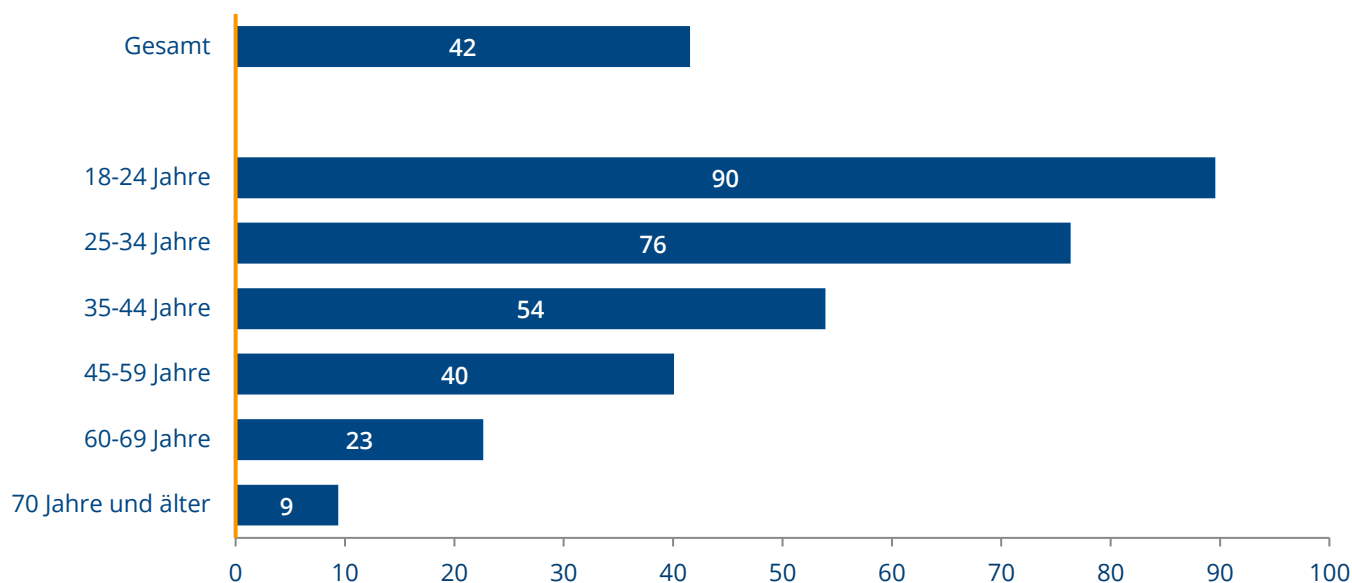


GRAFIK DES MONATS

Social-Media-Wahlkampf ist jung.

Wahrnehmung von Wahlwerbung in sozialen Medien nach Alter



Frage: „Wenn Sie jetzt an den Wahlkampf bis zum 23. Februar denken, von welchen Parteien haben Sie Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen, zum Beispiel bei Facebook, Instagram oder X?“ Hier: mindestens eine Partei genannt. Angaben in Prozent. Fehlende Werte zu 100 Prozent: von keiner Partei Wahlwerbung gesehen, weiß nicht/keine Angabe. Befragte: 4.001. Erhebung 1057 im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Wahlwerbung in den sozialen Medien erreicht viele, aber nicht jede und jeden. Nach der Bundestagswahl 2025 konnten sich zwei von fünf Wahlberechtigten an Wahlwerbung von mindestens einer Partei in sozialen Netzwerken erinnern.

Die Unterschiede nach Alter sind dabei groß. Fast alle der 18- bis 24-Jährigen konnten sich an Wahlwerbung in den sozialen Medien erinnern (90 Prozent). Unter den 35- bis 44-Jährigen fällt noch etwas mehr als der Hälfte Wahlwerbung von einer Partei in sozialen Medien ein. Ganz anders ist es bei den Älteren: 23 Prozent der 60- bis 69-Jährigen konnten nach der Bundestagswahl eine Partei nennen, von der sie Wahlwerbung in sozialen Medien gesehen hatten. Von den Wahlberechtigten ab 70 sind es nur 9 Prozent.

Fazit: Social-Media-Wahlkampf erreicht Junge (fast) immer und Alte kaum.

Diesen Befund und weitere finden sie in der Studie „Plakat, Online, Haustür – Wer wurde im Bundestagswahlkampf wie erreicht?“.