



P R E S S E N O T I Z

Wahlen in Großbritannien und weiteres Vorgehen im Brexit: Studie zum Informationsverhalten junger Menschen zeigt vergleichsweise geringes Interesse am EU-Ausstieg Großbritanniens

- Laut einer neuen Studie der Vodafone Stiftung informiert sich die große Mehrheit der jungen Menschen in Deutschland regelmäßig zu politischen Themen, wie dem Brexit
- 40% der Befragten äußern starkes oder sehr starkes Interesse an den Brexit-Verhandlungen – damit ruft das Thema vergleichsweise das geringste Interesse bei Befragten hervor
- Junge Menschen erinnern sich vor allem an Falschnachrichten zu Kosten und Auswirkung des EU-Ausstiegs Großbritanniens

Berlin, 11.12.2019. Morgen wird in Großbritannien das neue Unterhaus gewählt. Mit den vorgezogenen Neuwahlen will Premierminister Boris Johnson seinen mit Brüssel ausgehandelten Brexit-Deal umsetzen und so Großbritannien aus der Europäischen Union führen. Seit dem Referendum im Juni 2016 ist die Debatte um den Brexit auch in den deutschen Medien prominent vertreten. Trotzdem macht eine aktuelle Befragung 14- bis 24-Jähriger in Deutschland im Auftrag der Vodafone Stiftung nun deutlich, dass das Interesse junger Menschen am Thema Brexit vergleichsweise gering ausfällt: Nur 40 Prozent der Befragten geben an, dass das Thema sie stark oder sehr stark interessiert, weniger als bei anderen abgefragten Themen. Junge Erwachsene (47 Prozent) interessieren sich dabei eher als Jugendliche (32 Prozent). Nach konkreten Falschnachrichten rund um das Thema Brexit gefragt, erinnern sich junge Menschen vor allem an Fehlinformationen zu den Kosten und Auswirkungen des Brexits – sowohl für Großbritannien als auch für Deutschland.

Der EU-Austritt Großbritanniens wird von den jungen Menschen in Deutschland stärker als andere Themen über traditionelle Medien verfolgt – vor allem im Fernsehen (56 Prozent), gefolgt vom Radio (30 Prozent). Durch persönlichen Austausch und über Nachrichtenseiten im Internet informiert sich knapp jede/jeder zweite Befragte (jeweils 46 Prozent). Soziale Medien nutzen dagegen nur 22 Prozent der Befragten. Nicht nur die Nutzung, auch das Vertrauen in die klassischen Medien ist beim Thema Brexit besonders hoch: 62 Prozent der Befragten nennen hier Radio, Fernsehen oder Zeitungen als besonders vertrauenswürdige Quelle. Nur 9 Prozent der Befragten nennen in diesem Zusammenhang soziale Medien (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter).

Von denen, die bereits Falschnachrichten zum Brexit wahrgenommen haben, wird das Fernsehen am häufigsten als Quelle genannt (39 Prozent). Dabei ist fraglich, ob das Fernsehen damit als Quelle von Falschnachrichten oder Fernsehberichte über Falschnachrichten gemeint sind. Facebook und Nachrichtenseiten im Internet stellen mit jeweils 27 Prozent ebenfalls häufige Quellen für Fake News dar.

Für die Studie „Alles auf dem Schirm“ wurden junge Menschen über ihr Informationsverhalten zu Themen wie Europawahl, Urheberrecht, Fridays for Future und Brexit befragt. Die gesamte Studie „Alles auf dem Schirm“ kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Pressekontakt:

Lars Thies
Leiter Thinktank

Vodafone Stiftung Deutschland
gemeinnützige GmbH
Behrenstraße 18
10117 Berlin

lars.thies@vodafone.com
www.vodafone-stiftung.de

Unsere Social Media Kanäle:



www.twitter.com/vf_stiftung



facebook.com/vodafonestiftung



youtube.com/vodafonestiftung



Methodik

Die Erhebung wurde vom Befragungsinstitut Infratest dimap Gesellschaft für Trend- und Wahlforschung mbH durchgeführt. Die Grundgesamtheit für die Befragung bildeten deutschsprachige junge Menschen im Alter von 14 bis 24 Jahren in Privathaushalten in Deutschland, die das Internet nutzen. Die Erhebung wurde vom 29. Mai bis zum 11. Juni 2019 durchgeführt und als Online-Erhebung (Computer Assisted Web Interviewing = CAWI) angelegt. Insgesamt nahmen 2.149 Jugendliche an der Studie teil, davon 1.100 im Alter von 14 bis 19 Jahren und 1.049 im Alter von 20 bis 24 Jahren.

Über die Vodafone Stiftung Deutschland

Die digitale Welt aktiv zu gestalten, erfordert neue Kompetenzen. Wir müssen neue Technologien verstehen, Veränderungen kritisch hinterfragen und gemeinsam kreative Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts schaffen. Deshalb denkt die Vodafone Stiftung Bildung für die digitale Gesellschaft neu. Gemeinsam mit Vorreitern aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote. www.vodafone-stiftung.de

Pressekontakt:

Lars Thies
Leiter Thinktank

Vodafone Stiftung Deutschland
gemeinnützige GmbH
Behrenstraße 18
10117 Berlin

lars.thies@vodafone.com
www.vodafone-stiftung.de

Unsere Social Media Kanäle:

 www.twitter.com/vf_stiftung

 facebook.com/vodafonestiftung

 youtube.com/vodafonestiftung