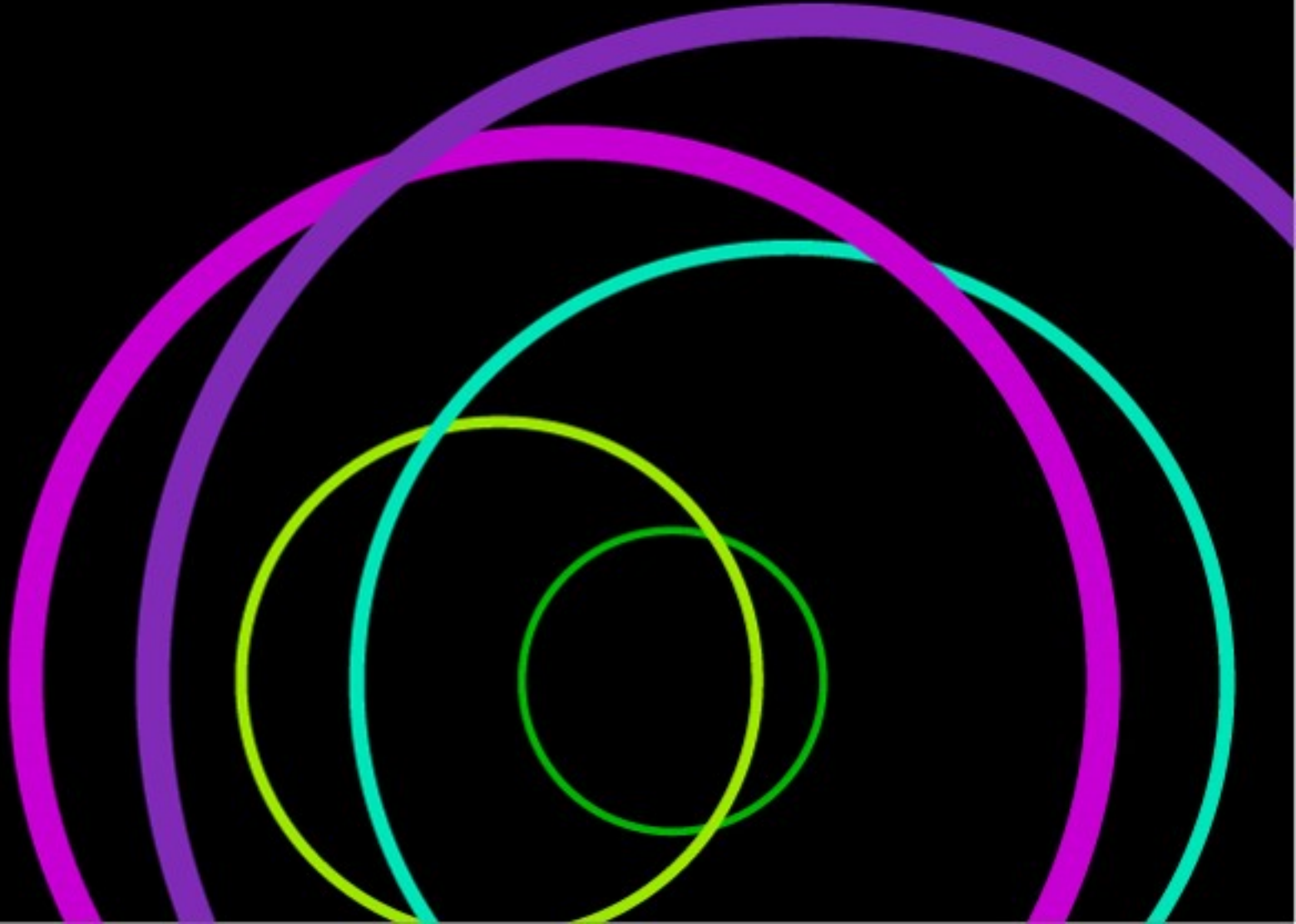


KANTAR PUBLIC

Ergebnisbericht: Sprache und Identität

Eine Studie von Kantar Public
für das Presse- und
Informationsamt der
Bundesregierung

Kantar Public Projektnummer: 316409298
September 2022



Contents

1	Politisches Interesse, Informiertheit	8
2	Sprache, Zugehörigkeit und Sprachwandel	11
3	Gendergerechte Sprache	21
4	Diskriminierung durch Sprache	33
5	Hate Speech	38
6	Beschreibung der Zielgruppe	44

Methodische Anlage

Grundgesamtheit	Intensivnutzer*innen sozialer Medien ab 16 Jahren in Deutschland
Stichprobe	Quotenstichprobe aus Online Access-Panel (Brutto-Ausgangsstichprobe mit anschließendem Screening nach Social Media-Nutzung)
Erhebungsverfahren	Online-Befragung (CAWI)
Erhebungszeitraum	21. Juli bis 03. August 2022
Fallzahl	1.040 Befragte
Gewichtung	nach soziodemographischen Merkmalen und nach Social Media-Nutzung

Zentrale Ergebnisse der Studie

- Drei Fünftel der Intensivnutzenden sozialer Netzwerke interessieren sich eher bzw. sehr stark für Politik. Männer und formal höher Gebildete sind nach eigener Aussage besonders interessiert. Entsprechend informieren sich zwei Drittel mehrmals im Monat bis täglich aktiv über politische Themen.
- Die eigene Identität wird stark von Freunden und Familie, dem freien Leben in einer Demokratie, sowie beruflicher Erfüllung geprägt. Auch die deutsche Sprache ist identitätsprägend, genau wie die deutsche Staatsbürgerschaft und kulturelle Aspekte. Religion spielt im Leben der meisten Befragten keine oder nur eine untergeordnete Rolle.
- Die prägendsten Aspekte für die deutsche Kultur sind die Meinungsfreiheit sowie das Leben in Freiheit generell. Daneben sind Bildung, die deutsche Sprache, die Gleichberechtigung von Mann und Frau sowie die Gleichheit vor dem Gesetz Errungenschaften in Deutschland, die kulturstiftend wirken.
- Fast vier Fünftel der Befragten finden, dass sich die deutsche Sprache in den letzten 10-20 Jahren (sehr) stark verändert hat. Die Mehrheit der Intensivnutzenden sozialer Netzwerke sieht die Veränderung der Sprache negativ – dies trifft insbesondere für ältere Befragte zu. Die Sprachveränderungen der letzten 10-20 Jahre werden mehrheitlich als unverständlicher, vulgärer, anspruchsloser und weniger schön betrachtet. Die Bewertung der jüngsten Altersgruppe bis 29 Jahre unterscheidet sich in einigen Attributen: Sie betrachten die Veränderungen auch als einfacher, abwechslungsreicher und politisch korrekter.

Zentrale Ergebnisse der Studie

- Die Diskussionen in sozialen Netzwerken werden im Vergleich zu Diskussionen außerhalb als weniger respektvoll und weniger politisch korrekt, dafür umso emotionaler wahrgenommen. Das Liken anderer Beiträge ist die häufigste Interaktion in sozialen Netzwerken. Das Teilen oder Kommentieren anderer Beiträge wird deutlich seltener, aber jeweils zu gleichen Anteilen getätigt. Gut zwei Fünftel der Intensivnutzenden posten häufig bzw. gelegentlich eigene Inhalte.
- Neun von Zehn haben den Begriff *gendergerechte Sprache* bereits gehört. Die Bekanntheit unterscheidet sich dabei deutlich anhand des formalen Bildungsgrades. Vier von Zehn verbinden etwas Negatives damit, ein Drittel betrachtet ihn als neutral, ein Viertel nimmt ihn positiv wahr. Befragte mit hoher formaler Bildung reagieren tendenziell positiver, genau wie Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist.
- Nur ein gutes Drittel begrüßt die Verwendung gendergerechter Sprache im Allgemeinen. Bei den jüngsten Befragten ist es fast die Hälfte. Intensivnutzende, für die Sprache ein Teil der eigenen Identität ist, haben mehr Vorbehalte als Personen, die sich nicht oder weniger über die Sprache identifizieren. Die Verwendung in offiziellen Schreiben und Informationsmaterialien wird deutlich positiver bewertet, insbesondere die Benutzung der männlichen und weiblichen Form. Besonders skeptisch sind die Befragten bei der mündlichen Verwendung in Gesprächen.
- In der offiziellen Kommunikation der Bundesregierung wünschen sich die Intensivnutzenden entweder die Verwendung der männlichen und weiblichen Form oder die Verwendung des generischen Maskulinums. Schreibvarianten mit Schrägstrich, Stern, Binnen-I und andere werden mehrheitlich abgelehnt.

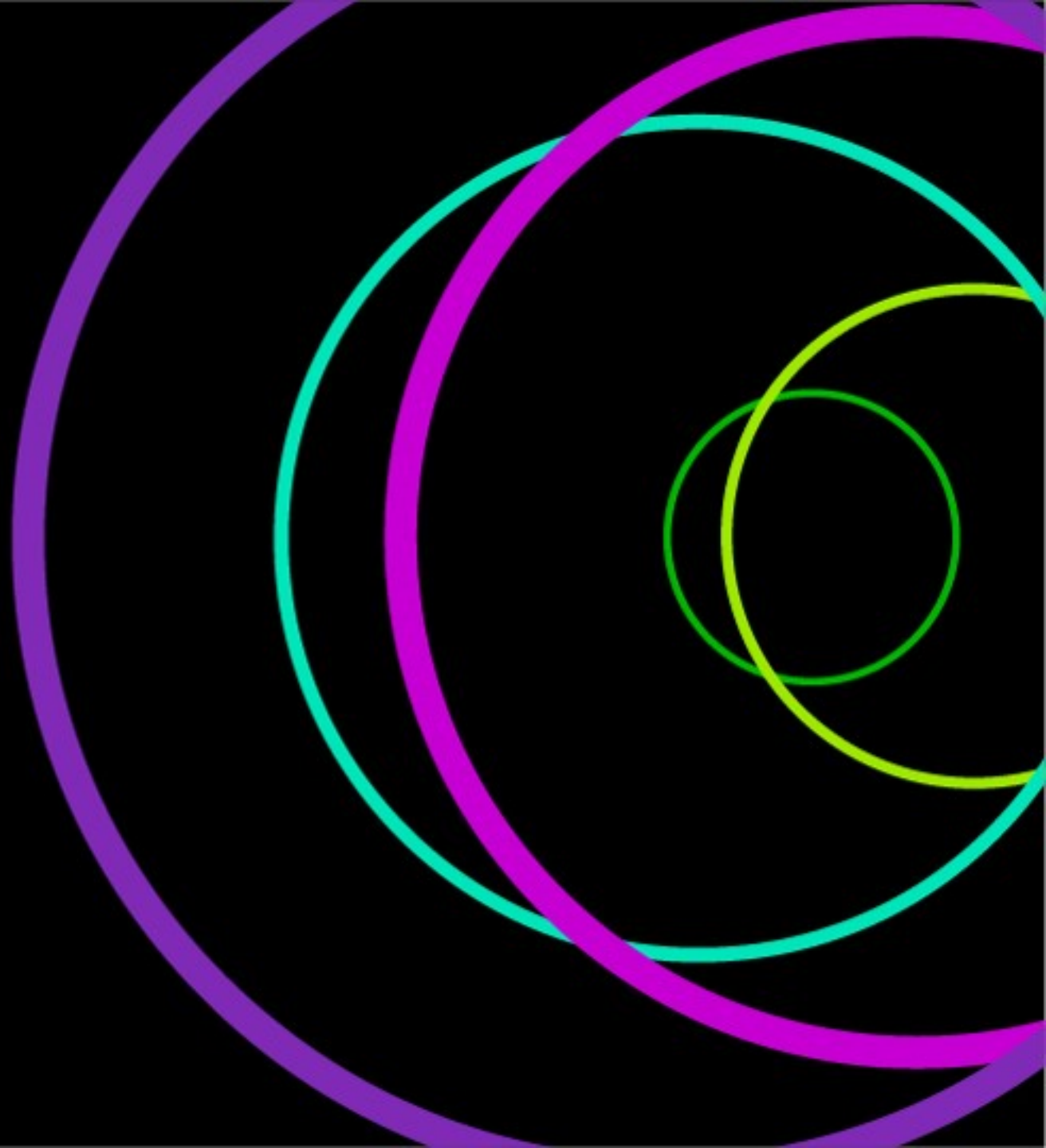
Zentrale Ergebnisse der Studie

- Nur ein Viertel der Befragten findet, gendergerechte Sprache bringt die Gleichberechtigung von Frauen und Männern voran. Jüngere Altersgruppen bewerten die Leistung gendergerechter Sprache zur Gleichberechtigung größer. Drei Viertel der nicht männlichen Befragten fühlen sich durch das generische Maskulinum angesprochen. Insbesondere unter formal hoch gebildeten und in Westdeutschland lebenden nicht männlichen Befragten ist die Akzeptanz des generischen Maskulinums höher.
- In einer Reihe von Statements erhalten Aussagen gegen die Verwendung gendergerechter Sprache insgesamt mehr Zustimmung. Zwei Drittel verteidigen das generische Maskulinum, gut die Hälfte beklagt jeweils, dass es für Nicht-Muttersprachler noch komplizierter wäre und dass es den Lesefluss störe. Es zeigen sich einige Unterschiede zwischen den Altersgruppen – junge Menschen sind tendenziell offener für gendergerechte Sprache.
- Nur ein Zehntel der Befragten benutzt selbst konsequent gendergerechte Sprache, weitere drei von Zehn zumindest in bestimmten Situationen. Von den grundsätzlich Benutzenden verwenden es wiederum nur vier von zehn in sozialen Medien. Die Reaktionen darauf sind weitestgehend positiv und neutral, negative Reaktionen gibt es nur selten.
- Die Hälfte der Intensivnutzenden ist der Meinung, Sprache kann andere Menschen diskriminieren. Davon haben sich wiederum mehr als zwei Fünftel selbst schon aufgrund von Sprache diskriminiert gefühlt. Befragte, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, fühlen sich dabei viel häufiger diskriminiert als Deutsch-Muttersprachler*innen. Wer selbst gendergerechte Sprache begrüßt, scheint sensibler auf die Sprache anderer zu reagieren und fühlt sich selbst auch eher diskriminiert.

Zentrale Ergebnisse der Studie

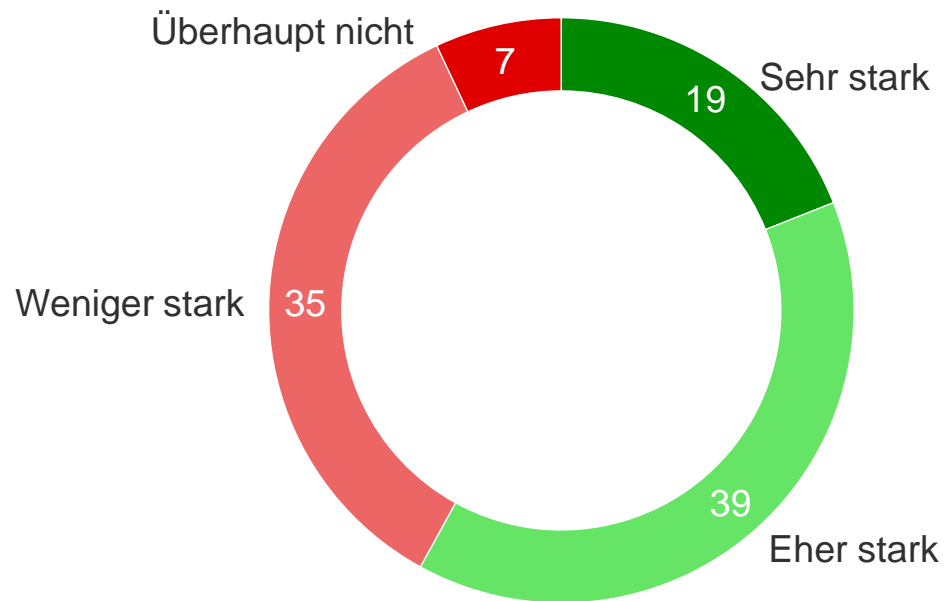
- Während sich die Mehrheit der Befragten einig ist, dass man keine Worte benutzen darf, die andere Menschen, z.B. Schwarze, als diskriminierend empfinden, ist das Stimmungsbild beim Gendern geteilt. Frauen reagieren vor allem bei der Verwendung diskriminierender Wörter sensibler.
- Fast neun von Zehn sind bereits Hasskommentaren begegnet, ein Drittel sogar häufig. Der Anteil ist im Vergleich zu 2018 deutlich gestiegen. Vier Fünftel sind der Meinung, Hasskommentare müssten stärker verfolgt werden. Die häufigste Reaktion der Befragten auf Hasskommentare ist die Blockierung bzw. Entfreundung des Autors / der Autorin. Mehr als die Hälfte hat solche Kommentare auch schon der Plattform gemeldet. Etwas weniger haben darauf geantwortet und diese kritisiert. Nur eine sehr kleine Minderheit hat solche Kommentare zur Anzeige gebracht. Jüngere Social Media Nutzende und Menschen mit Migrationshintergrund melden Hasskommentare viel häufiger bei den Plattformbetreibern.
- Hasskommentare im Internet werden im Allgemeinen als großes Problem angesehen, das auch strafrechtlich verfolgt werden muss. Die Befragten sehen zudem eine indirekt zensierende Wirkung durch Hasskommentare, weil viele aus Angst davor in ihrem eigenen Verhalten beeinflusst werden. Gleichzeitig werden Menschen aber auch als zu empfindlich beschrieben und sollen mehr Kritik einstecken können.
- Eine Mehrheit der Befragten wurde in den letzten 5 Jahren online oder offline persönlich beleidigt. Die Beleidigungen bezogen sich auf verschiedene Aspekte, am häufigsten auf das Verhalten, das Aussehen oder auf politische Ansichten, gefolgt von Herkunft und Geschlecht.

1 Politisches Interesse, Informiertheit



Kap. 1 – Interesse an Politik allgemein

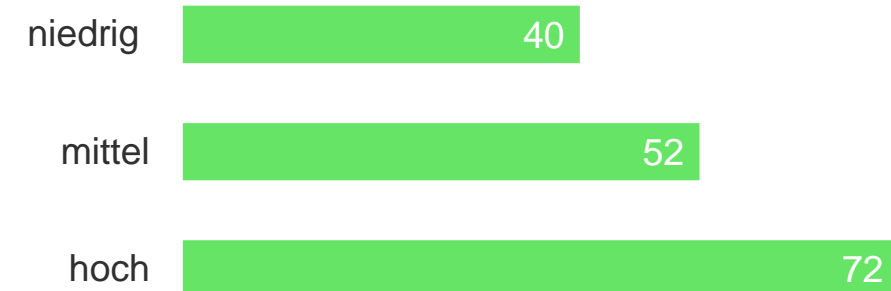
Das politische Interesse der Intensivnutzenden liegt auf durchschnittlichem Niveau. Männer und formal höher Gebildete sind nach eigener Aussage besonders interessiert.



Politisch sehr / eher stark interessiert nach Geschlecht



Politisch sehr / eher stark interessiert nach formaler Bildung

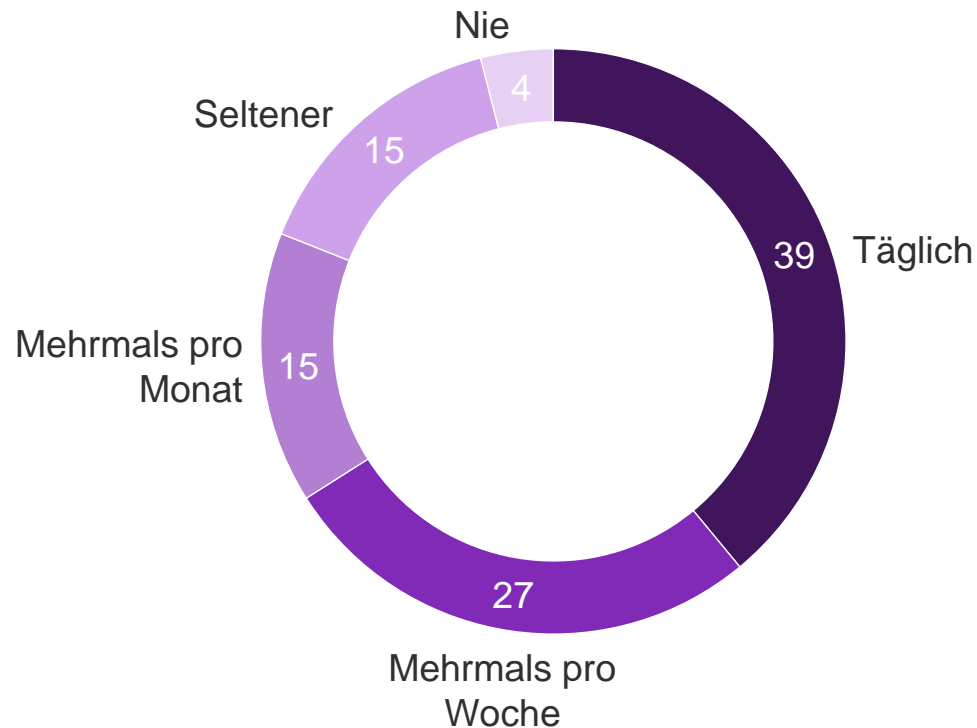


Frage 1: Wie stark interessieren Sie sich für Politik?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 1 – Politisches Informationsverhalten

Entsprechend dem vorherigen Befund informieren sich zwei Drittel mehrmals im Monat bis täglich. Hier zeigen sich männliche und ältere Befragte besonders aktiv.



Informationssuche mindestens mehrmals pro Woche nach Geschlecht



Informationssuche mindestens mehrmals pro Woche nach Alter



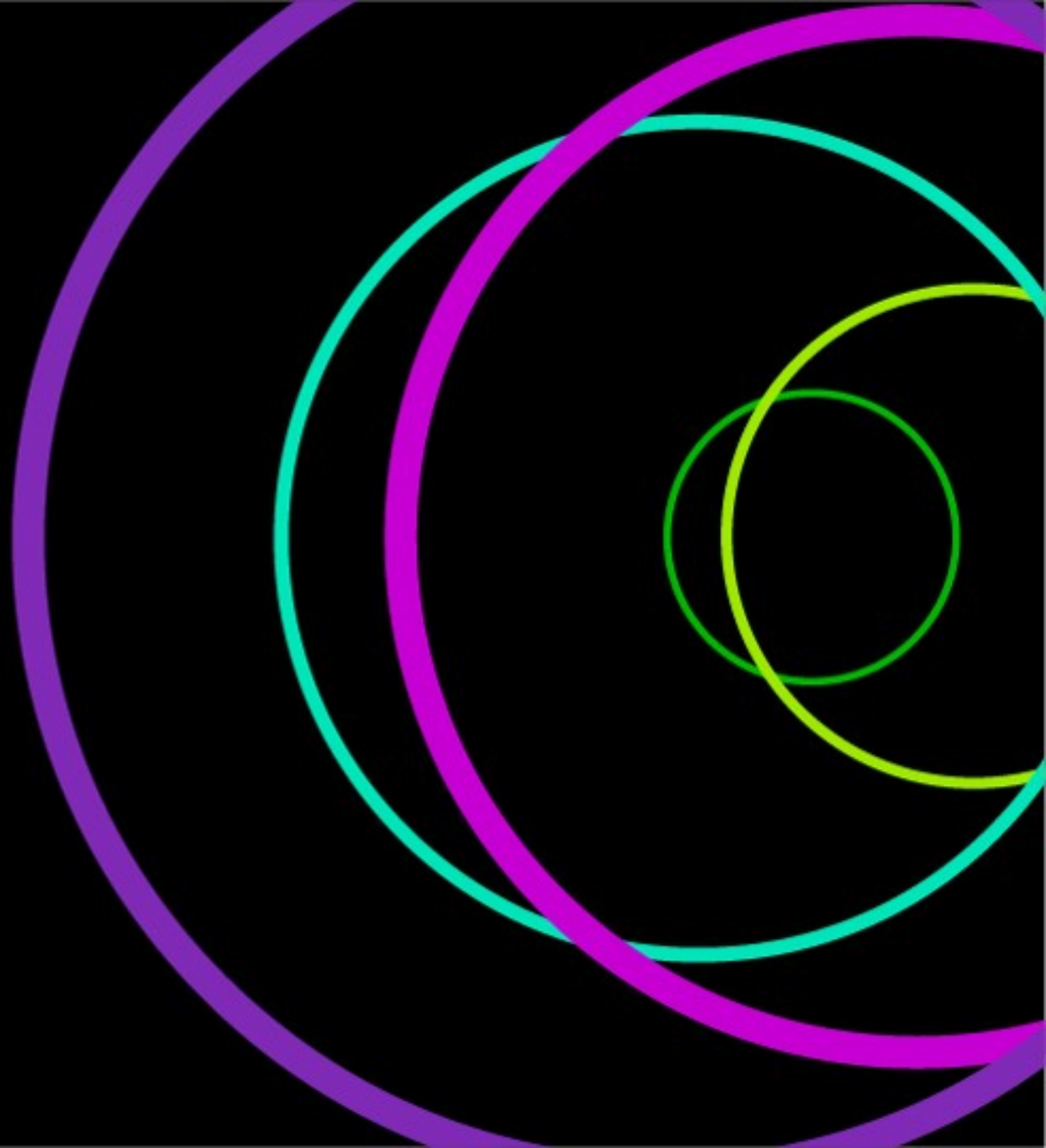
Frage2: Wie häufig informieren Sie sich aktiv – das heißt gezielt – über Politik bzw. politische Themen?

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

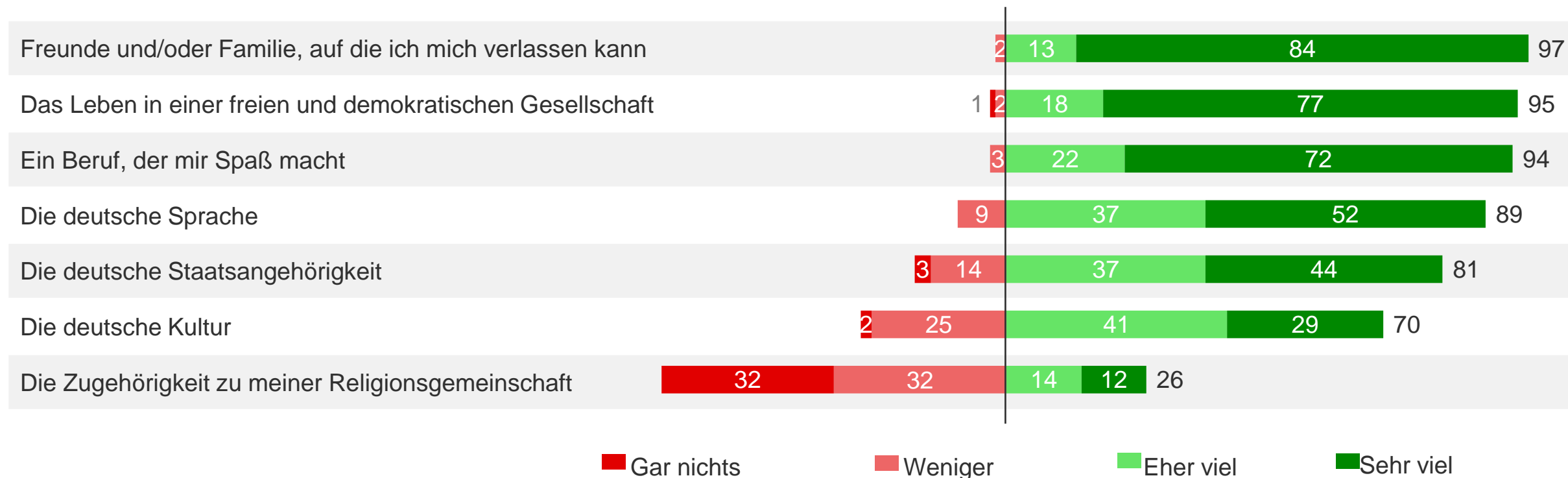
2

Sprache, Zugehörigkeit und Sprachwandel



Kap. 2 – Selbstdefinition Identität

Die eigene Identität wird stark von Freunden, dem freien Leben in einer Demokratie, sowie beruflicher Erfüllung geprägt. Auch die deutsche Sprache ist identitätsprägend, genau wie die Staatsbürgerschaft und kulturelle Aspekte. Religion spielt im Leben der meisten Befragten keine oder nur eine untergeordnete Rolle.

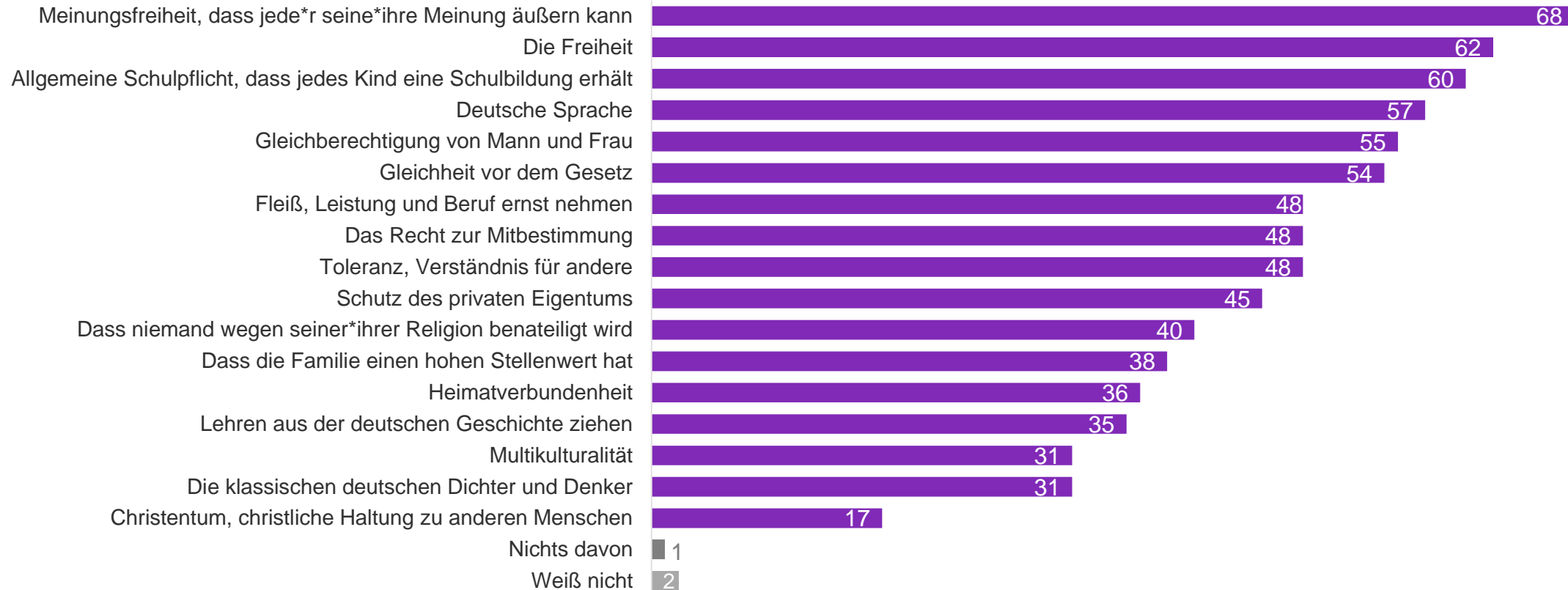


Frage 3: Wie viel bedeuten Ihnen die folgenden Aspekte?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Definition der deutschen Kultur

Die prägendsten Aspekte für die deutsche Kultur sind aus Sicht der Intensivnutzenden sozialer Medien die Meinungsfreiheit und Freiheit generell. Daneben sind Bildung, Sprache, Gleichberechtigung von Mann und Frau sowie Gleichheit vor dem Gesetz Errungenschaften in Deutschland, die kulturstiftend wirken.

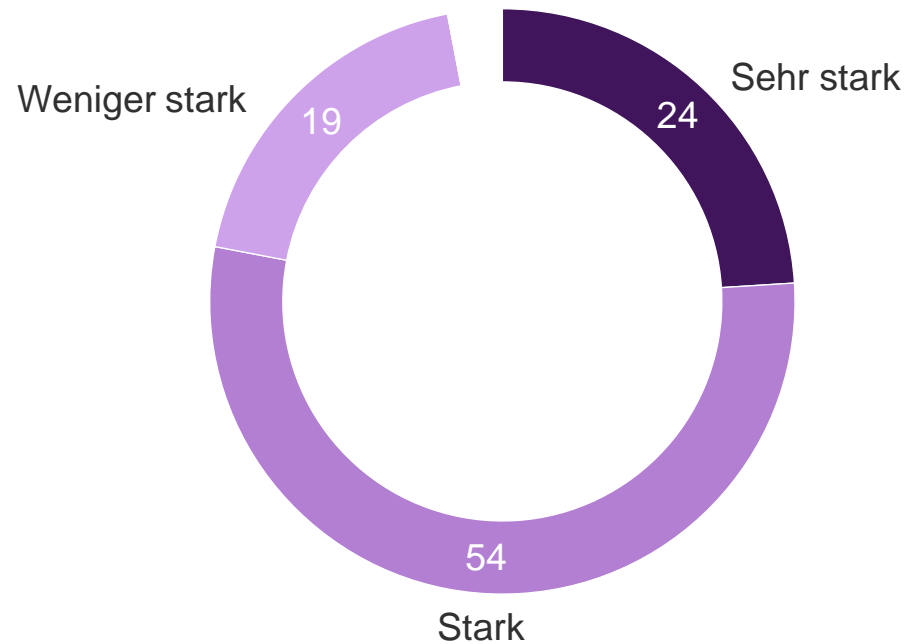


Frage 4: Was macht die Kultur in Deutschland aus? Bitte kreuzen Sie im Folgenden alles an, was Ihrer Meinung nach zu unserer Kultur gehört.

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung
Fehlende Werte: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Sprachwandel in den letzten 10-20 Jahren

Fast vier Fünftel der Befragten finden, dass sich die deutsche Sprache in den letzten 10-20 Jahren (sehr) stark verändert hat. Die älteste und jüngste Altersgruppe sehen dies sehr ähnlich, während die 45-59-Jährigen die größte Veränderung wahrnehmen.



Veränderung sehr stark / stark nach Alter

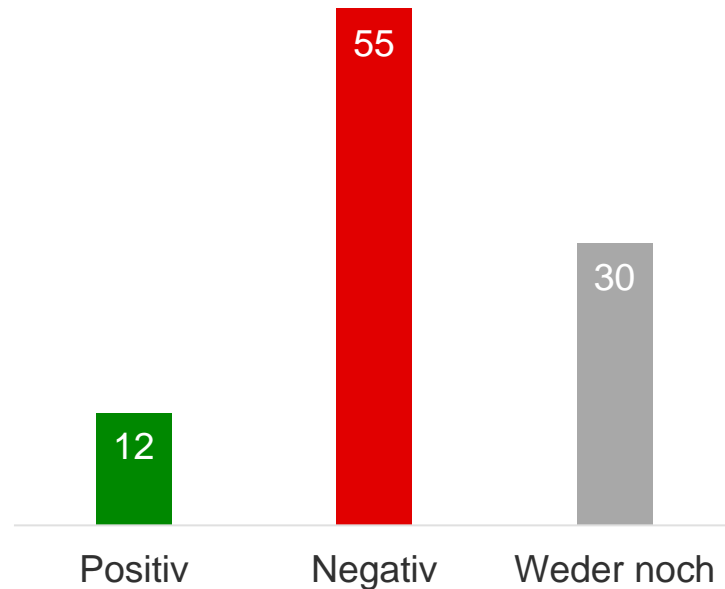


Frage 5: Wie stark hat sich die deutsche Sprache in den letzten 10, 20 Jahren verändert?

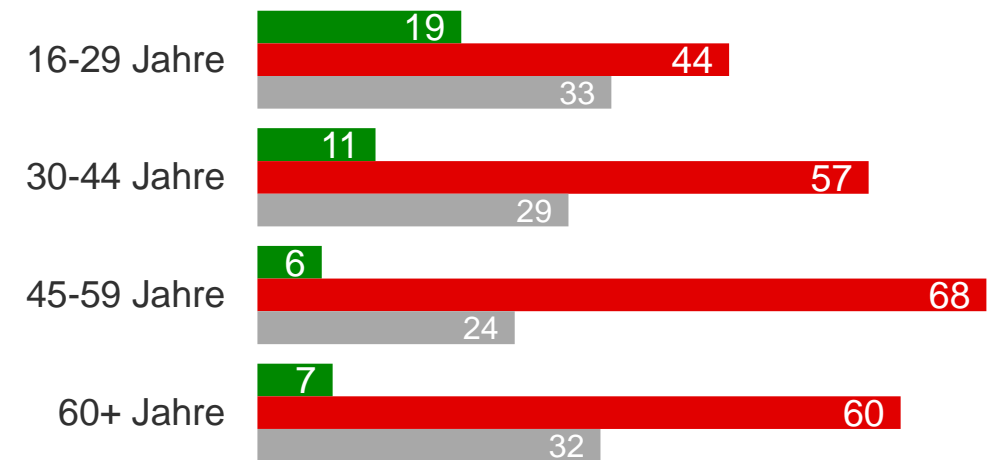
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Bewertung des Sprachwandels I

Die Mehrheit der Intensivnutzenden sieht die Veränderung der Sprache negativ. Dies trifft insbesondere für ältere Befragte zu.



Bewertung des Sprachwandels nach Alter

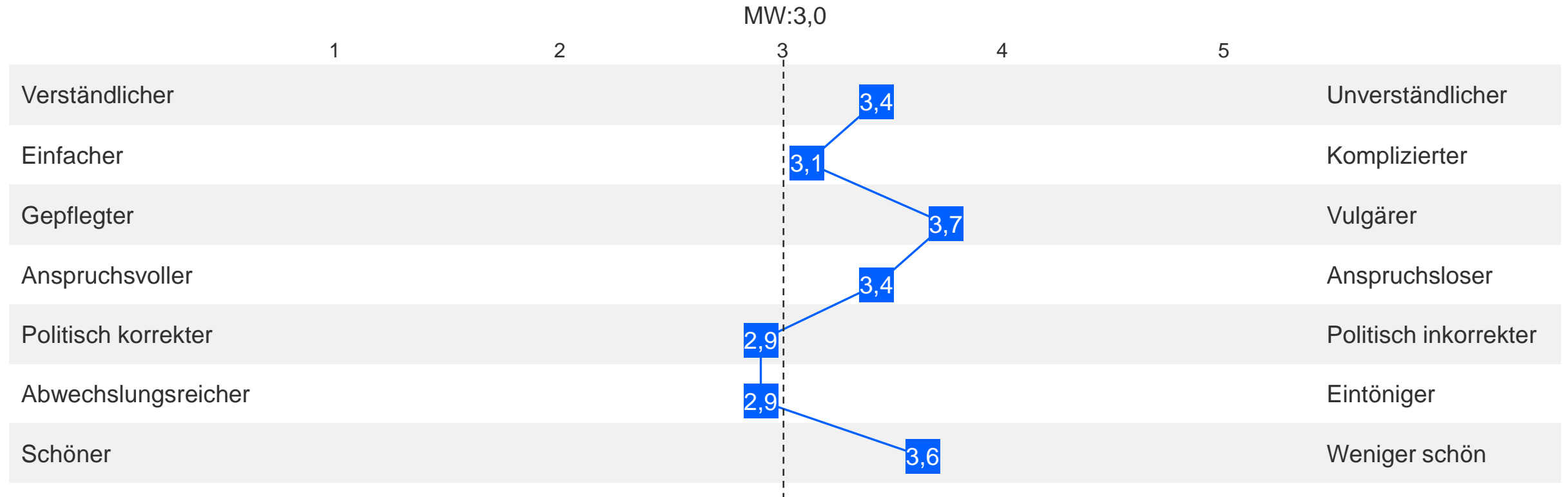


Frage 6: Würden Sie sagen die deutsche Sprache hat sich alles in allem zum Positiven oder zum Negativen verändert?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Bewertung des Sprachwandels II - Attribute

Das insgesamt negative Bild der Sprachveränderung zeigt sich auch beim Attributvergleich: sie wird mehrheitlich als unverständlicher, vulgärer, anspruchsloser und weniger schön betrachtet.



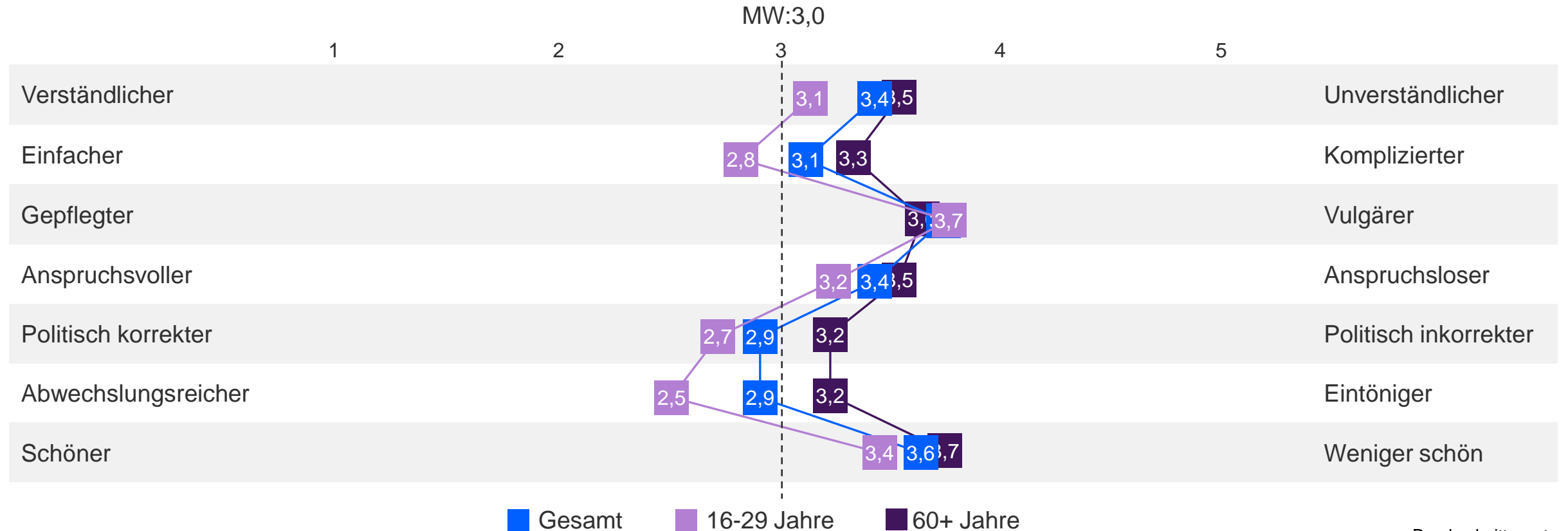
Durchschnittswerte
Skala von 1-5

Frage 7: Wie hat sich Ihrem Eindruck nach die deutsche Sprache in den letzten Jahren verändert?

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Bewertung des Sprachwandels II – Attribute nach Altersgruppen

Die jüngste und älteste Altersgruppe unterscheiden sich vielfach in ihrer Bewertung. Junge Befragte finden die Sprachveränderungen insbesondere einfacher, abwechslungsreicher und politisch korrekter.



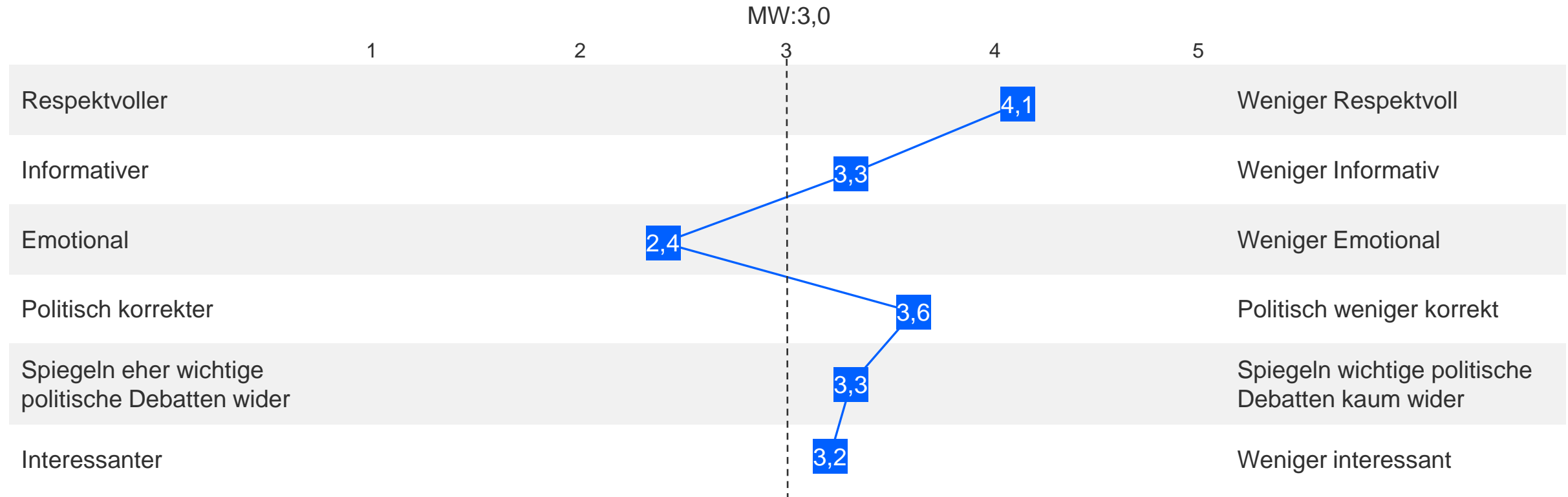
Durchschnittswerte
Skala von 1-5

Frage 7: Wie hat sich Ihrem Eindruck nach die deutsche Sprache in den letzten Jahren verändert?

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Qualität politischer Diskussionen in sozialen Netzwerken

Die Diskussionen in sozialen Netzwerken werden im Vergleich zu Diskussionen außerhalb als weniger respektvoll und weniger politisch korrekt, dafür umso emotionaler wahrgenommen.

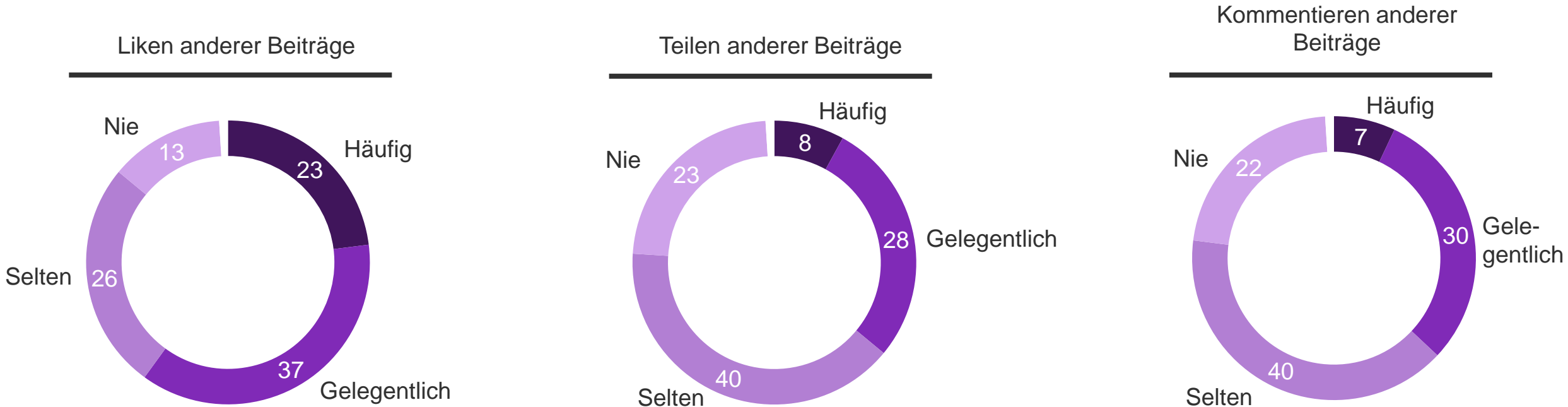


Frage 8: Vergleichen Sie bitte einmal, wie man sich innerhalb und außerhalb von sozialen Netzwerken über Politik unterhält. Finden Sie die Diskussionen in sozialen Netzwerken

Durchschnittswerte
Skala von 1-5
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Interaktion mit anderen in sozialen Netzwerken

Das Liken anderer Beiträge ist die häufigste Interaktion in sozialen Netzwerken. Das Teilen oder Kommentieren anderer Beiträge wird deutlich seltener, aber zu gleichen Anteilen getätigt.

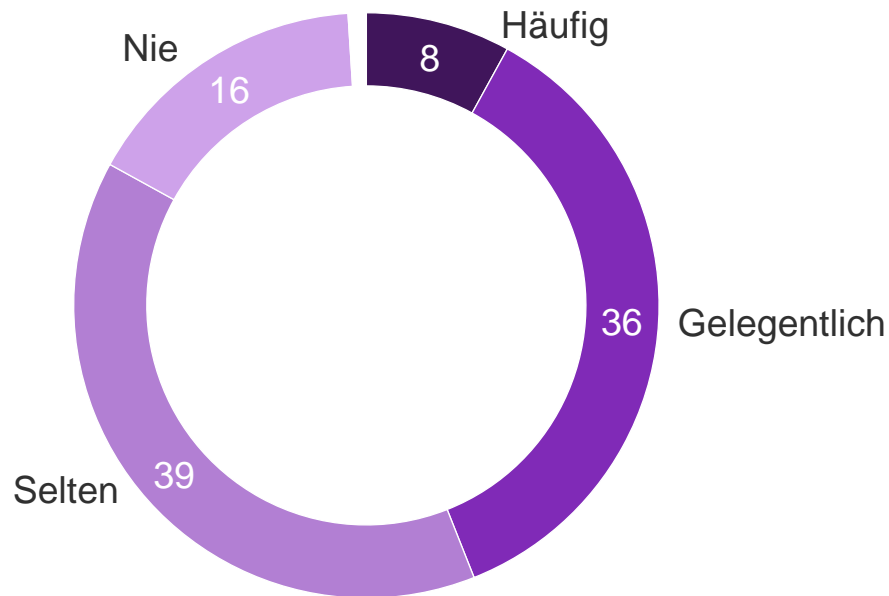


Frage 9: Wie ist das, wenn andere in sozialen Netzwerken etwas posten: Wie oft reagieren Sie auf Beiträge anderer in sozialen Netzwerken? Wie ist das mit dem...

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 2 – Eigene Aktivität in sozialen Netzwerken

Gut zwei Fünftel der Intensivnutzenden posten häufig bzw. gelegentlich eigene Inhalte. Mittlere Jahrgänge sowie Frauen sind tendenziell am aktivsten.



Häufige / gelegentliche eigene Posts in sozialen Medien nach Alter



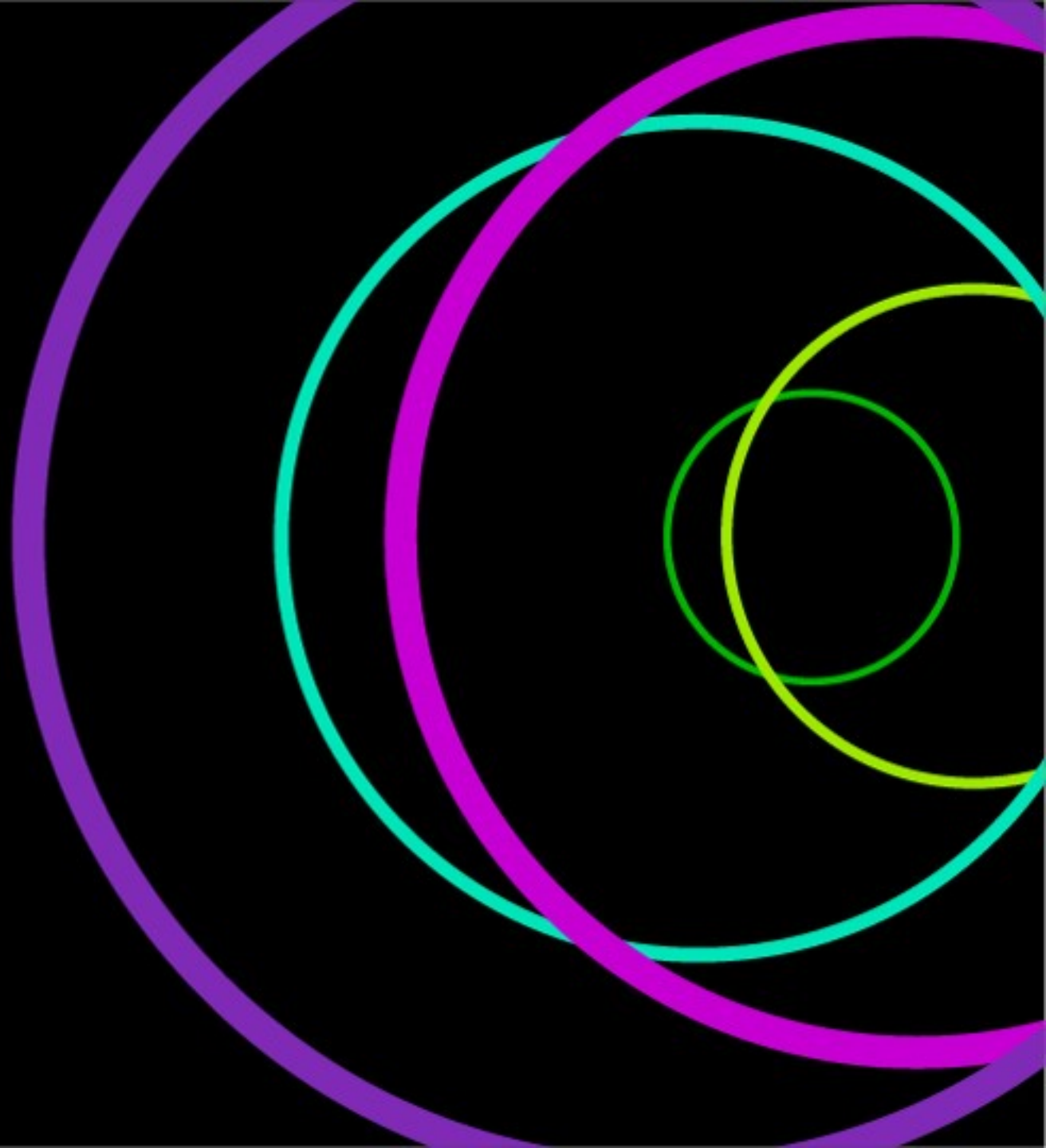
Häufige / gelegentliche eigene Posts in sozialen Medien nach Geschlecht



Frage 10: Und wie oft posten Sie eigene Beiträge in sozialen Netzwerken, zum Beispiel einen Text, ein Bild, ein Video oder einen Link?

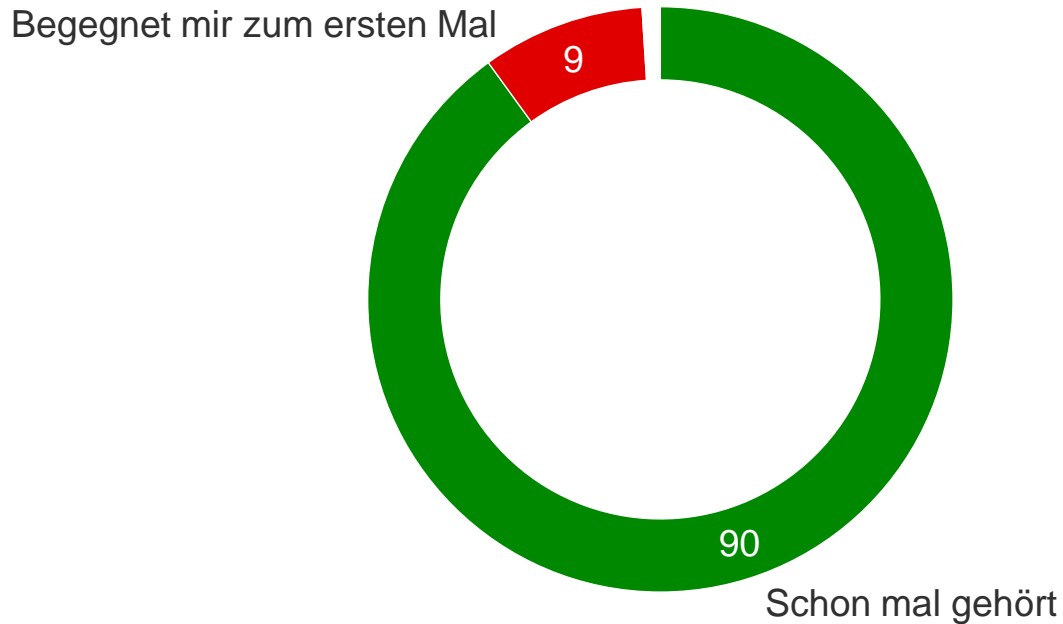
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

3 Gendergerechte Sprache



Kap. 3 – Bekanntheit gendergerechte Sprache

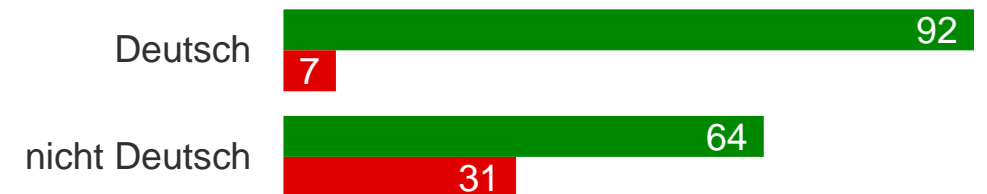
Neun von Zehn haben den Begriff *gendergerechte Sprache* bereits gehört. Die Bekanntheit unterscheidet sich dabei deutlich anhand des formalen Bildungsgrades. Außerdem scheint es Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, schwieriger, aktuelle Sprachveränderungen mitzubekommen.



Bekanntheit des Begriffs nach formaler Bildung



Bekanntheit des Begriffs nach Muttersprache

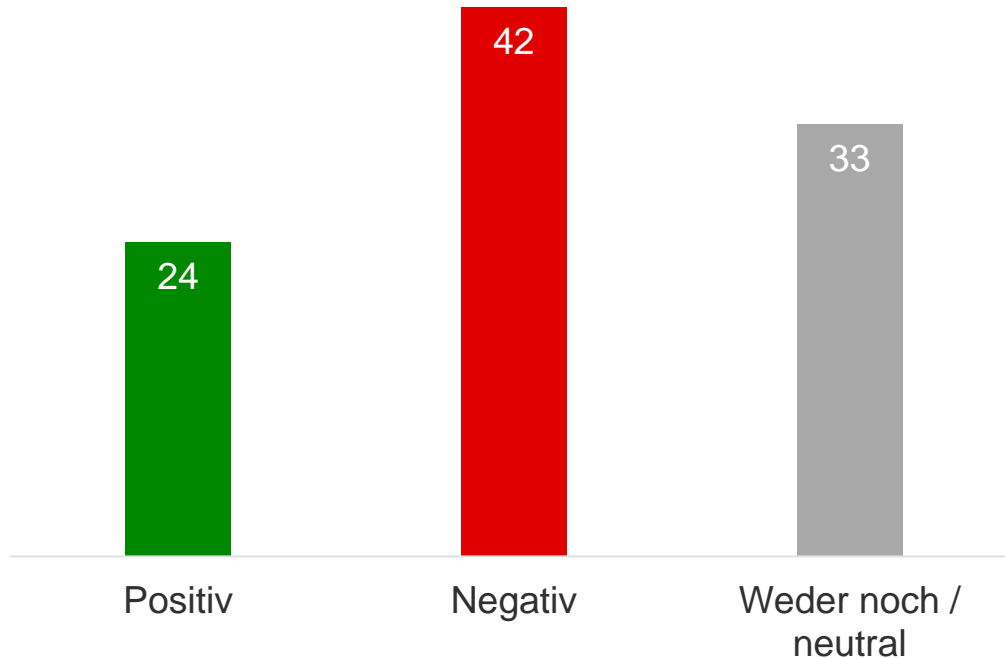


Frage 11: Haben Sie den Begriff „gendergerechte Sprache“ schon einmal gehört oder begegnet Ihnen der Begriff gerade zum ersten Mal?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Konnotation gendergerechte Sprache

Eine relative Mehrheit verbindet etwas Negatives mit dem Begriff *gendergerechte Sprache*, ein Drittel betrachtet ihn als neutral, ein Viertel nimmt ihn positiv wahr. Befragte mit hoher formaler Bildung reagieren tendenziell positiver, genau wie Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist.



Konnotation des Begriffs nach formaler Bildung



Konnotation des Begriffs nach Muttersprache

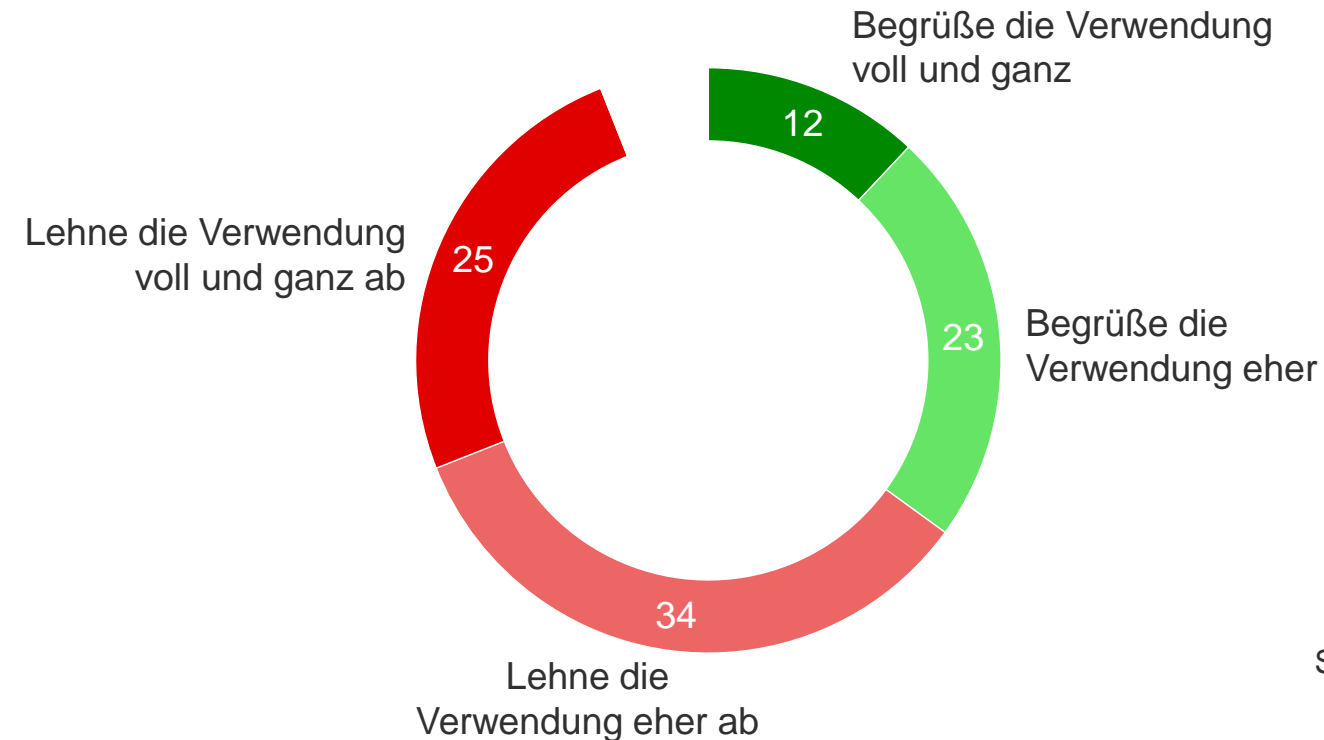


Frage 12: [Auch wenn Sie den Begriff noch nie gehört haben] Verbinden Sie mit dem Begriff spontan eher etwas Positives oder etwas Negatives?

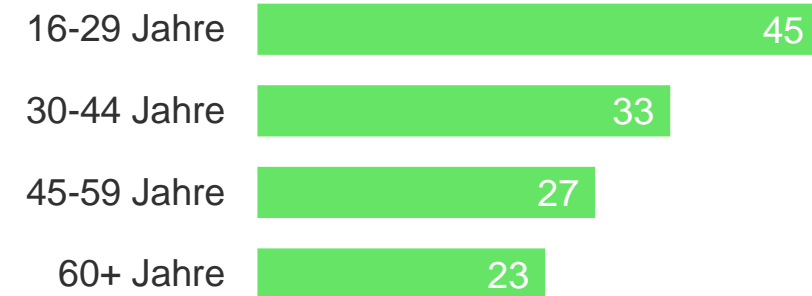
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Einstellung zu gendergerechter Sprache allgemein

Nur ein gutes Drittel begrüßt die Verwendung gendergerechter Sprache. Bei den jüngsten Befragten ist es fast die Hälfte. Intensivnutzende, für die Sprache ein Teil der eigenen Identität ist, haben mehr Vorbehalte als Personen, die sich nicht oder weniger über die Sprache identifizieren.



Begrüßen von gendergerechter Sprache nach Alter



Begrüßen von gendergerechter Sprache nach Identifikation mit Sprache

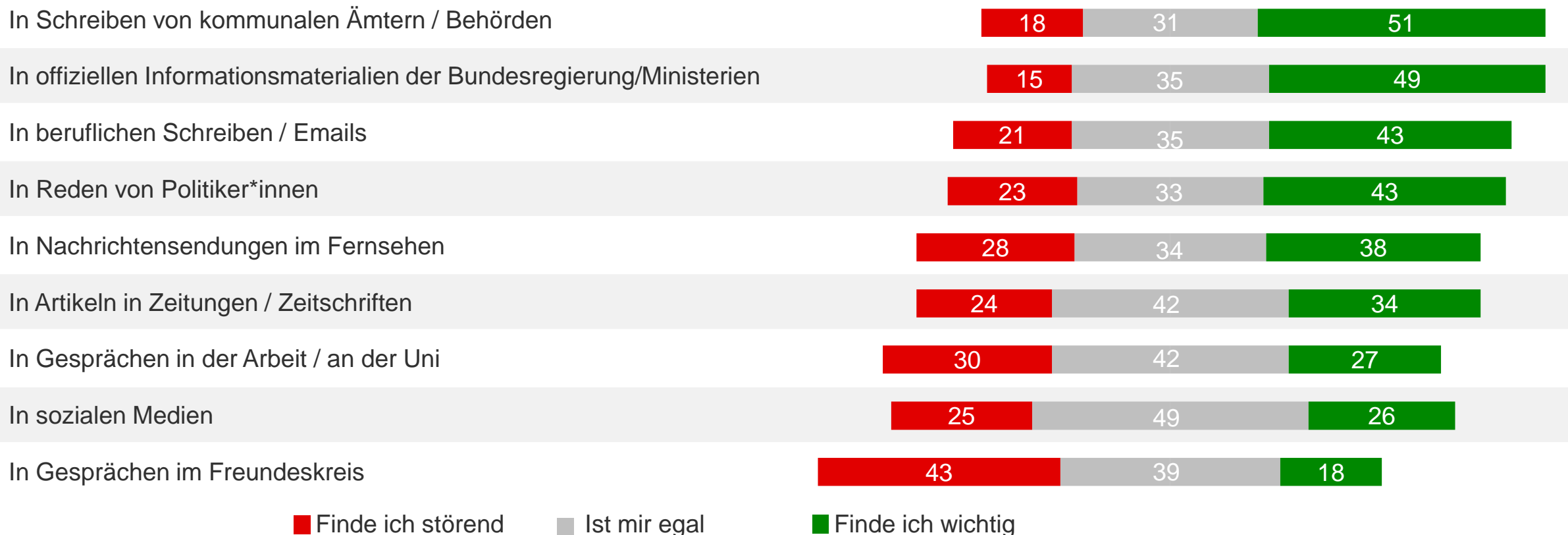


Frage 13: Ganz allgemein: Was halten Sie von gendergerechter Sprache?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Situative Wichtigkeit gendergerechter Sprache – Split A

Die Verwendung gendergerechter Sprache wird insbesondere in offiziellen Schreiben und Informationsmaterialien begrüßt. Besonders skeptisch sind die Befragten bei der mündlichen Verwendung in Gesprächen. Insgesamt wird die Verwendung sowohl der männlichen als auch der weiblichen Form (Split A) bevorzugt.

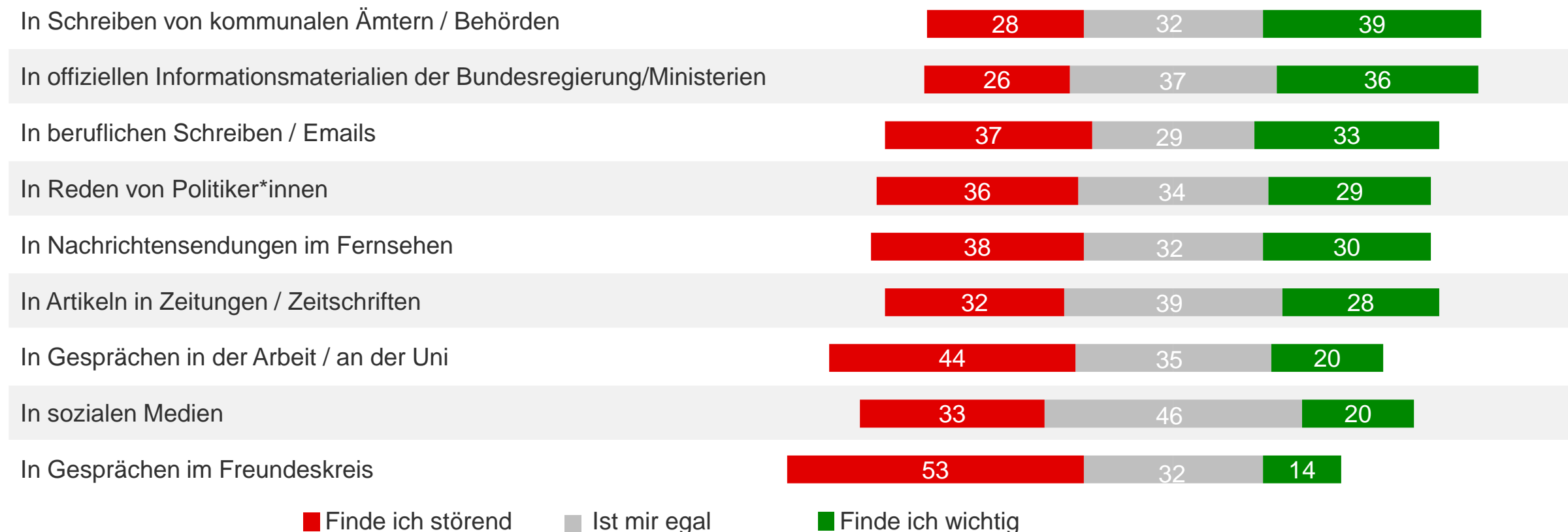


Frage 14.1: In welchen der folgenden Situationen finden Sie es wichtig, dass die männliche und die weibliche Form wie z.B. 'Bürgerinnen und Bürger' verwendet werden, in welchen ist es Ihnen egal, und in welchen Situationen finden Sie das sogar eher störend?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Situative Wichtigkeit genderneutraler Sprache – Split B

Fragt man nicht nach der Verwendung männlicher und weiblicher Formen, sondern stattdessen nach geschlechtsneutralen Formulierungen, schwindet die Zustimmung.

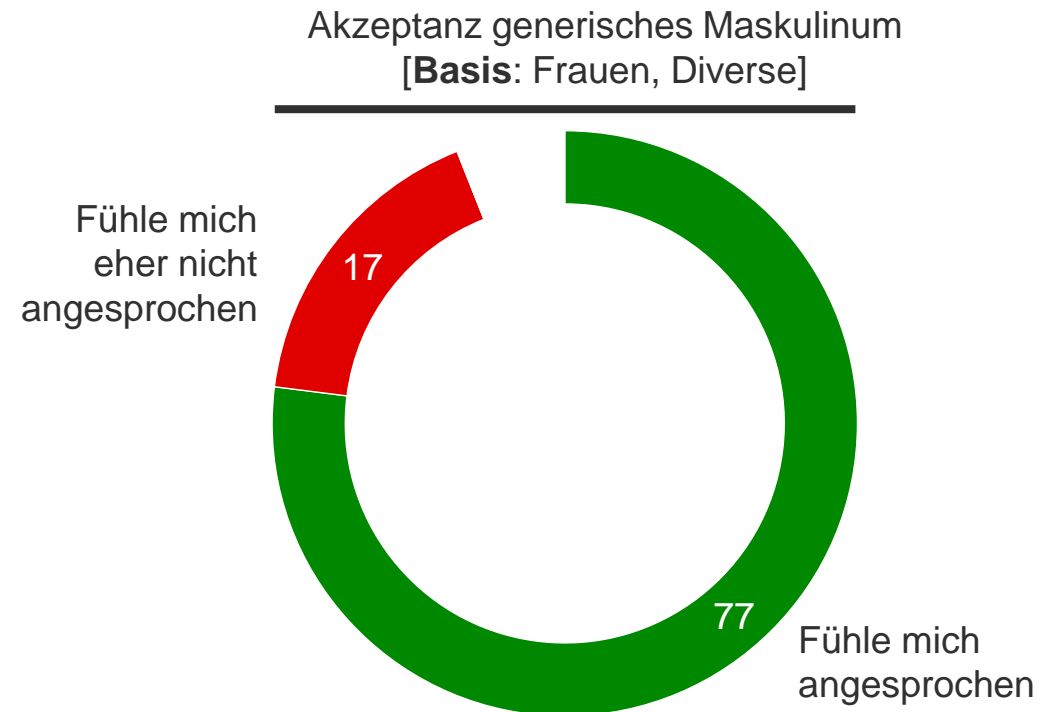
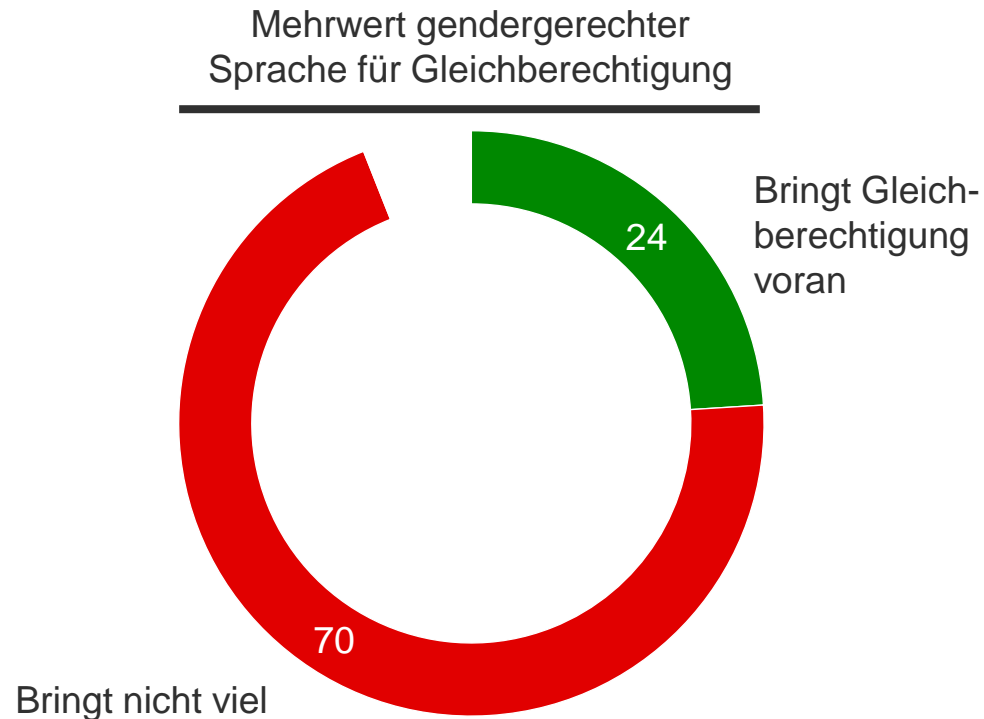


Frage 14.2: In welchen der folgenden Situationen finden Sie es wichtig, dass geschlechtsneutrale Formulierungen wie z.B. 'Bürger*innen' verwendet werden, in welchen ist es Ihnen egal, und in welchen Situationen finden Sie das sogar eher störend?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Gleichberechtigung vs. generisches Maskulinum

Nur ein Viertel der Befragten findet, gendergerechte Sprache bringt die Gleichberechtigung von Frauen und Männern voran. Drei Viertel der nicht männlichen Befragten fühlen sich durch das generische Maskulinum angesprochen.



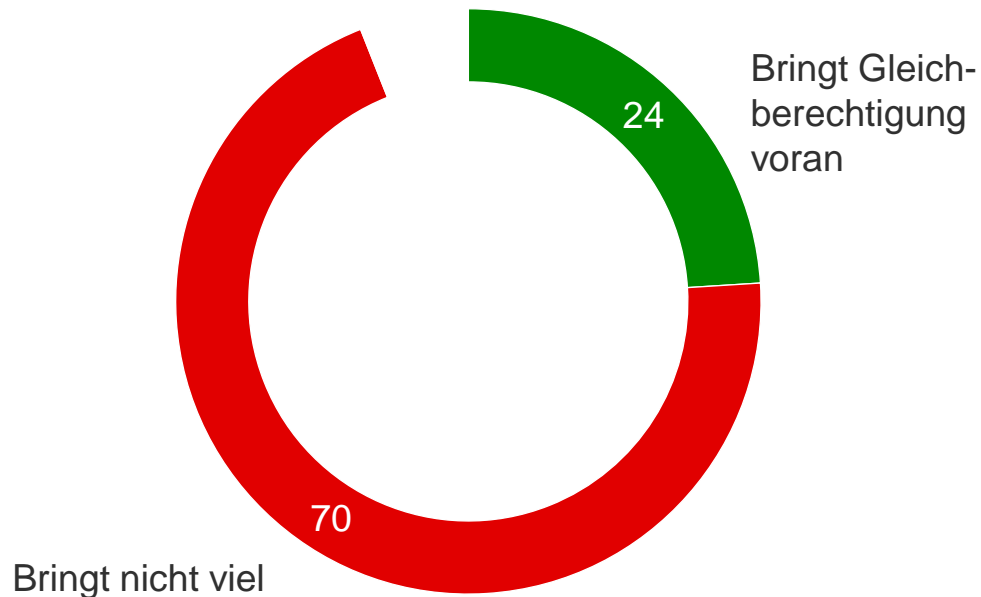
Frage 15: Glauben Sie, es bringt die Gleichberechtigung voran, wenn neben der männlichen immer auch die weibliche Form verwendet wird, oder bringt das für die Gleichberechtigung nicht viel?

Frage 16: Wenn in Texten oder Reden nur von „Bürgern“ oder „Mitarbeitern“ die Rede ist: Fühlen Sie sich da als jemand, der kein Mann ist, angesprochen oder eher nicht angesprochen?

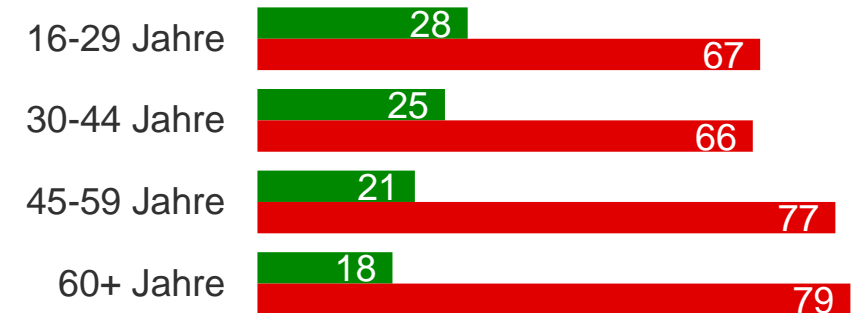
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Gleichberechtigung durch gendergerechte Sprache

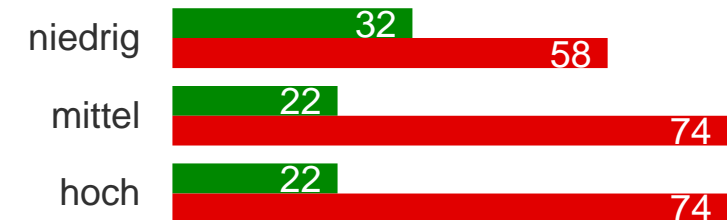
Jüngere Altersgruppen bewerten die Leistung gendergerechter Sprache zur Gleichberechtigung größer. Auch Menschen mit formal niedrigerem Bildungsabschluss sind eher von dieser Wirkung überzeugt, wenn gleichwohl mehrheitlich skeptisch.



Mehrwert gendergerechte Sprache nach Alter



Mehrwert gendergerechte Sprache nach formaler Bildung

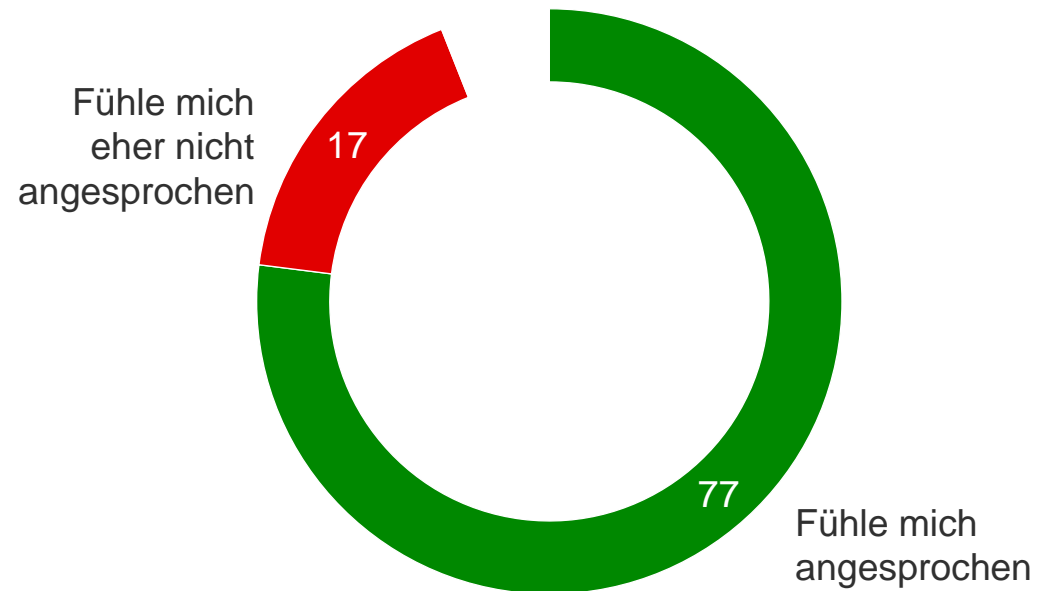


Frage 15: Glauben Sie, es bringt die Gleichberechtigung voran, wenn neben der männlichen immer auch die weibliche Form verwendet wird, oder bringt das für die Gleichberechtigung nicht viel?

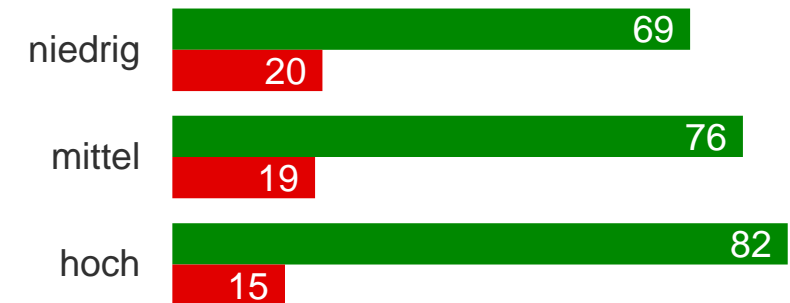
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Akzeptanz des generischen Maskulinums

Insbesondere unter formal hoch gebildeten und in Westdeutschland wohnenden nicht männlichen Befragten ist die Akzeptanz des generischen Maskulinums höher.



Akzeptanz nach formaler Bildung



Akzeptanz nach Ost / West

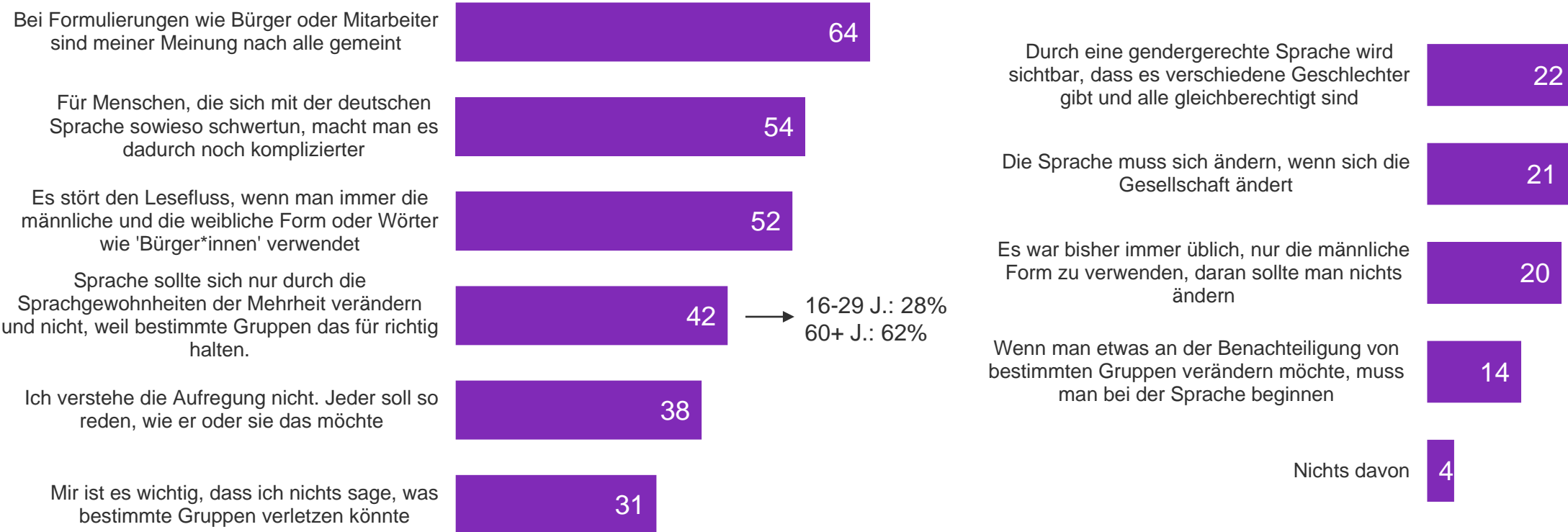


Frage 16: Wenn in Texten oder Reden nur von „Bürgern“ oder „Mitarbeitern“ die Rede ist: Fühlen Sie sich da als jemand, der kein Mann ist, angesprochen oder eher nicht angesprochen?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Weibliche und diverse Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Aussagen zur Verwendung gendergerechter Sprache

Insgesamt erhalten Aussagen gegen die Verwendung gendergerechter Sprache mehr Zustimmung, dabei gibt es insbesondere Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Junge Menschen sind tendenziell offener für gendergerechte Sprache.

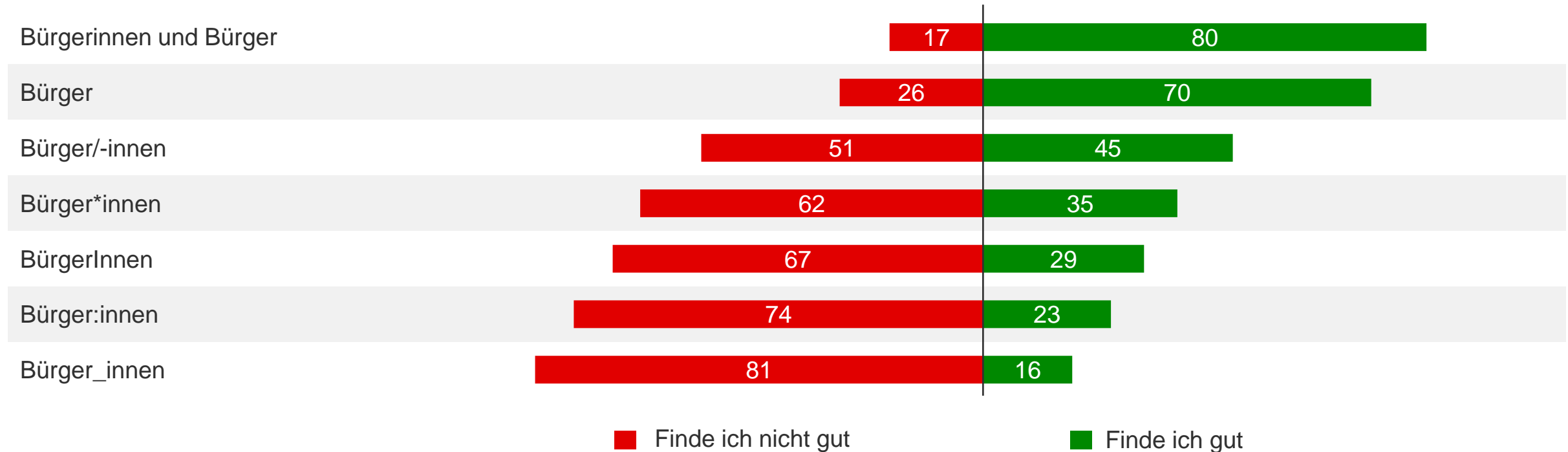


Frage 17: Hier stehen verschiedene Aussagen zur Verwendung von geschlechtergerechter Sprache.
Bitte klicken Sie alle Aussagen an, denen Sie zustimmen!

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Bundesregierung und gendergerechte Sprache

In der offiziellen Kommunikation der Bundesregierung wünschen sich die Intensivnutzenden entweder die Verwendung der männlichen und weiblichen Form oder die Verwendung des generischen Maskulinums. Schreibvarianten mit Schrägstrich, Stern, Binnen-I und andere werden mehrheitlich abgelehnt.

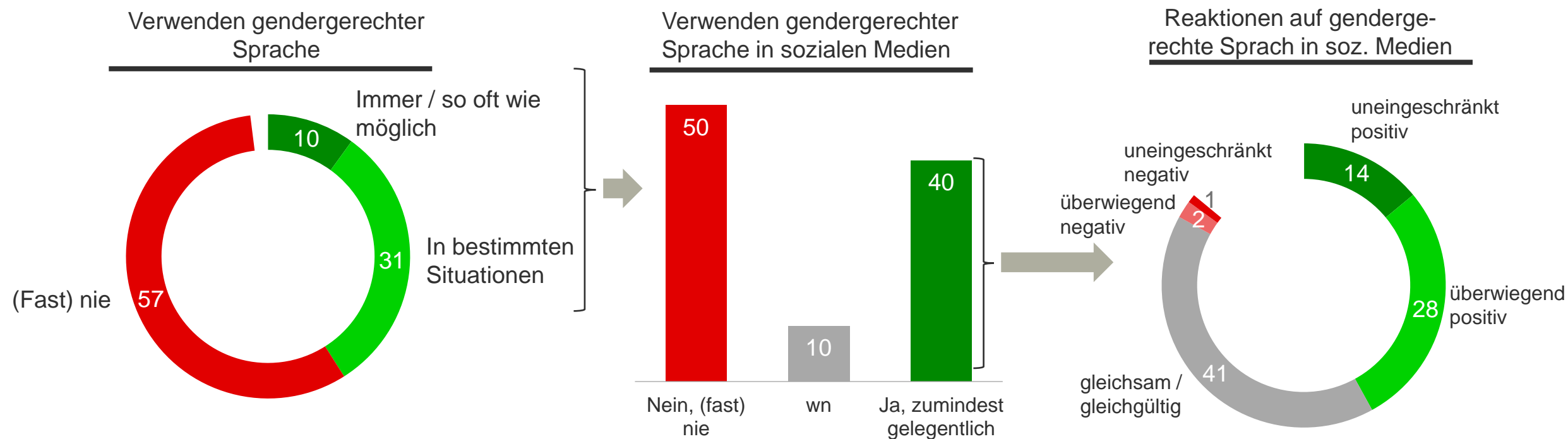


Frage 18: Einmal angenommen, Sie lesen einen Text auf der Internetseite der Bundesregierung, der sich an die Menschen im Land richtet. Wie sollten in diesem Fall die Menschen angesprochen werden?
Welche der folgenden Möglichkeiten finden Sie gut, und welche finden Sie nicht gut?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 3 – Persönliche Verwendung gendergerechter Sprache und Reaktionen

Nur ein Zehntel der Befragten benutzt konsequent gendergerechte Sprache, weitere drei von Zehn in bestimmten Situationen. Von den grundsätzlich Benutzenden verwenden es wiederum nur vier von zehn in sozialen Medien. Die Reaktionen darauf sind weitestgehend positiv und neutral, negative Reaktionen gibt es fast keine.



Frage 19: Und wie ist das bei Ihnen: Verwenden Sie gendergerechte Sprache oder verwenden Sie diese nicht?

Frage 20: Und verwenden Sie gendergerechte Sprache auch in sozialen Netzwerken – also wenn Sie etwas posten oder kommentieren?

Frage 21: Und wie waren alles in allem die Reaktionen anderer auf Ihre Verwendung gendergerechter Sprache in sozialen Netzwerken? Würden Sie sagen ...

Angaben in Prozent

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

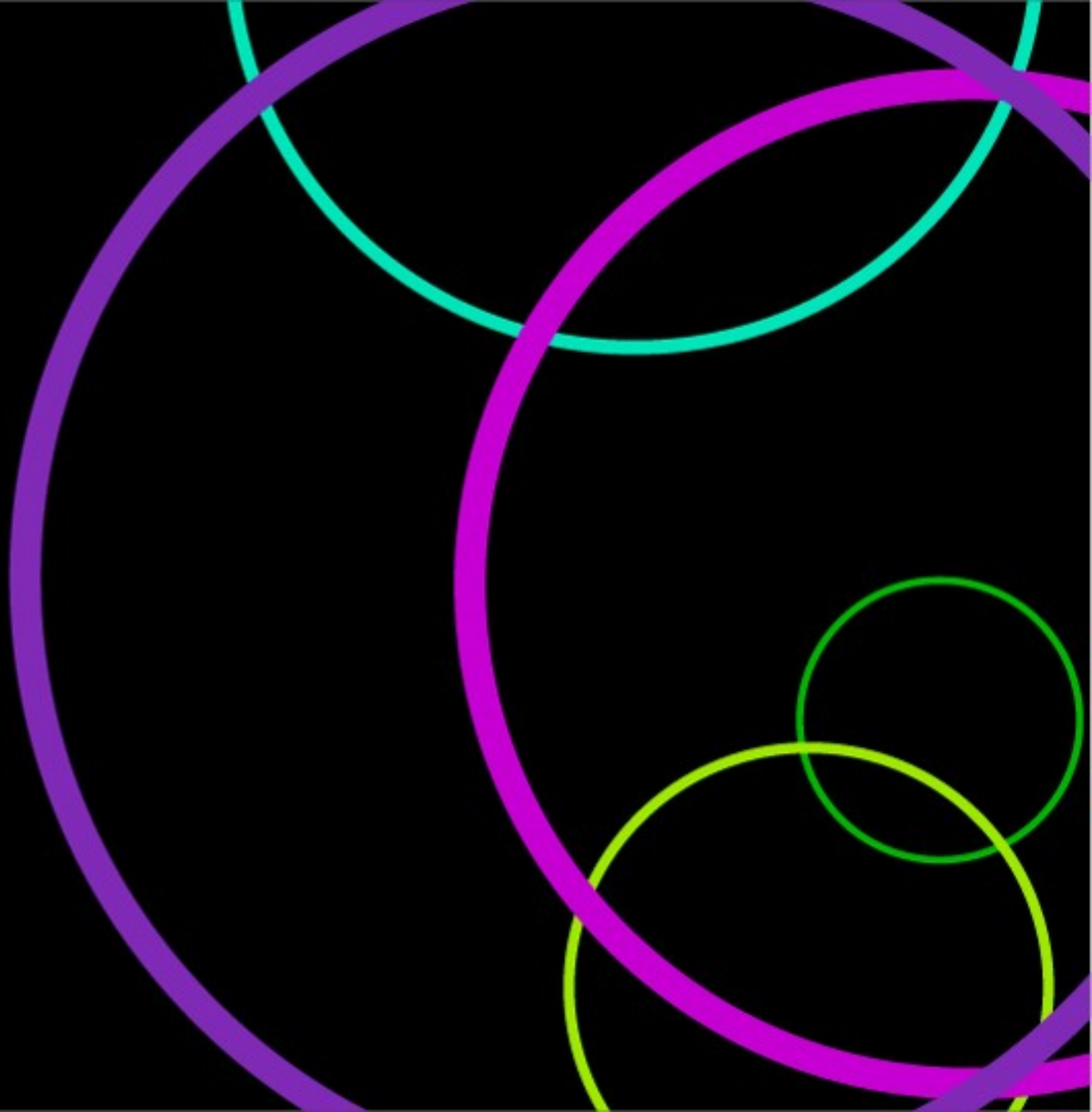
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Neue Basis: Nutzer*innen gendergerechter Sprache (lt. Frage 19)

Neue Basis 2: Nutzer*innen gendergerechter Sprache in sozialen Medien (lt. Frage 20)

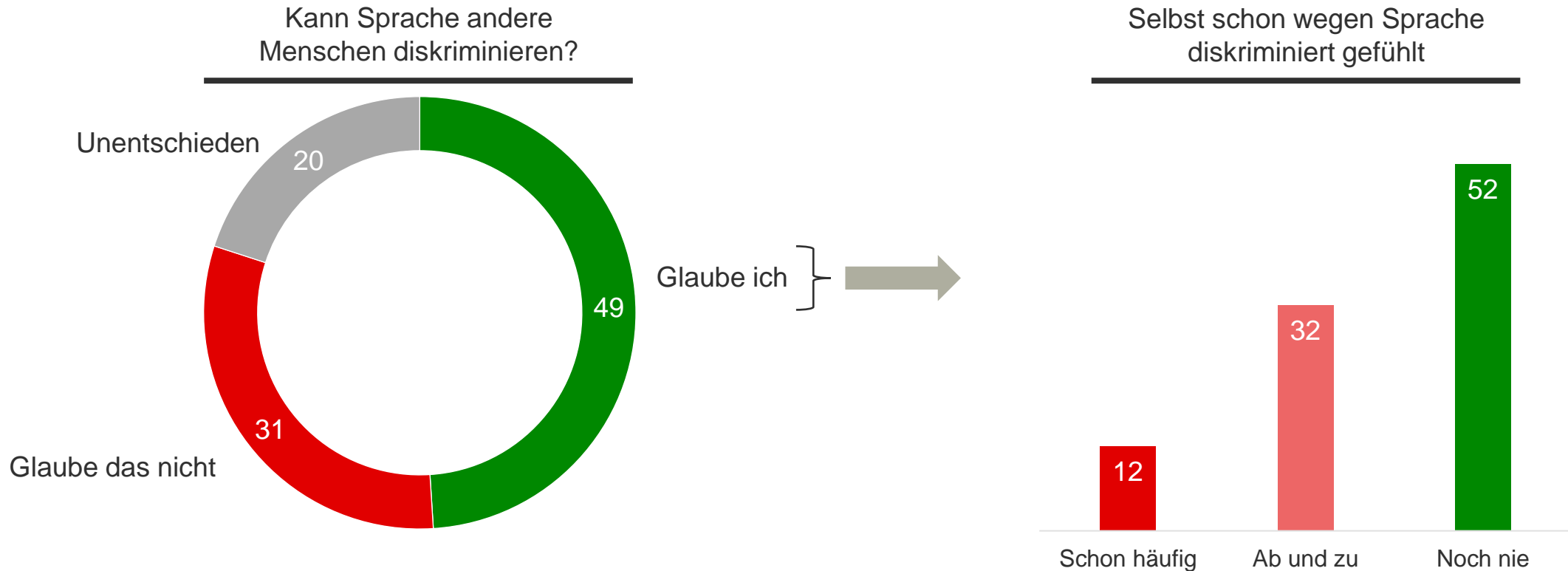
4

Diskriminierung durch Sprache



Kap. 4 – Diskriminierung durch Sprache und eigene Erfahrungen

Die Hälfte der Intensivnutzenden ist der Meinung, Sprache kann andere Menschen diskriminieren. Davon haben sich wiederum 44 Prozent selbst schon aufgrund von Sprache diskriminiert gefühlt.



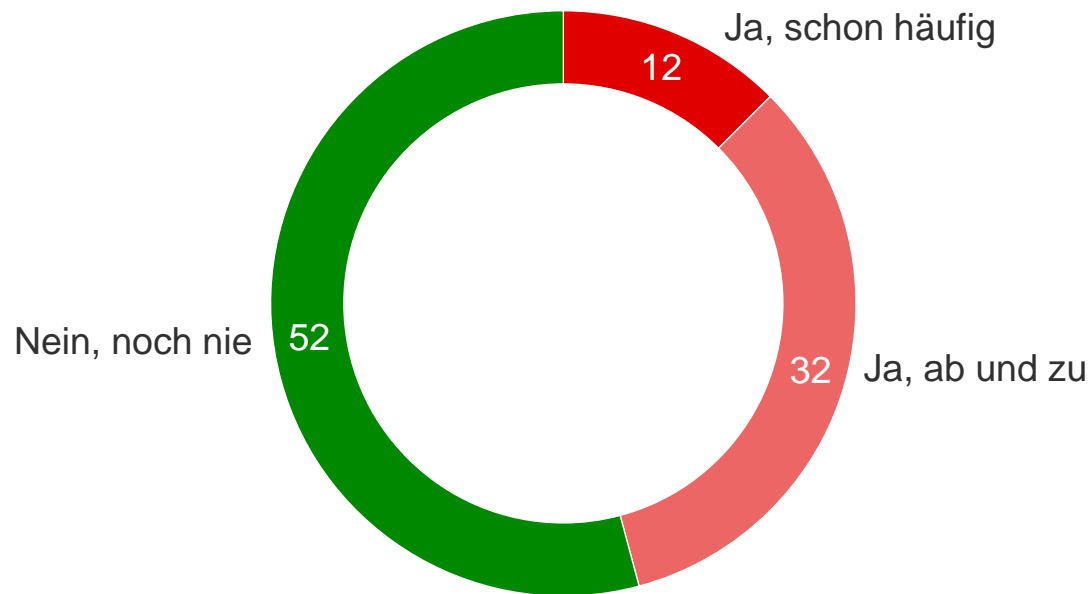
Frage 22: Glauben Sie, dass man mit Sprache andere Menschen diskriminieren kann, oder glauben Sie das nicht?

Frage 23: Haben Sie sich schon einmal wegen der Sprache, die andere Ihnen gegenüber verwendet haben, diskriminiert oder benachteiligt gefühlt?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren
Neue Basis: Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren, die der Meinung sind, dass Sprache diskriminieren kann (lt. Frage 22)

Kap. 4 – Diskriminierung durch Sprache

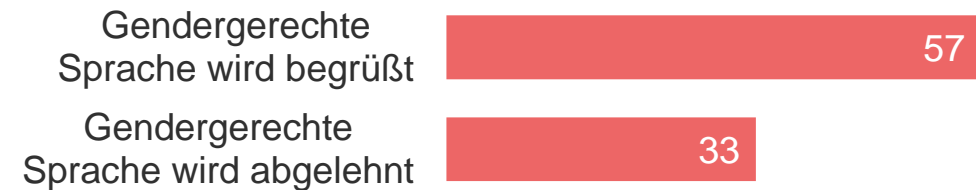
Befragte ohne Deutsch als Muttersprache fühlen sich viel häufiger aufgrund von Sprache diskriminiert als Deutsch-Muttersprachler*innen. Wer gendergerechte Sprache begrüßt, scheint sensibler auf die Sprache anderer zu reagieren und fühlt selbst sich eher diskriminiert.



Diskriminierung nach Muttersprache (Top 2)



Diskriminierung nach gendergerechte Sprache begrüßt / abgelehnt (Top 2)

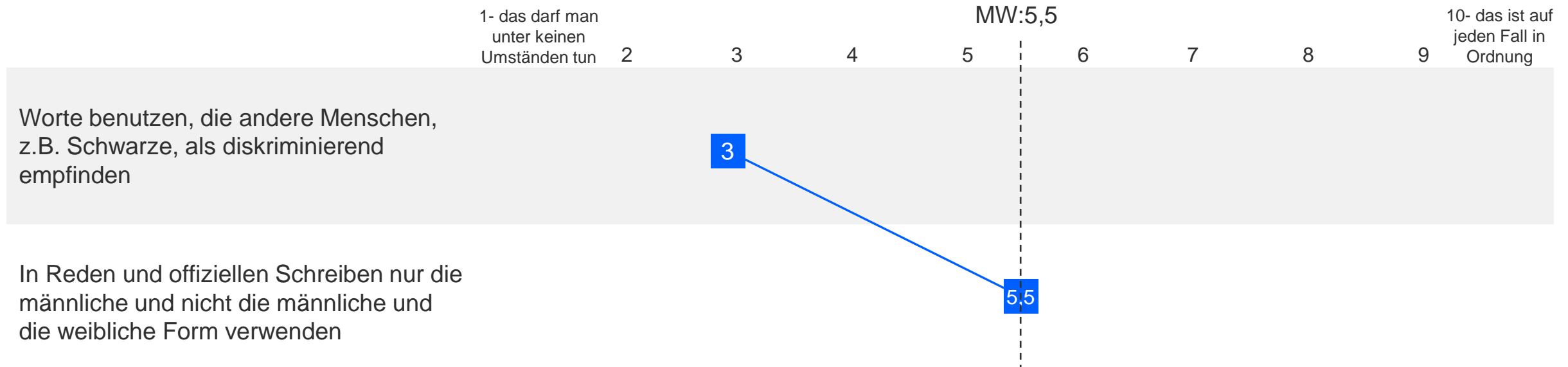


Frage 23: Haben Sie sich schon einmal wegen der Sprache, die andere Ihnen gegenüber verwendet haben, diskriminiert oder benachteiligt gefühlt?

Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe
Basis: Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren, die der Meinung sind, dass Sprache diskriminieren kann (lt. Frage 22)

Kap. 4 – Akzeptanz der Verwendung diskriminierender Sprache

Während sich die Mehrheit der Befragten einig ist, dass man keine Worte benutzen darf, die andere Menschen, z.B. Schwarze als diskriminierend empfinden, ist das Stimmungsbild beim Gendern geteilt.



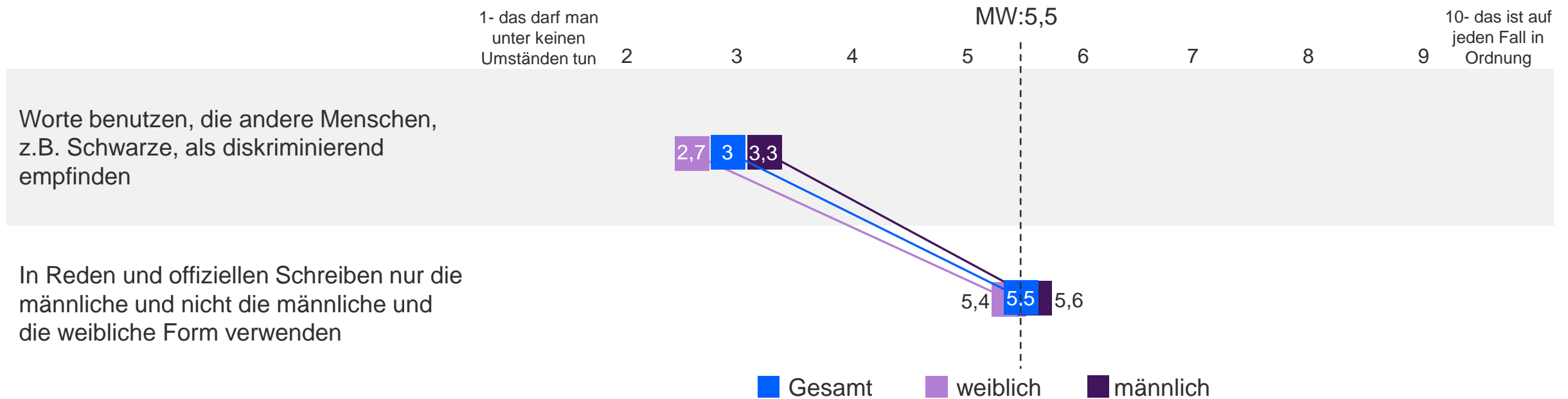
Frage 24: Könnten Sie bitte für jeden der beiden folgenden Punkte angeben, ob Sie das in jedem Fall oder unter keinen Umständen in Ordnung finden. 10 bedeutet, das ist auf jeden Fall in Ordnung. 1 bedeutet, das darf man unter keinen Umständen tun. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

Durchschnittswerte
Skala von 1-10

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 4 – Akzeptanz der Verwendung diskrimin. Sprache nach Geschlecht

Frauen reagieren vor allem bei der Verwendung diskriminierender Wörter sensibler.

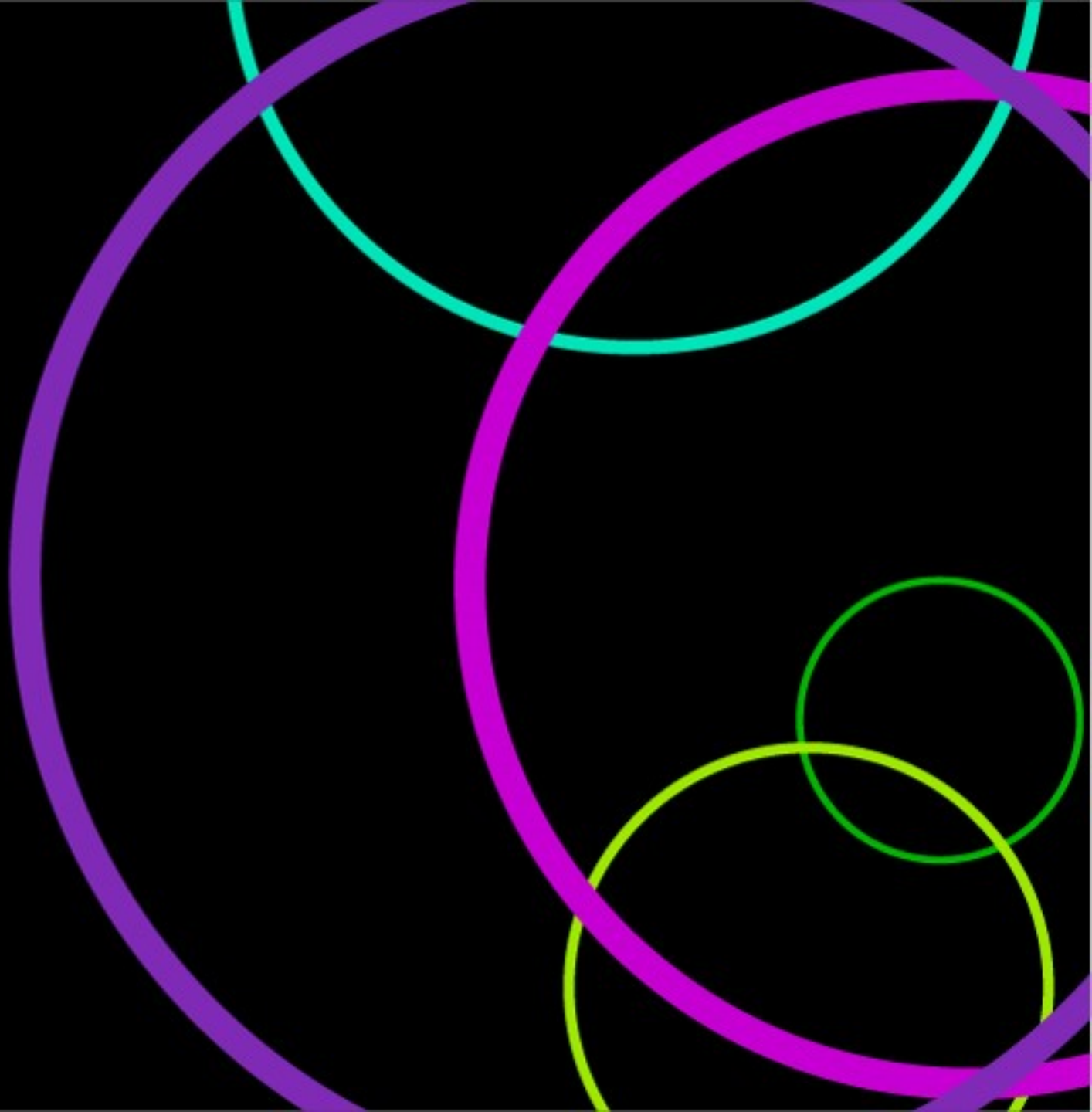


Frage 24: Könnten Sie bitte für jeden der beiden folgenden Punkte angeben, ob Sie das in jedem Fall oder unter keinen Umständen in Ordnung finden. 10 bedeutet, das ist auf jeden Fall in Ordnung. 1 bedeutet, das darf man unter keinen Umständen tun. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

Durchschnittswerte
Skala von 1-10

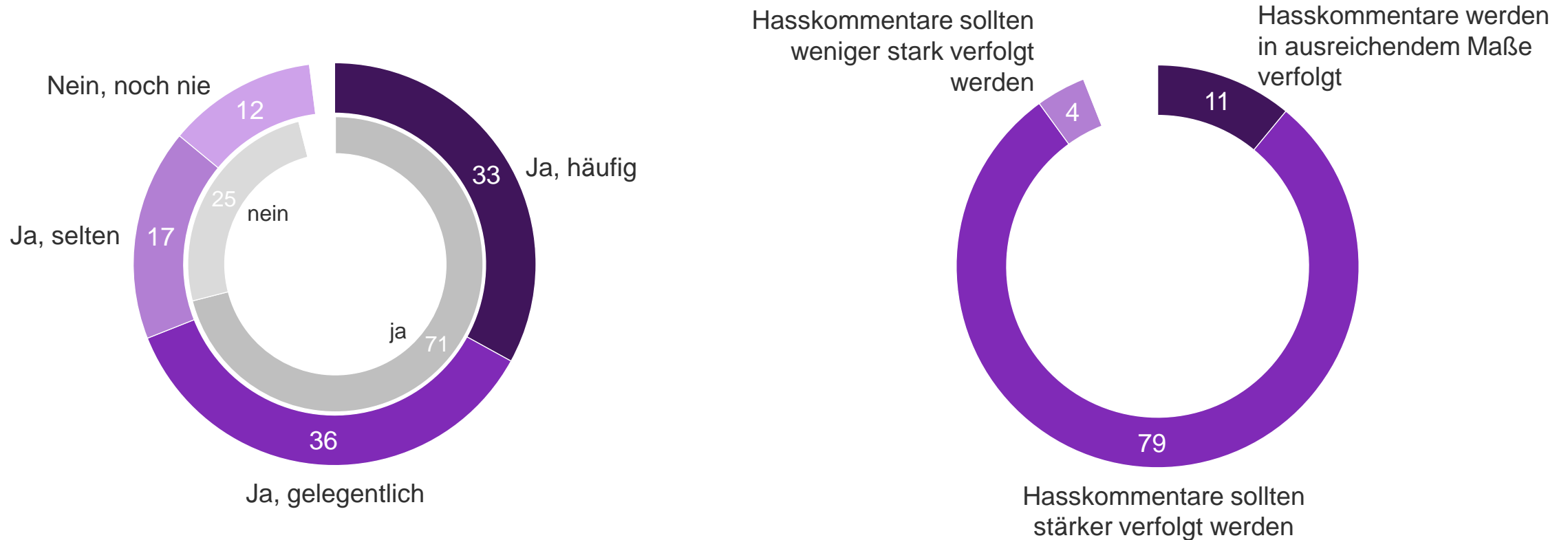
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

5 Hate Speech



Kap. 5 – Wahrnehmung und Verfolgung von Hasskommentaren

Fast neun von Zehn sind bereits Hasskommentaren begegnet, ein Drittel sogar häufig. Der Anteil ist im Vergleich zu 2018 deutlich gestiegen. Vier Fünftel sind der Meinung, Hasskommentare müssten stärker verfolgt werden.



Frage 25: Sind Ihnen in sozialen Netzwerken schon einmal sogenannte Hasskommentare begegnet, also Beiträge, in denen andere beleidigt oder herabgewürdigt wurden?

Frage 30: Einmal unabhängig von der gesetzlichen Ausgestaltung: Glauben Sie, dass Hasskommentare im Internet bereits ausreichend verfolgt werden, sollten Sie stärker oder weniger stark verfolgt werden?

Angaben in Prozent

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

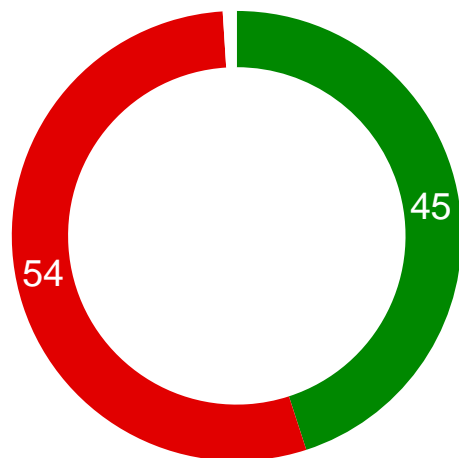
Grau: Vergleichswerte aus BPA Studie Intensivnutzer sozialer Medien 2018

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

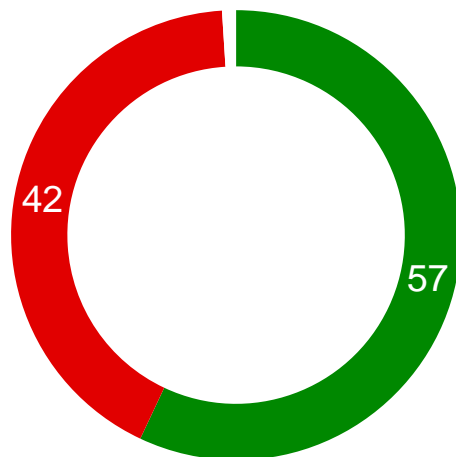
Kap. 5 – Reaktion auf Hasskommentare - wenn begegnet lt. Frage 25

Die häufigste Reaktion der Befragten auf Hasskommentare ist die Blockierung bzw. Entfreundung des Autors / der Autorin. Mehr als die Hälfte hat solche Kommentare auch schon der Plattform gemeldet. Etwas weniger haben darauf geantwortet und diese kritisiert. Nur eine sehr kleine Minderheit hat solche Kommentare zur Anzeige gebracht.

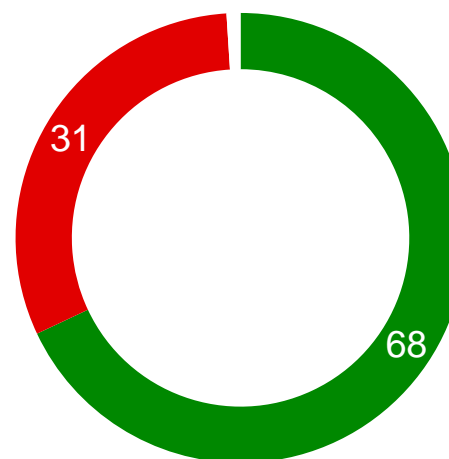
auf beleidigende Kommentare
geantwortet und diese
kritisiert?



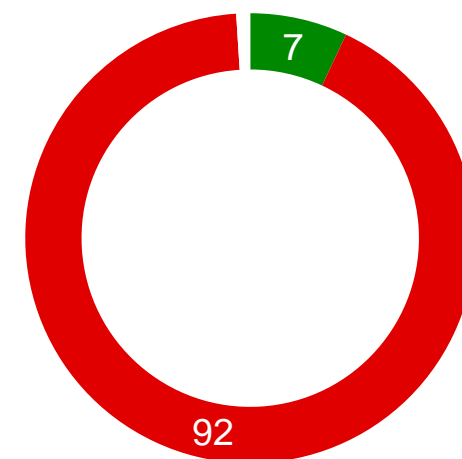
beleidigende oder herab-
würdigende Kommentare den
Plattformbetreibern gemeldet?



Menschen, die beleidigende
oder herabwürdigende
Kommentare verfasst haben,
geblockt oder entfreundet?



Screenshots gemacht und
beleidigende oder herab-
würdigende Kommentare bei
der Polizei angezeigt?



■ Nein

■ Ja

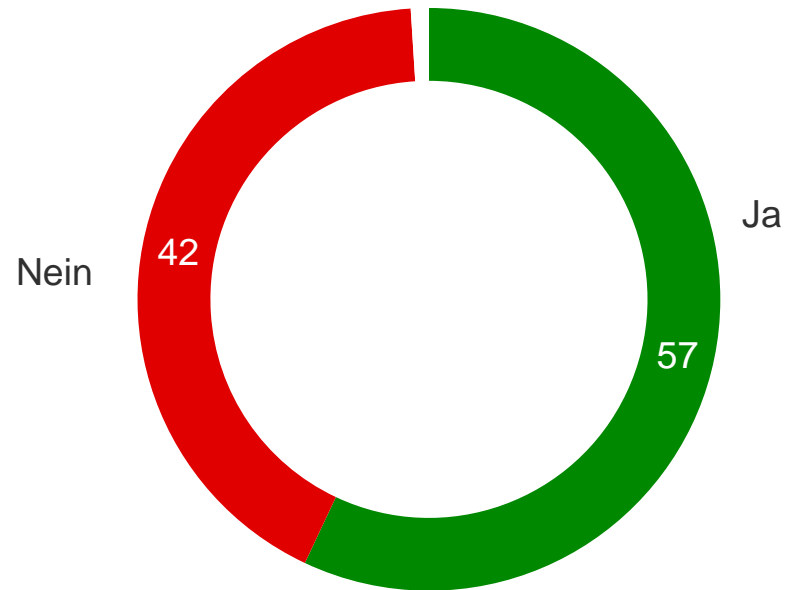
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Neue Basis: Hasskommentare begegnet laut Frage 25

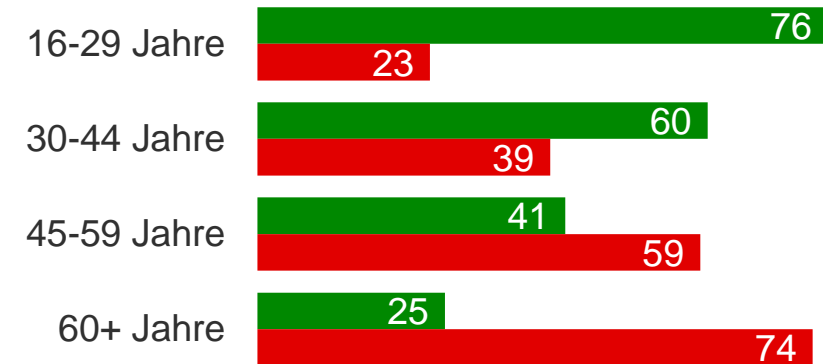
Frage 26: Haben Sie schon mal...

Kap. 5 – Reaktion auf Hasskommentare – Meldung bei Plattformbetreibern

Jüngere Social Media Nutzende melden Hasskommentare viel häufiger bei den Plattformbetreibern als ältere Menschen. Auch Menschen mit Migrationshintergrund melden häufiger solche Kommentare. Eine denkbare Erklärung wäre, dass sie möglicherweise selbst häufiger davon betroffen sind.



Kommentare gemeldet nach Alter



Kommentare gemeldet nach Migrationshintergrund



Angaben in Prozent

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

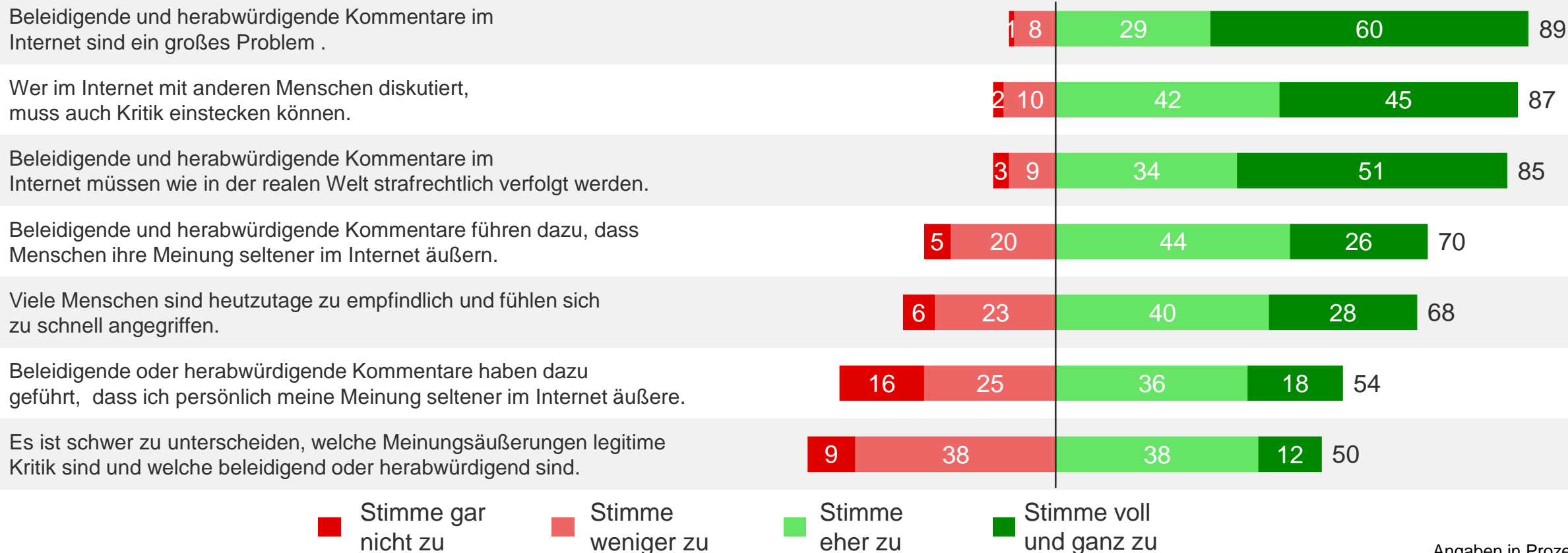
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Neue Basis: Hasskommentare begegnet laut Frage 25

Frage 26: Haben Sie schon mal...

Kap. 5 – Bewertung von Hasskommentaren

Hasskommentare im Internet werden im Allgemeinen als großes Problem angesehen, das auch strafrechtlich verfolgt werden muss. Die Befragten sehen zudem eine indirekt zensierende Wirkung durch Hasskommentare. Gleichzeitig werden Menschen aber auch als zu empfindlich beschrieben und sollen mehr Kritik einstecken können.



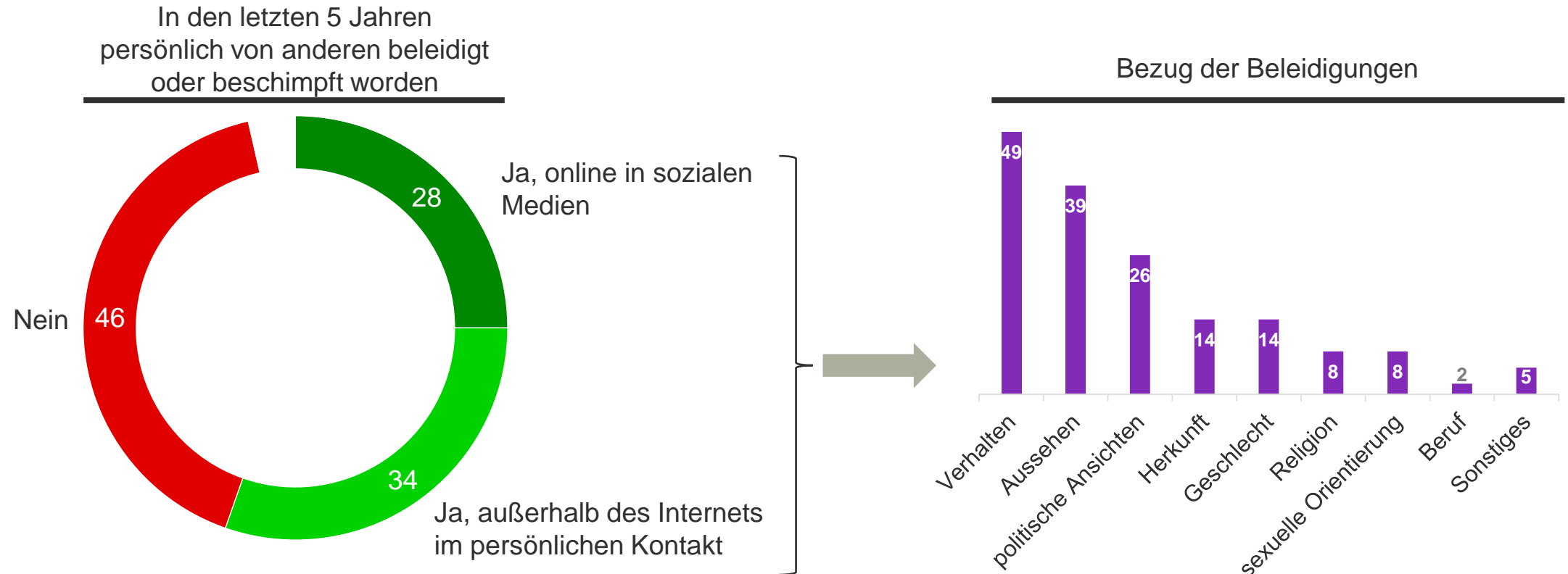
Angaben in Prozent
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

Frage 27: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 5 – Persönliche Erfahrung Hasskommentare

Eine Mehrheit der Befragten wurde in den letzten 5 Jahren online oder offline persönlich beleidigt. Die Beleidigungen bezogen sich auf verschiedene Aspekte, am häufigsten auf das Verhalten, das Aussehen oder auf politische Ansichten.



Frage 28: Ist es Ihnen selbst in den letzten 5 Jahren passiert, dass Sie persönlich von anderen beleidigt oder beschimpft wurden?

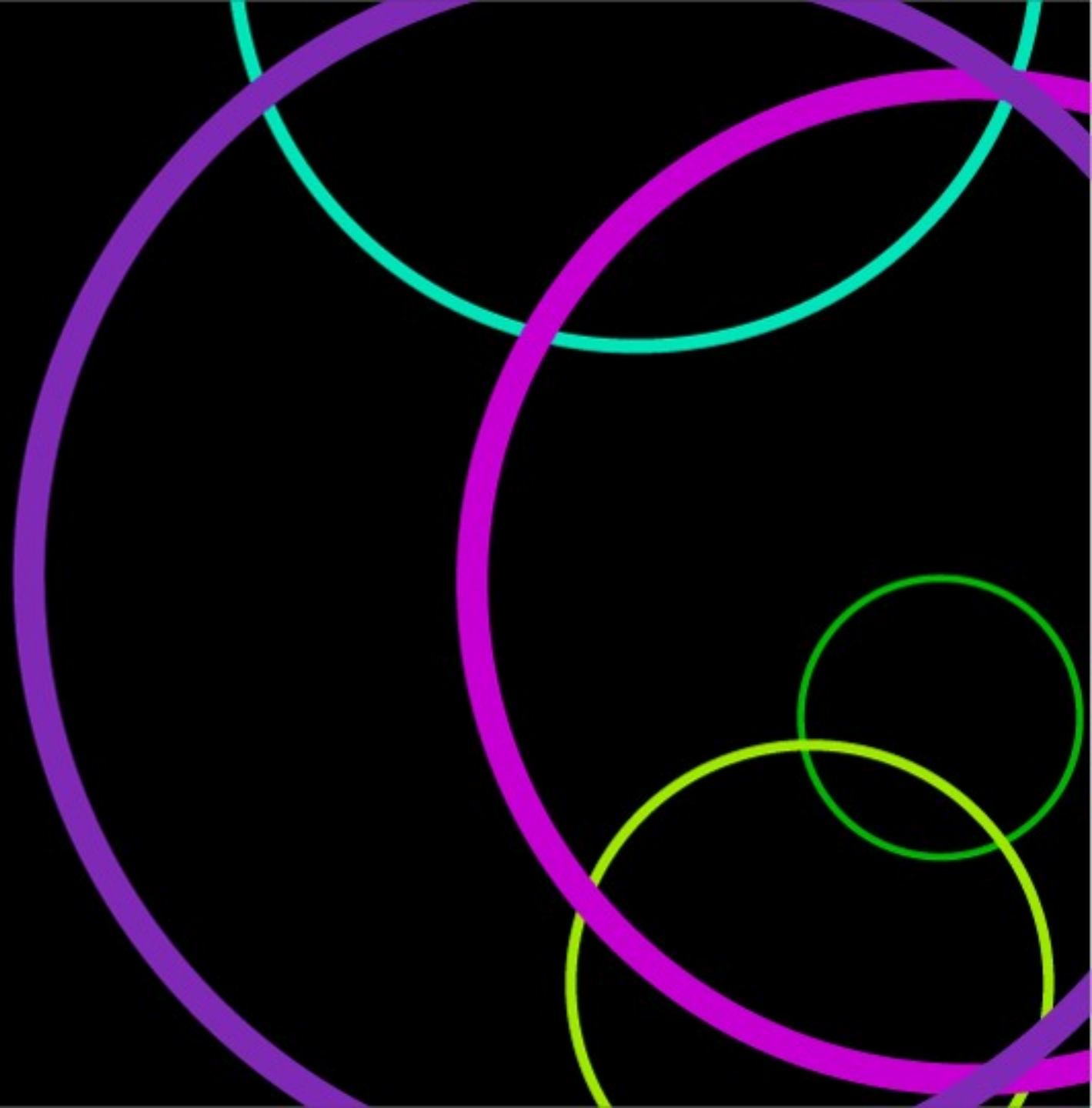
Frage 29: Und worauf bezogen sich diese Beleidigungen? Bitte kreuzen Sie alles Zutreffende an...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren
Neue Basis: Intensivnutzer*innen, die in den letzten 5 Jahren beleidigt wurden (lt. Frage 28)

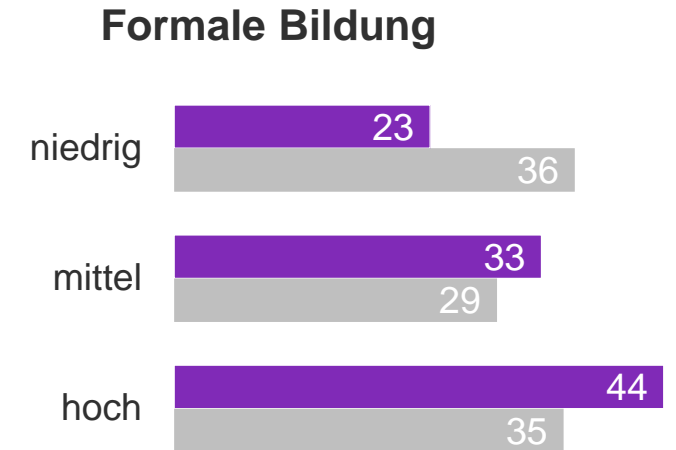
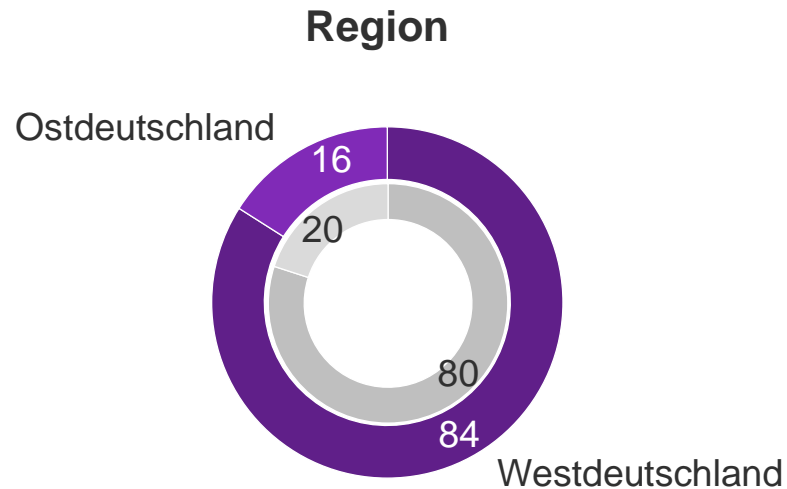
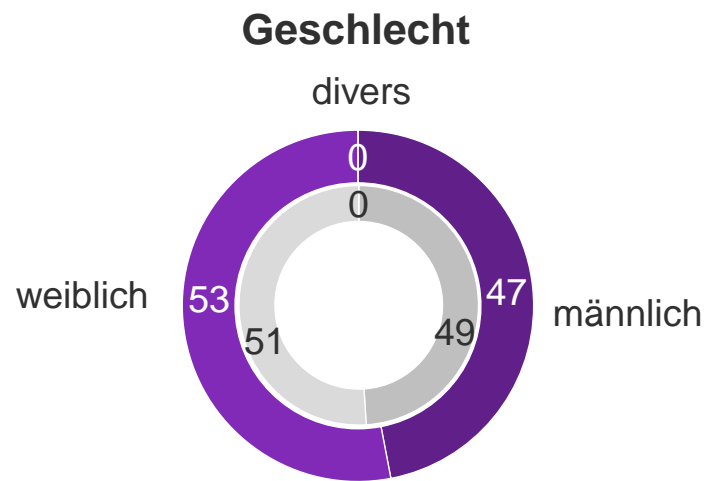
6

Beschreibung der Zielgruppe



Kap. 6 – Zielgruppendefinition

Die Grundgesamtheit ist definiert als Intensivnutzer*innen sozialer Medien ab 16 Jahren in Deutschland



Alter

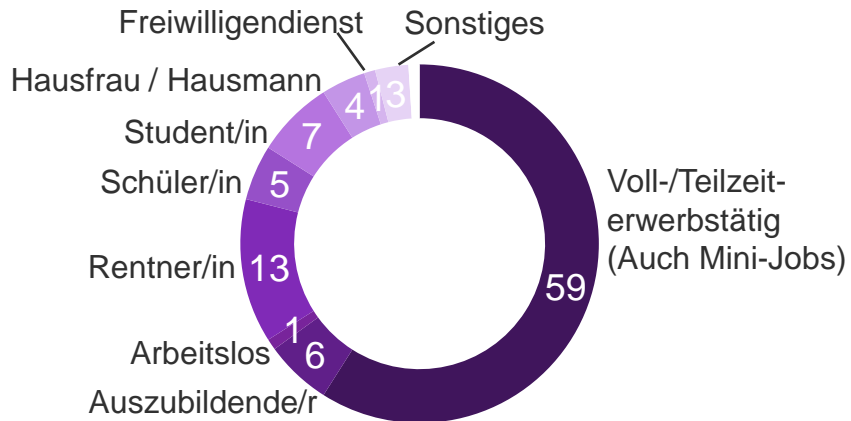


Angaben in Prozent
Grau: Vergleichswerte zur deutschsprachigen Bevölkerung ab 18 Jahren (Mikrozensus 2019, Statistisches Bundesamt)
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

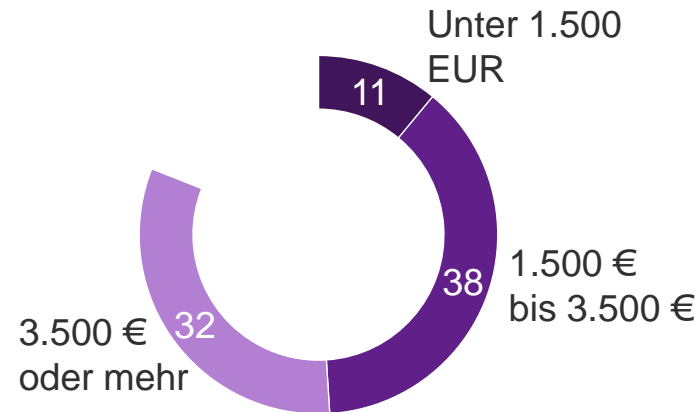
Kap. 6 – Erwerbstätigkeit, Einkommen und Soziale Schicht

Die Mehrheit der Intensivnutzenden ist erwerbstätig. Ihr größter Anteil findet sich in der mittleren Einkommensgruppe wieder. Die Hälfte ordnet sich der Mittelschicht zu.

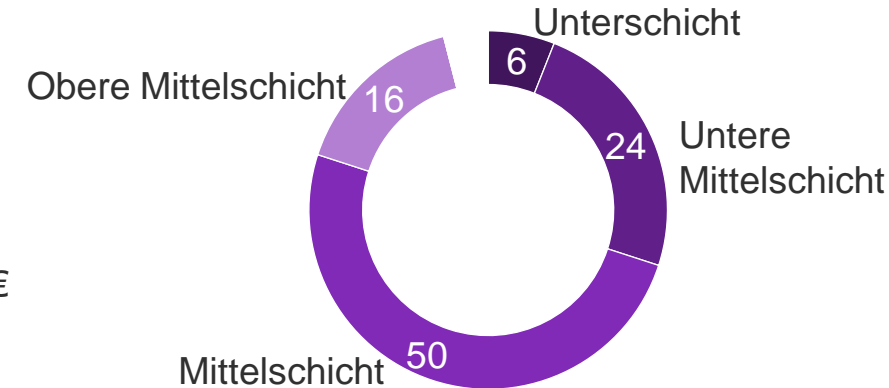
Erwerbstätigkeit



Einkommen



Subjektive Schichtzuordnung



Angaben in Prozent

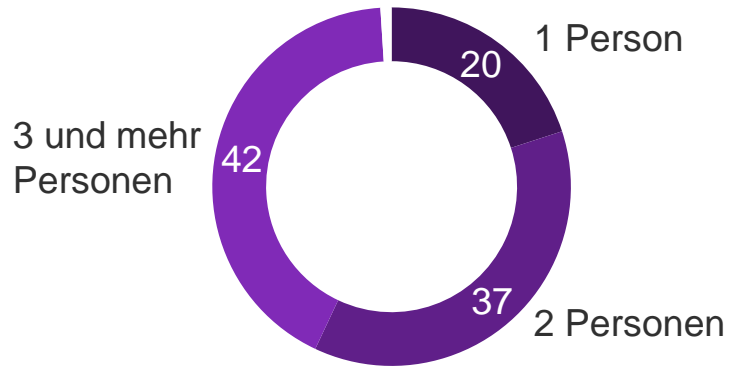
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

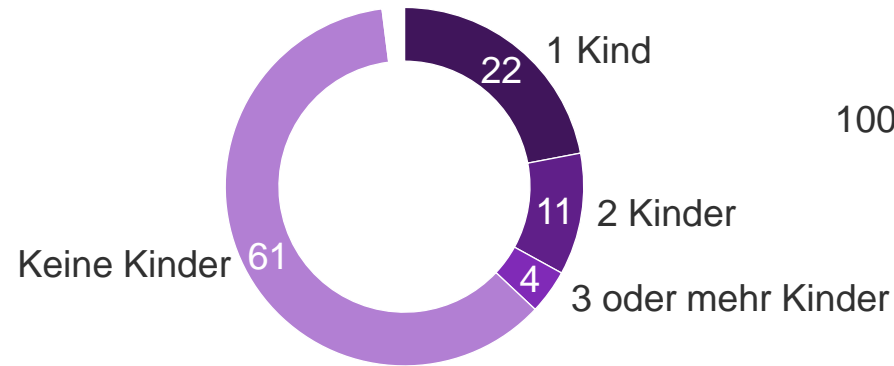
Kap. 6 – Haushaltsgröße, Kinder und Gemeindegröße

Ein Fünftel der Befragten wohnt allein, ein gutes Drittel hat Kinder im Haushalt. Knapp zwei Fünftel wohnen in kleinen Gemeinden, drei von zehn in großen Städten.

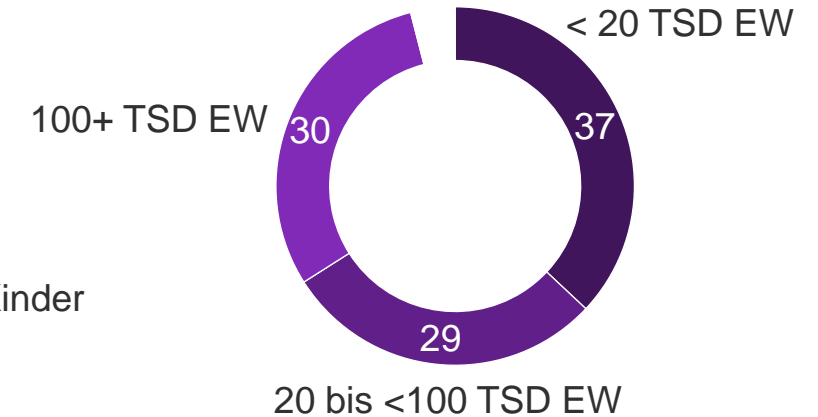
Haushaltsgröße



Kinder im Haushalt



Gemeindegröße



Angaben in Prozent

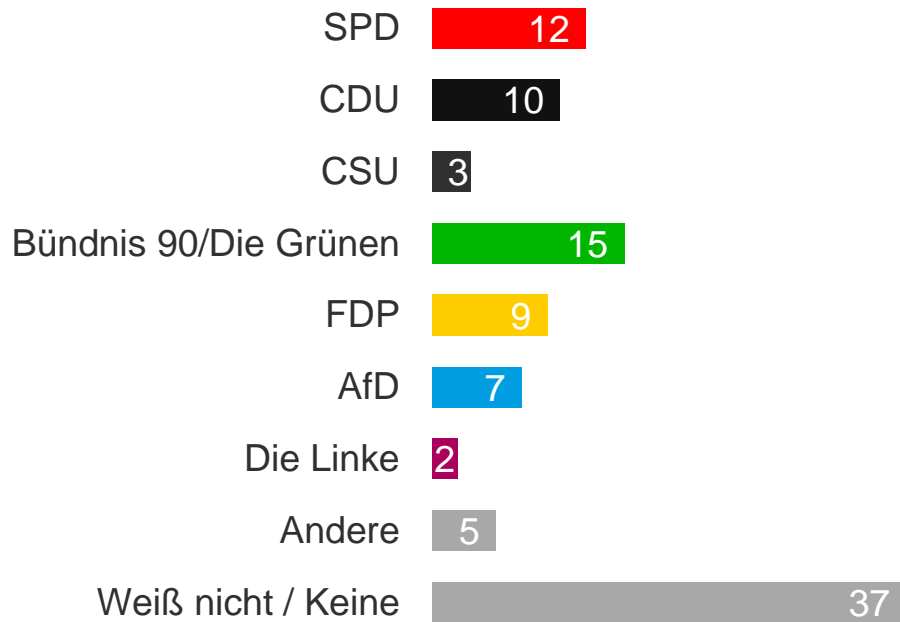
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe

Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

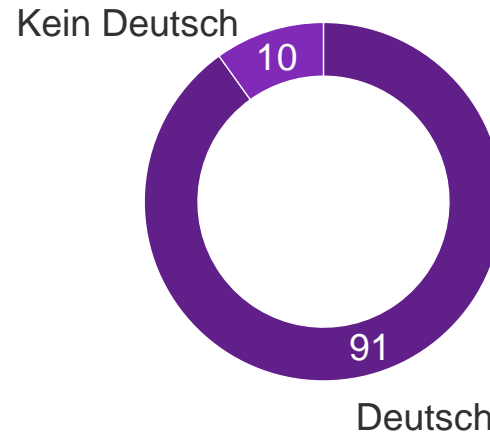
Kap. 6 – Parteisympathie, Muttersprache und Migrationshintergrund

Grüne, Union und SPD stehen bei den Befragten, die deutlich jünger sind als die allgemeine Bevölkerung, am höchsten in der Gunst. Dennoch können sich knapp zwei von fünf Befragte für keine Partei entscheiden. Nur ein Zehntel spricht nicht Deutsch als Muttersprache, weniger als ein Fünftel der Befragten gibt an, einen Migrationshintergrund zu haben, womit diese Gruppe in der Stichprobe unterrepräsentiert erscheint.

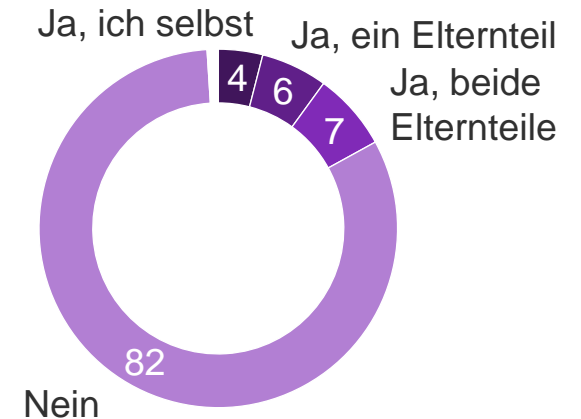
Parteisympathie



Muttersprache*



Migrationshintergrund**



Angaben in Prozent

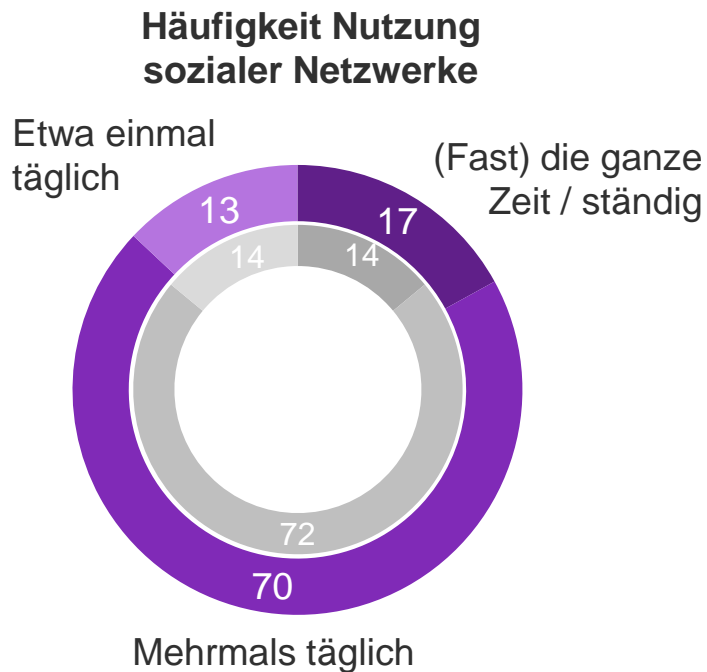
*Mehrfachnennungen möglich, daher summieren sich die Werte auf mehr als 100%

**Fehlende Werte zu 100%: keine Angabe

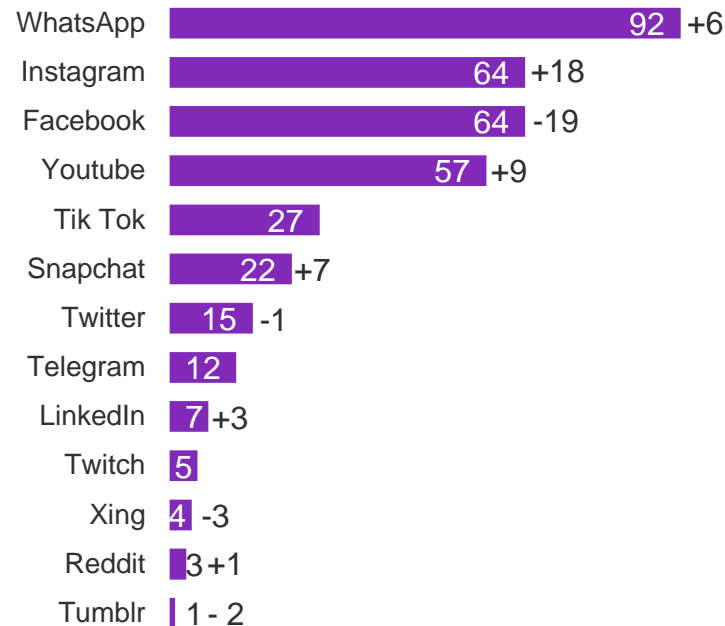
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren

Kap. 6 – Nutzung sozialer Netzwerke

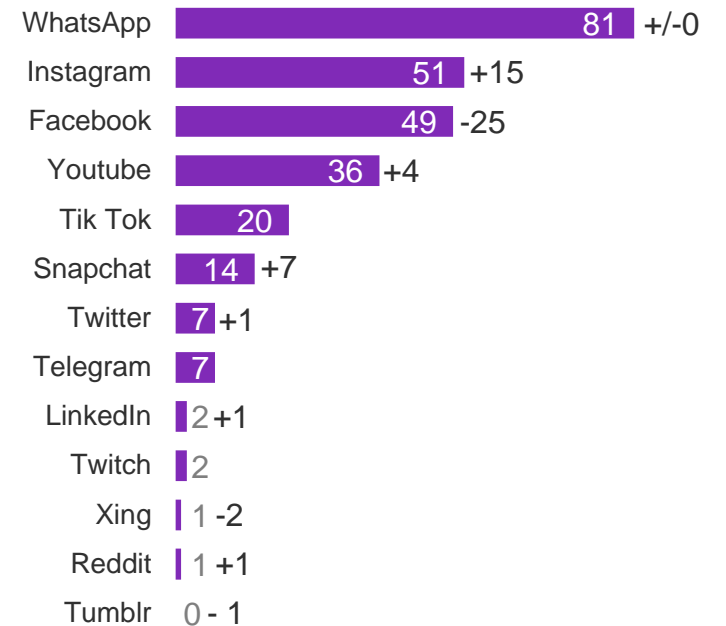
Fast neun von zehn nutzen soziale Netzwerke mehrmals am Tag oder ständig. Am häufigsten sind die Befragten bei WhatsApp, Instagram und Facebook unterwegs. Im Vergleich zu 2018 verliert Facebook deutlich an Rückhalt, dagegen verzeichnet Instagram die höchsten Zugewinne in der Nutzung.



Täglich genutzte soziale Netzwerke*



Am häufigsten genutzte soziale Netzwerke*



Angaben in Prozent, Mehrfachnennung
*Mehrfachnennungen möglich, daher summieren sich die Werte auf mehr als 100%
Grau: Vergleichswerte BPA Studie Intensivnutzer sozialer Medien 2018
Basis: Deutschsprachige Intensivnutzer*innen sozialer Online-Netzwerke ab 16 Jahren



KANTAR PUBLIC

Christoph Döbele

christoph.doebele@kantarp.com

030 53322 209

Xenia Zerweck

xenia.zerweck@kantarp.com

030 53322 206

Kantar Public | Alt-Moabit 96 a, 10559 Berlin | 030 53322 200 | www.kantarp.com/de