines Verbots Sozialer Medien und einer Klarnamenpflicht

Einstellungen zum Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige sowie zur Klarnamenpflicht



Die Gruppe derjenigen in der Bevölkerung, die sowohl ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche unter 14 Jahren als auch eine Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien befürwortet, ist mit 43 % zwar die größte. Gleichzeitig können 51 % der Menschen in Deutschland jedoch nicht pauschal Befürwortenden oder Ablehnenden beider Forderungen zugeordnet werden. Nur 6 % sind dezidiert gegen ein Verbot von Sozialen Medien und gleichzeitig gegen eine Klarnamenpflicht.

*Sonstige: „weder dafür noch dagegen“ oder „weiß nicht“ in mindestens einer der beiden Fragen.

Basis: n = 2.500.

3. Fazit

- In Deutschland ist eine breite Mehrheit der Menschen für ein Verbot von Sozialen Medien für Kinder und Jugendliche unter 14 Jahren. Unter Personen, die selbst keine Sozialen Medien nutzen, ist die starke Befürwortung eines Verbots weiter verbreitet als unter Personen mit einer Nutzung von Sozialen Medien. Deutlichere Unterschiede zeigen sich auch nach Parteipräferenz, wohingegen verschiedene soziodemografische Merkmale kaum im Zusammenhang mit der Einstellung zu einem Verbot stehen.
- TikTok, Instagram und Facebook sind die Plattformen, die am häufigsten im Zusammenhang mit der Frage, welche Plattformen in ein Verbot mit einbezogen werden sollten, genannt werden, YouTube und WhatsApp am seltensten.
- Trotz der weitverbreiteten Zustimmung zu einem Verbot glaubt eine Mehrheit der Menschen in Deutschland nicht, dass ein solches Verbot tatsächlich verhindern könne, dass Kinder und Jugendliche Soziale Medien nutzen. Dies gilt auch für die Gruppe der Befürworterinnen und Befürworter eines Verbots.
- Bezüglich abgefragter positiver und negativer Erfahrungen in Sozialen Medien berichten Nutzende in vielen Fällen, dass sie beide Arten von Erfahrungen gemacht haben. Weder die positiven noch die negativen Erfahrungen stehen jedoch in einem nennenswerten Zusammenhang mit der Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche.
- Auch für eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien spricht sich eine Mehrheit der Bevölkerung in Deutschland aus. In diesem Zusammenhang werden insbesondere eine erleichterte Strafverfolgung bei strafrechtlich relevanten Inhalten sowie ein höheres Verantwortungsbewusstsein bei Nutzenden unter den abgefragten Vorteilen einer solchen Pflicht als zutreffend angesehen. Eine mögliche erleichterte Auffindbarkeit von Kindern und Jugendlichen durch Fremde wird unter den abgefragten Risiken am häufigsten als Nachteil einer Klarnamenpflicht gesehen.
- Die vorliegende Studie gibt wichtige Einblicke in die Ansichten und Einstellungen der Bevölkerung im Zusammenhang mit einem möglichen Verbot von Sozialen Medien für Kinder und Jugendliche und bildet damit eine Grundlage für die aktuelle gesellschaftspolitische Debatte über diese Thematik.

4. Tabellenanhang: Sonderauswertung Bayern

Nutzung von Sozialen Medien

Eigene Nutzung Sozialer Medien nach Alter

Wie viel Zeit verbringen Sie im Durchschnitt pro Tag privat in den Sozialen Medien?

	16-29 Jahre	30-49 Jahre	50-65 Jahre	>65 Jahre
Deutschland				
keine Nutzung	5 %	6 %	13 %	22 %
bis unter 1 Stunde	21 %	40 %	52 %	56 %
1 bis unter 4 Stunden	55 %	45 %	30 %	19 %
4 bis unter 8 Stunden	15 %	7 %	3 %	2 %
8 Stunden und mehr	4 %	1 %	2 %	0 %
Gesamt (gerundet)	100 %	100 %	100 %	100 %
Bayern				
keine Nutzung	4 %	4 %	14 %	21 %
bis unter 1 Stunde	19 %	36 %	53 %	57 %
1 bis unter 4 Stunden	56 %	49 %	29 %	18 %
4 bis unter 8 Stunden	18 %	9 %	3 %	3 %
8 Stunden und mehr	4 %	3 %	1 %	1 %
Gesamt (gerundet)	100 %	100 %	100 %	100 %

Basis: Deutschland: 16-29 Jahre: n = 466, 30-49 Jahre: n = 716, 50-65 Jahre: n = 675, >65 Jahre: n = 604; Bayern: 16-29 Jahre: n = 149, 30-49 Jahre: n = 304, 50-65 Jahre: n = 246, >65 Jahre: n = 171; ohne „weiß nicht“.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland ...

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland							
... unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	41 %	25 %	14 %	10 %	8 %	3 %	100 %
... unter 16 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	21 %	25 %	24 %	17 %	10 %	3 %	100 %
... unter 18 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	11 %	13 %	25 %	25 %	23 %	3 %	100 %
Bayern							
... unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	45 %	25 %	12 %	10 %	7 %	2 %	100 %
... unter 16 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	21 %	25 %	24 %	19 %	9 %	2 %	100 %
... unter 18 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?	10 %	12 %	23 %	27 %	24 %	2 %	100 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige nach Alter

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland unter 14 Jahren zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland							
16-29 Jahre	35 %	27 %	18 %	9 %	8 %	4 %	100 %
30-49 Jahre	38 %	25 %	15 %	10 %	9 %	4 %	100 %
50-65 Jahre	47 %	24 %	11 %	10 %	6 %	2 %	100 %
>65 Jahre	43 %	24 %	13 %	10 %	9 %	2 %	100 %
Bayern							
16-29 Jahre	37 %	33 %	13 %	9 %	5 %	3 %	100 %
30-49 Jahre	41 %	27 %	13 %	9 %	7 %	2 %	100 %
50-65 Jahre	49 %	21 %	10 %	12 %	6 %	2 %	100 %
>65 Jahre	50 %	21 %	11 %	8 %	9 %	2 %	100 %

Basis: Deutschland: 16-29 Jahre: n = 481, 30-49 Jahre: n = 724, 50-65 Jahre: n = 682, >65 Jahre: n = 613; Bayern: 16-29 Jahre: n = 155, 30-49 Jahre: n = 310, 50-65 Jahre: n = 250, >65 Jahre: n = 176.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche nach Nutzung Sozialer Medien

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland **unter 14 Jahren** zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland							
keine Nutzung	50 %	15 %	9 %	4 %	10 %	13 %	100 %
Nutzung	40 %	26 %	15 %	10 %	8 %	1 %	100 %
Bayern							
keine Nutzung	[57 %]	[11 %]	[9 %]	[3 %]	[9 %]	[10 %]	[100 %]
Nutzung	43 %	27 %	12 %	10 %	6 %	1 %	100 %

Basis: Deutschland: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 276, Nutzung Sozialer Medien: n = 2.185; Bayern: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 89, Nutzung Sozialer Medien: n = 781.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche nach Nutzung Sozialer Medien

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland **unter 16 Jahren** zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland							
keine Nutzung	34 %	20 %	16 %	9 %	10 %	12 %	100 %
Nutzung	19 %	26 %	26 %	18 %	10 %	2 %	100 %
Bayern							
keine Nutzung	[38 %]	[20 %]	[19 %]	[5 %]	[8 %]	[9 %]	[100 %]
Nutzung	19 %	26 %	24 %	21 %	10 %	1 %	100 %

Basis: Deutschland: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 276, Nutzung Sozialer Medien: n = 2.185; Bayern: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 89, Nutzung Sozialer Medien: n = 781.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche nach Nutzung Sozialer Medien

Wie sehr sind Sie dafür oder dagegen, es Kindern und Jugendlichen in Deutschland **unter 18 Jahren** zu verbieten, Soziale Medien zu nutzen?

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland							
keine Nutzung	16 %	15 %	23 %	17 %	17 %	11 %	100 %
Nutzung	10 %	13 %	25 %	26 %	24 %	2 %	100 %
Bayern							
keine Nutzung	[18 %]	[18 %]	[23 %]	[22 %]	[9 %]	[10 %]	[100 %]
Nutzung	9 %	11 %	23 %	28 %	27 %	1 %	100 %

Basis: Deutschland: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 276, Nutzung Sozialer Medien: n = 2.185; Bayern: keine Nutzung Sozialer Medien: n = 89, Nutzung Sozialer Medien: n = 781.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien

Webseiten und Apps, für die ein Nutzungsverbot gewünscht wird

Welche Websites oder Apps sollte das Nutzungsverbot Ihrer Meinung nach miteinschließen? – Anteil ja

	<i>Deutschland</i>	<i>Bayern</i>
TikTok	81 %	83 %
Instagram	73 %	76 %
Facebook	67 %	70 %
Snapchat	64 %	66 %
X (ehemals Twitter)	63 %	69 %
Twitch	52 %	57 %
Reddit	49 %	53 %
Discord	47 %	52 %
BeReal	45 %	50 %
YouTube	43 %	42 %
WhatsApp	30 %	29 %

Basis: Befragte, die eher oder sehr dafür sind, die Nutzung Sozialer Medien für bestimmte Kinder und Jugendliche zu verbieten: Deutschland: n = 1.889; Bayern: n = 684.

Durchsetzbarkeit eines Verbots Sozialer Medien

Einschätzung der Wirksamkeit eines Verbots Sozialer Medien

Wie wahrscheinlich ist es Ihrer Meinung nach, dass ein gesetzliches Verbot tatsächlich verhindert, dass Kinder und Jugendliche Soziale Medien nutzen?

	sehr wahrscheinlich	eher wahrscheinlich	eher unwahrscheinlich	sehr unwahrscheinlich	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland	10 %	24 %	40 %	19 %	7 %	100 %
Bayern	8 %	23 %	44 %	20 %	5 %	100 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Durchsetzbarkeit eines Verbots Sozialer Medien

Einschätzung der Wirksamkeit nach Einstellung zu einem Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige

Wie wahrscheinlich ist es Ihrer Meinung nach, dass ein gesetzliches Verbot tatsächlich verhindert, dass Kinder und Jugendliche Soziale Medien nutzen?

	für Verbot	gegen Verbot	weder dafür noch dagegen
Deutschland			
sehr wahrscheinlich	11 %	7 %	7 %
eher wahrscheinlich	28 %	17 %	19 %
eher unwahrscheinlich	41 %	39 %	44 %
sehr unwahrscheinlich	14 %	33 %	26 %
weiß nicht	6 %	4 %	5 %
Gesamt (gerundet)	100 %	100 %	100 %
Bayern			
sehr wahrscheinlich	10 %	3 %	4 %
eher wahrscheinlich	26 %	17 %	13 %
eher unwahrscheinlich	46 %	33 %	52 %
sehr unwahrscheinlich	15 %	41 %	25 %
weiß nicht	4 %	6 %	6 %
Gesamt (gerundet)	100 %	100 %	100 %

Basis: Deutschland: für Verbot: n = 1.702, gegen Verbot: n = 429, weder dafür noch dagegen: n = 314; Bayern: für Verbot: n = 618, gegen Verbot: n = 147, weder dafür noch dagegen: n = 106.

Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Mögliche Vorteile eines Verbots Sozialer Medien

Ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“

	<i>Deutschland</i>	<i>Bayern</i>
... würde ihnen mehr Zeit für Aktivitäten außerhalb des Internets geben.	76 %	79 %
... würde sie vor Inhalten schützen, die bedenklich und nicht altersgemäß sind.	75 %	78 %
... würde das Risiko verringern, dass sie Opfer von Cybermobbing oder Belästigung werden.	74 %	78 %
... würde die Suchtgefahr für sie verringern.	70 %	73 %
... würde den Druck verringern, sich mit anderen zu vergleichen.	70 %	70 %
... würde dazu beitragen, dass ihre Konzentrationsfähigkeit zunimmt.	68 %	71 %
... würde dazu beitragen, dass sich Eltern weniger Sorgen über die Online-Aktivitäten ihrer Kinder machen müssen.	65 %	67 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Vorteilen nach Einstellung zu einem Verbot für unter 14-Jährige

Index von 1 bis 5

	<i>Gesamt- durchschnitt</i>	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen
Deutschland						
nach Einstellung	4,0	4,4	4,0	3,5	3,4	3,5
Bayern						
nach Einstellung	4,1	4,5	4,0	3,5	[3,4]	[3,5]

Basis: Deutschland: sehr dafür: n = 1.037, eher dafür: n = 654, weder dafür noch dagegen: n = 307, eher dagegen: n = 238, sehr dagegen: n = 189; Bayern: sehr dafür: n = 390, eher dafür: n = 224, weder dafür noch dagegen: n = 104, eher dagegen: n = 85, sehr dagegen: n = 62.

Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Mögliche Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Ein Verbot Sozialer Medien für Kinder und Jugendliche ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“

	<i>Deutschland</i>	<i>Bayern</i>
... würde dazu führen, dass Betreiber weniger Schutzmechanismen für Jugendliche umsetzen werden, sodass Jugendliche, die das Verbot umgehen, noch schlechter geschützt sind.	42 %	47 %
... würde dazu führen, dass sie sich bei Problemen in Sozialen Medien keine Hilfe suchen, da sie Konsequenzen wegen der verbotenen Nutzung befürchten.	41 %	43 %
... würde es ihnen erschweren, früh einen verantwortungsvollen Umgang mit Sozialen Medien zu lernen.	39 %	42 %
... würde die Möglichkeiten der Eltern einschränken, selbst über die Mediennutzung ihrer Kinder zu entscheiden.	38 %	42 %
... würde dazu führen, dass ihnen wichtige Möglichkeiten für den sozialen Austausch genommen werden.	34 %	36 %
... würde diejenigen von ihnen benachteiligen, die besonders auf Soziale Medien als Raum für den sozialen Austausch angewiesen sind (z. B. LGBTQ+-Jugendliche oder sozial isolierte Kinder).	34 %	38 %
... würde dazu führen, dass ihnen wichtige Möglichkeiten genommen werden, sich über aktuelle Entwicklungen zu informieren.	34 %	37 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Vor- und Nachteile eines Verbots Sozialer Medien

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Nachteilen nach Einstellung zu einem Verbot für unter 14-Jährige

Index von 1 bis 5

	<i>Gesamt- durchschnitt</i>	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen
<i>Deutschland</i>						
nach Einstellung	3,1	2,9	3,2	3,4	3,5	3,2
<i>Bayern</i>						
nach Einstellung	3,2	3,0	3,2	3,4	[3,5]	[3,4]

Basis: Deutschland: sehr dafür: n = 1.028, eher dafür: n = 650, weder dafür noch dagegen: n = 305, eher dagegen: n = 236, sehr dagegen: n = 187; Bayern: sehr dafür: n = 388, eher dafür: n = 221, weder dafür noch dagegen: n = 105, eher dagegen: n = 85, sehr dagegen: n = 62.

Eigene Erfahrungen mit Sozialen Medien

Positive Erfahrung mit Sozialen Medien

Haben Sie selbst schon einmal die folgenden Situationen bei der Nutzung von Sozialen Medien erlebt? – Anteil ja

	<i>Deutschland</i>	<i>Bayern</i>
Finden nützlicher Informationen (z. B. Bildungsangebote, Informationen zu Themen von eigenem Interesse)	50 %	55 %
Erleichterte Pflege bestehender Freundschaften	48 %	51 %
Finden von Inspiration oder Motivation für eigene Ziele	40 %	47 %
Schließen neuer Freundschaften	38 %	40 %
Erleben von Gruppenzugehörigkeit oder Zugehörigkeit zu einer Community	36 %	42 %
Erfolgserlebnis beim Erstellen und Teilen eigener kreativer Inhalte (z. B. Videos, Fotos, Texte)	34 %	40 %
Erweiterung des eigenen Horizonts durch die Diskussion politischer oder gesellschaftlicher Themen	33 %	39 %
Erhalt von Unterstützung oder Rat von anderen (z. B. bei persönlichen Problemen)	31 %	37 %
Entwicklung digitaler Kompetenzen	31 %	38 %
Erleichterte Nutzung von Hilfs- oder Beratungsangeboten	27 %	30 %
Finden eines sicheren Raums, um sich selbst auszudrücken	22 %	24 %

Basis: Deutschland: n = min. 2.401; Bayern: n = min. 846.

Eigene Erfahrungen mit Sozialen Medien

Negative Erfahrung mit Sozialen Medien

Haben Sie selbst schon einmal die folgenden Situationen bei der Nutzung von Sozialen Medien erlebt? – Anteil ja

	Deutschland	Bayern
unerwünschte Kontaktaufnahme	44 %	51 %
Mir wurden unangemessene Inhalte angezeigt	29 %	36 %
Erhalt unerwünschter sexueller Nachrichten oder Bilder	25 %	29 %
Schwierigkeiten, die Nutzungsdauer zu begrenzen	20 %	24 %
Betrug (Romance-Betrug, Enkel-Trick etc.)	19 %	24 %
Mobbing und Ausgrenzung (z. B. Beschimpfung, Beleidigungen, Stigmatisierung)	18 %	19 %
Stress und Leistungsdruck durch den Vergleich mit anderen (z. B. verzerrte Wahrnehmung in Bezug auf Körper, Geld oder Erfolg)	18 %	22 %
Diebstahl der eigenen Identität (z. B. Eröffnung von Accounts in meinem Namen, jemand gibt sich für mich aus)	14 %	13 %
unerwünschte Aufforderung zu sexuellen Handlungen online	13 %	16 %
Androhung von Gewalt	11 %	13 %
Erpressung	10 %	11 %
Verbreitung intimer Bilder oder Videos meiner Person ohne Zustimmung	9 %	8 %
Erstellung oder Verbreitung von gefälschten nicht-intimen Darstellungen meiner Person	8 %	8 %
Erstellung oder Verbreitung von gefälschten intimen Darstellungen meiner Person	7 %	7 %

Basis: Deutschland: n = min. 2.437; Bayern: n = min. 858.

Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in Sozialen Medien

Einstellungen zu einer Klarnamenpflicht in den Sozialen Medien

In Deutschland wird derzeit auch über eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien diskutiert. Dies würde bedeuten, dass Nutzerinnen und Nutzer in Sozialen Medien ihren echten Vor- und Nachnamen verwenden und sich bei der Accounterstellung entsprechend eindeutig (z. B. mittels eines Ausweises) verifizieren müssten.

Wie sehr sind Sie für oder gegen eine Klarnamenpflicht in Sozialen Medien?

	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen	weiß nicht	Gesamt (gerundet)
Deutschland	33 %	24 %	19 %	9 %	10 %	5 %	100 %
Bayern	36 %	22 %	18 %	10 %	11 %	3 %	100 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Mögliche Vorteile einer Klarnamenpflicht

Eine Klarnamenpflicht ... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“

	<i>Deutschland</i>	<i>Bayern</i>
... würde die Anzeige und Strafverfolgung bei strafrechtlich relevanten Inhalten im Internet (z. B. Beleidigung, Bedrohung oder Volksverhetzung) erleichtern.	71 %	76 %
... würde Nutzende Sozialer Medien stärker in die Verantwortung für ihre Beiträge nehmen.	68 %	72 %
... würde Kinder und Jugendliche davor schützen, von Unbekannten unter falschen Identitäten angesprochen zu werden.	65 %	68 %
... würde dazu beitragen, Hasskommentare und Beleidigungen im Netz zu reduzieren.	61 %	66 %
... würde die Qualität von Diskussionen in Sozialen Medien erhöhen (z. B. weil Menschen anders argumentieren, wenn sie namentlich erkennbar sind).	60 %	64 %
... würde das gegenseitige Vertrauen zwischen Nutzerinnen und Nutzern in Sozialen Medien stärken.	58 %	61 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Vorteilen nach Einstellung zu einer Klarnamenpflicht

Index von 1 bis 5

	<i>Gesamt- durchschnitt</i>	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen
Deutschland						
nach Einstellung	3,8	4,5	3,9	3,4	3,3	2,7
Bayern						
nach Einstellung	3,9	4,6	4,0	3,4	[3,4]	[2,7]

Basis: Deutschland: sehr dafür: n = 818, eher dafür: n = 613, weder dafür noch dagegen: n = 442, eher dagegen: n = 228, sehr dagegen: n = 269; Bayern: sehr dafür: n = 311, eher dafür: n = 196, weder dafür noch dagegen: n = 161, eher dagegen: n = 91, sehr dagegen: n = 96.

Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Mögliche Nachteile einer Klarnamenpflicht

Eine Klarnamenpflicht... – Anteil „stimme voll und ganz / eher zu“

	Deutschland	Bayern
... würde Kinder und Jugendliche für Fremde im Internet leichter auffindbar und identifizierbar machen.	59 %	64 %
... würde dazu beitragen, dass Unternehmen noch einfacher umfassende Profile mit personenbezogenen Daten von Nutzenden Sozialer Medien anlegen können.	58 %	63 %
... würde dazu führen, dass sich Menschen bei Problemen (z. B. Sucht oder psychische Probleme) nicht mehr anonym mit anderen Betroffenen austauschen können.	58 %	63 %
... würde Menschen davon abschrecken, ihre politische Meinung offen zu äußern (z. B. aus Angst vor beruflichen oder sozialen Konsequenzen).	54 %	54 %
... begünstigt autoritäre Überwachung durch staatliche Stellen.	53 %	55 %
... würde Menschen gefährden, die über Gewalt, Missbrauch oder Diskriminierung berichten möchten.	50 %	57 %
... könnte dazu führen, dass Menschen aus marginalisierten Gruppen (z. B. LGBTQ+-Personen, religiöse Minderheiten) verstärkt Anfeindungen ausgesetzt werden.	45 %	49 %

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Vor- und Nachteile einer Klarnamenpflicht

Durchschnittliche Zustimmung zu den abgefragten Nachteilen nach Einstellung zu einer Klarnamenpflicht

Index von 1 bis 5

	<i>Gesamt- durchschnitt</i>	sehr dafür	eher dafür	weder dafür noch dagegen	eher dagegen	sehr dagegen
Deutschland						
nach Einstellung	3,6	3,6	3,6	3,4	3,8	4,1
Bayern						
nach Einstellung	3,7	3,5	3,6	3,5	[3,9]	[4,2]

Basis: Deutschland: sehr dafür: n = 813, eher dafür: n = 608, weder dafür noch dagegen: n = 437, eher dagegen: n = 227, sehr dagegen: n = 269; Bayern: sehr dafür: n = 310, eher dafür: n = 196, weder dafür noch dagegen: n = 158, eher dagegen: n = 91, sehr dagegen: n = 96.

Einstellungen zu einem Verbot Sozialer Medien und zur Klarnamenpflicht

Einstellungen zum Verbot Sozialer Medien für unter 14-Jährige sowie zur Klarnamenpflicht

	für Verbot und Pflicht	für Verbot gegen Pflicht	gegen Verbot für Pflicht	gegen Verbot und Pflicht	Sonstige*	<i>Gesamt (gerundet)</i>
Deutschland	43 %	10 %	8 %	6 %	33 %	100 %
Bayern	46 %	13 %	7 %	5 %	30 %	100 %

*Sonstige: „weder dafür noch dagegen“ oder „weiß nicht“ in mindestens einer der beiden Fragen.

Basis: Deutschland: n = 2.500; Bayern: n = 891.

Kontaktieren Sie uns

Ihre Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner



Wissenschaftliche Referentin
Think Tank, bidt

Antonia Schlude
antonia.schlude@bidt.digital



Wissenschaftliche Referentin
Think Tank, bidt

Ulrike Mendel
ulrike.mendel@bidt.digital



Abteilungsleiter
Think Tank, bidt

Dr. Roland A. Stürz
roland.stuerz@bidt.digital

bidt Analysen und Studien Nr. 23

Die vom bidt veröffentlichten Analysen und Studien geben die Ansichten der Autorinnen und Autoren wieder; sie spiegeln nicht die Haltung des Instituts als Ganzes wider.

bidt – Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation
Gabelsbergerstraße 4 | 80333 München
www.bidt.digital

ISSN: 2701-2379
DOI: 10.35067/typq-kn81



www.bidt.digital

© 2026 bidt – Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation