

Verbrauchererfahrungen mit DSA-relevanten Einstellungen und dem Umgang mit problematischen Inhalten - Ergebnisse einer Online-Befragung:

Autoren: Serpil Taş, Andrea Liebe, Lukas Wiewiorra

Impressum

WIK Wissenschaftliches Institut für
Infrastruktur und Kommunikationsdienste GmbH
Rhöndorfer Str. 68
53604 Bad Honnef
Deutschland
Tel.: +49 2224 9225-0
Fax: +49 2224 9225-63
E-Mail: info@wik.org
www.wik.org

Vertretungs- und zeichnungsberechtigte Personen

Geschäftsführung	Dr. Cara Schwarz-Schilling (Vorsitzende der Geschäftsführung, Direktorin)
	Alex Kalevi Dieke (Kaufmännischer Geschäftsführer)
Prokuristen	Prof. Dr. Bernd Sörries
	Dr. Christian Wernick
	Dr. Lukas Wiewiorra
Vorsitzender des Aufsichtsrates	Dr. Thomas Solbach
Handelsregister	Amtsgericht Siegburg, HRB 7225
Steuer-Nr.	222/5751/0722
Umsatzsteueridentifikations-Nr.	DE 123 383 795

Stand: Januar 2025

Bildnachweis Titel: ©lassedesignen - stock.adobe.com

Inhaltsverzeichnis

Abbildungen und Tabellen	II
1 Einleitung	1
2 Methodisches Vorgehen	1
3 Einstellungsoptionen von Online-Diensten	2
3.1 Einstellungsoptionen für das Anzeigen von Werbung und Inhalten	4
3.2 Einstellungsoptionen zur Regulierung der Nutzung	7
4 Umgang mit illegalen und schädlichen Inhalten	9
4.1 Nutzung und Beurteilung des Meldeprozesses bei der Anzeige illegaler und schädlicher Inhalte	11
4.1.1 Wahrnehmung von und Reaktion auf mutmaßlich illegale und schädliche Inhalte	11
4.1.2 Erfahrungen mit dem Meldeprozess	13
4.2 Umgang mit und Beurteilung des Prozesses von entfernten, blockierten und eingeschränkten Inhalten	16
5 Diskussion der Ergebnisse und Limitationen der Erhebungsinstrumente	21
6 Literatur und andere Quellen	22

Abbildungen und Tabellen

Abbildung 3-1: Bekanntheit von Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten	4
Abbildung 3-2: Konfiguration der Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten	5
Abbildung 3-3: Wahrnehmung der Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten	6
Abbildung 3-4: Hauptgrund für den Abbruch der Einstellung – Anzeige von Werbung und Inhalten	6
Abbildung 3-5: Bekanntheit von Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung	7
Abbildung 3-6: Erfahrungen mit den Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung	8
Abbildung 3-7: Wahrnehmung der Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung	8
Abbildung 3-8: Hauptgrund für den Abbruch der Einstellung – Regulierung der Nutzung	9
Abbildung 4-1: Berührung mit illegalen oder schädlichen Inhalten	12
Abbildung 4-2: Ergriffene Schritte zur Meldung der mutmaßlich illegalen oder schädlichen Inhalte	13
Abbildung 4-3: Letzte Meldungen nach Online-Diensten	14
Abbildung 4-4: Wahrnehmung des Meldeprozesses	15
Abbildung 4-5: Zufriedenheit mit dem Prozess und dem Ergebnis der Meldung	16
Abbildung 4-6: Entfernung, Blockierung, Einschränkung der Sichtbarkeit bei eigenen Inhalten	17
Abbildung 4-7: Letzte Löschung, Sperrung oder Beschränkung der Sichtbarkeit nach Online-Diensten	18
Abbildung 4-8: Wahrnehmung des Vorgehens der Online-Plattformen	19
Abbildung 4-9: Zufriedenheit mit dem Vorgehen der Online-Plattform und dem Ergebnis	20
Tabelle 2-1: Stichprobe und Grundgesamtheit (2020/2021) – Verteilung	1

1 Einleitung

Der vorliegende Bericht zeigt die Ergebnisse einer aktuellen Online-Verbraucherbefragung des WIK. Im Rahmen der Befragung erfolgte eine Fokussierung auf Aspekte, die dem Regelungsbereich des Digital Services Act (DSA, Gesetz über digitale Dienste)¹ zuzuordnen sind. Der DSA wurde 2024 verabschiedet und umfasst Regelungen für Vermittlungsdienste, die in der Europäischen Union (EU) agieren. Das übergeordnete Ziel des DSA besteht darin, ein sicheres, vorhersehbares und vertrauenswürdiges digitales Umfeld zu schaffen, in dem die Grundrechte der Nutzer:innen gewahrt und ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleistet werden (Erwägungsgrund 3, DSA). Der Rechtsrahmen umfasst insbesondere Bestimmungen zum Umgang mit illegalen Inhalten, zur Regulierung digitaler Werbepraktiken, zur Sicherung freier Meinungsäußerung sowie zur Eindämmung manipulativer Gestaltungs- und Empfehlungssysteme von Online-Plattformen.²

Im Fokus der vorliegenden Untersuchung stehen die Erfahrungen und subjektiven Wahrnehmungen von Verbraucher:innen in Deutschland hinsichtlich illegaler und potenziell schädlicher Online-Inhalte sowie ihres Umgangs mit nutzerseitig steuerbaren Einstellungen, die maßgeblich die individuelle Nutzungserfahrung von digitalen Diensten bestimmen.

Die Gliederung des Berichts ist wie folgt: Zunächst wird das methodische Vorgehen erläutert. Dieses umfasst neben Informationen zur Zusammensetzung der Stichprobe die analytischen Schwerpunkte der Auswertung. Im Anschluss daran werden die zentralen Resultate der Befragung präsentiert und kontextualisiert, indem auf die einschlägigen Regelungen des DSA Bezug genommen wird. Der Bericht schließt mit einer zusammenfassenden Bewertung der Befunde.

2 Methodisches Vorgehen

Die in diesem Bericht dokumentierten Ergebnisse basieren auf einer im November/Dezember 2025 durchgeführten Online-Verbraucherbefragung des WIK.

Alle Daten wurden mit Computer Assisted Web Interviewing (CAWI) erfasst. Die Stichprobe umfasst 3.252 Befragte im Alter von 16-90 Jahren. Um eine Zusammenstellung der Stichprobe zu gewährleisten, die die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren angemessen abbildet, wurde die Ziehung einer Quotestichprobe veranlasst. Die Ausstreuung der Stichprobe für diese Studie erfolgte hauptsächlich nach den Merkmalen Alter, Geschlecht und Region.

Die Verteilung der Stichprobe im Vergleich zur Verteilung der Grundgesamtheit (deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren) ist in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst.

Tabelle 2-1: Stichprobe und Grundgesamtheit (2020/2021) – Verteilung

Geschlecht, Alter, Nielsengebiete		Stichprobe in der Befragung	Grundgesamtheit (deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre)
Geschlecht	weiblich	51,6%	51,0%
	männlich	48,0%	49,0%
	divers	0,5%	-
Alter	16-19 Jahre	3,9%	4,5%
	20-29 Jahre	13,2%	13,1%

¹ Europäische Union (2022).

² Europäische Kommission (2025).

Geschlecht, Alter, Nielsengebiete		Stichprobe in der Befragung	Grundgesamtheit (deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre)
	30-39 Jahre	15,1%	15,3%
	40-49 Jahre	14,6%	14,6%
	50-59 Jahre	16,9%	16,6%
	60+ Jahre	36,3%	35,8%
Nielsengebiete	1: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein	15,7%	16,2%
	2: Nordrhein-Westfalen	21,5%	21,5%
	3a: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13,6%	13,7%
	3b: Baden-Württemberg	13,5%	13,4%
	4: Bayern	16,1%	15,8%
	5: Berlin	4,5%	4,4%
	6: Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt	7,9%	7,6%
	7: Sachsen, Thüringen	7,3%	7,4%

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Daten von Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025) und der Online-Umfrage des WIK (ungewichtete Werte).

Der im Rahmen dieses Berichtes ausgewertete Teil der Befragung lässt sich in zwei thematische Segmente unterteilen. Der erste Abschnitt untersucht die Bekanntheit und Wahrnehmung nutzerseitiger Einstellungsmöglichkeiten, die die individuelle Nutzungserfahrung digitaler Dienste betreffen. Der zweite Abschnitt richtet den Fokus auf die Sichtbarkeit von illegalen und potenziell schädlichen Inhalten sowie auf die Bewertung des Melde- und Beschwerdeprozesses durch die Befragten.

Alle 3.252 Befragten mussten Angaben zu den Fragen im ersten Abschnitt machen. Für die Analyse der Sichtbarkeit sowie des Melde- und Beschwerdeprozesses für illegale und potenziell schädliche Inhalte wurde die Stichprobe in zwei nahezu gleich große Gruppen aufgeteilt. Eine Gruppe beantwortete Fragen aus der Perspektive einer meldenden Person³, die andere Gruppe wurde zu Erfahrungen mit Maßnahmen und Prozessen befragt, die sich auf ihre eigenen Inhalte beziehen⁴. Die Zuteilung der Befragten zu diesen beiden Gruppen erfolgte randomisiert.

3 Einstellungsoptionen von Online-Diensten

Im Rahmen der Befragung werden zwei Arten von Einstellungen sowie die Bekanntheit und Wahrnehmung dieser durch die Verbraucher:innen untersucht. Zunächst werden die Einstellungen betrachtet, mit denen die Anzeige von Werbung und Inhalten gesteuert werden kann. Der Fokus richtet sich dabei auf vier spezifische Einstellungsmöglichkeiten, die bereits von vielen Online-Diensten umgesetzt werden sind:

- Einstellungen, mit denen festgelegt werden kann, wie Werbung angezeigt wird (z.B. personalisiert oder zufällig).
- Einstellungen, mit denen bestimmt werden kann, welche Inhalte oder Informationen angezeigt werden (z.B. nach Interessen oder in zeitlicher Reihenfolge).
- Einstellung, mit denen bestimmte Inhalte ausgeblendet werden können (z.B. durch Stichwort-Filter).

³ N=1.627.

⁴ N=1.625.

- Einstellungen, mit den entschieden werden kann, welche Daten für Werbung oder Inhalte über einen gesammelt werden.

Diese Einstellungsmöglichkeiten sind von Relevanz, da der DSA spezifische Vorschriften für Online-Plattformen definiert, die mit der Anzeige von Werbung und Empfehlungen zusammenhängen. Zu den relevanten Vorschriften zählen insbesondere Artikel 26 und 27 des DSA.

- Gemäß Art. 26 des DSA müssen Nutzer:innen in der Lage sein, in Echtzeit anhand eindeutiger Merkmale zu erkennen, ob es sich bei einer Information um Werbung handelt. Dies umfasst die Identifizierung der werbenden Partei, die angefallenen Kosten sowie die Nutzung spezifischer Parameter zur Bestimmung des Adressatenkreises der Werbung. In dem Artikel wird ebenfalls festgehalten, dass Werbungen grundsätzlich nicht an Nutzer:innen angezeigt werden dürfen, wenn diese auf der Grundlage von Profiling-Verfahren gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 basieren.⁵
- Nach Art. 27 des DSA müssen Online-Plattformen, die Empfehlungssysteme verwenden, in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) in klarer und verständlicher Sprache die wichtigsten Parameter ihrer Empfehlungssysteme sowie alle Möglichkeiten der Nutzenden, diese Parameter zu ändern oder zu beeinflussen, darlegen. Wenn mehrere Optionen zur Verfügung stehen, anhand derer die relative Reihenfolge, der den Nutzenden bereitgestellten Informationen bestimmt wird, müssen die Anbieter von Online-Plattformen auch eine Funktion bereitstellen, die es den Nutzenden ermöglicht, ihre bevorzugte Option jederzeit auszuwählen und zu ändern. Diese Funktion muss unmittelbar und leicht zugänglich sein und sich in dem spezifischen Abschnitt der Online-Schnittstelle der Online-Plattform befinden, in dem die Informationen vorrangig sind.

Darüber hinaus berücksichtigt der Fragebogen Einstellungsmöglichkeiten, die im Zusammenhang mit der individuellen Nutzungszeit stehen. Die sehr häufige, teils suchtähnliche Nutzung von Online-Diensten ist ein in der wissenschaftlichen Literatur und der öffentlichen Debatte regelmäßig diskutiertes Problemfeld. Online-Dienste haben ein monetäres Interesse daran, dass Nutzer:innen auf diesen lange verweilen.⁶ Dazu wird unter anderem auf Designelemente zurückgegriffen, die die Aufmerksamkeit der Nutzenden binden, indem sie unter anderem kognitive Schwächen ausnutzen.⁷ Gemäß Art. 25 des DSA ist es Online-Plattformen jedoch nun untersagt, Online-Schnittstellen so zu konzipieren, zu organisieren oder zu betreiben, dass Nutzer:innen getäuscht, manipuliert oder in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden. Zudem zählen digitale Sucht und die damit einhergehenden negativen psychischen und physischen Konsequenzen zu den systemischen Risiken, die insbesondere von sehr großen Online-Plattformen ausgehen können und von diesen minimiert werden sollten (Abschnitt 5 DSA).

Im Rahmen der Befragung werden die folgenden vier Einstellungsmöglichkeit in diesem Zusammenhang untersucht:

- Einstellungen, mit denen Nutzungszeit begrenzt oder Pausen eingestellt werden können
- Einstellungen, mit denen Push-Nachrichten ein- oder ausschalten werden können
- Einstellungen, mit denen die automatische Wiedergabe von Videos oder Musik gestoppt oder einschalten werden kann (Autoplay)

⁵ Europäische Union (2016).

⁶ Dewenter/Rösch (2024); Mujica/ Crowell/ Villano /Uddin (2022).

⁷ Ye (2025). Roffarello/ De Russis (2022).

- Einstellungen, mit denen Likes, Reaktionen und Ähnliches bei den eigenen Inhalten ein- oder ausgeblendet werden können

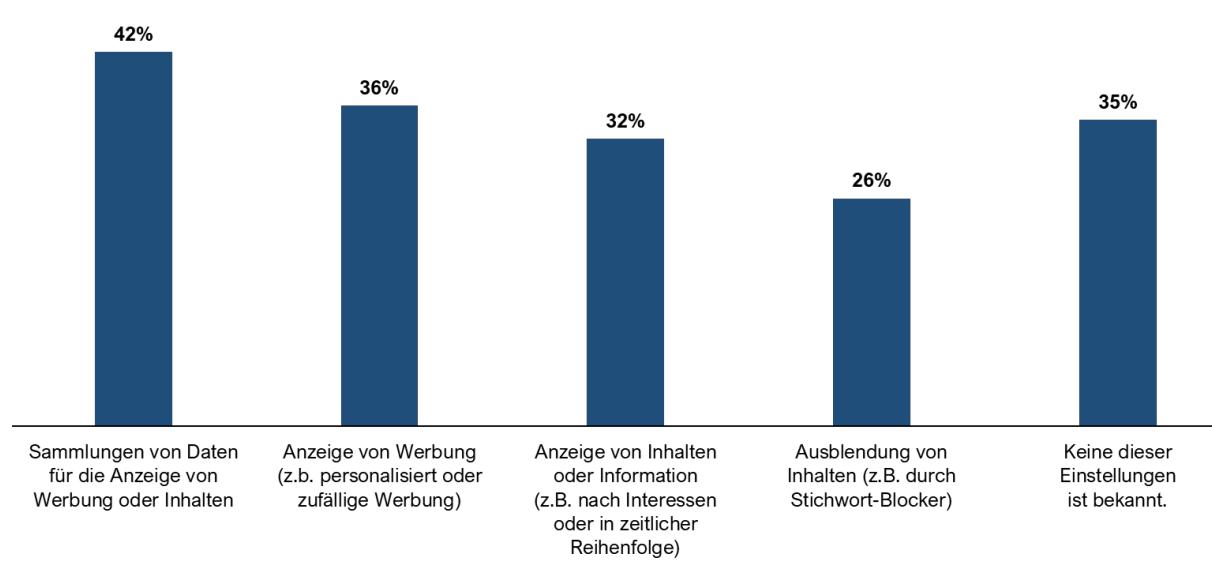
Während die erstgenannte Einstellung eine aktive Möglichkeit bietet, Nutzungszeiten direkt zu regulieren, adressieren die anderen drei Einstellungsfunktionen drei wesentliche Bereiche, die in der Literatur zu digitaler Sucht häufig diskutiert werden: der endlose Zugang zu Inhalten (z. B. durch Autoplay), das immer wiedererlangen der Aufmerksamkeit (z.B. via Push-Benachrichtigungen) und die Komponente der sozialen Beteiligung an der Plattform (z. B. durch Likes, Reaktionen, Reposts etc.).⁸

3.1 Einstellungsoptionen für das Anzeigen von Werbung und Inhalten

Insgesamt sind 35 % der Befragten mit den untersuchten Einstellungen, die die Anzeige von Werbung und Inhalten betreffen, nicht vertraut. Der Anteil der Befragten, die mindestens eine der genannten Einstellungen kennen, ist unter den jüngeren Befragten (83 % in der Alterskohorte 16–19 Jahre) tendenziell höher als unter den Befragten in den höheren Altersgruppen (57 % in der Alterskohorte 60+ Jahre).

Am prominentesten in diesem Zusammenhang sind die Einstellungen, die das Sammeln von Daten für die Anzeige von Werbung und Inhalten betreffen (42 %).

Abbildung 3-1: Bekanntheit von Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten

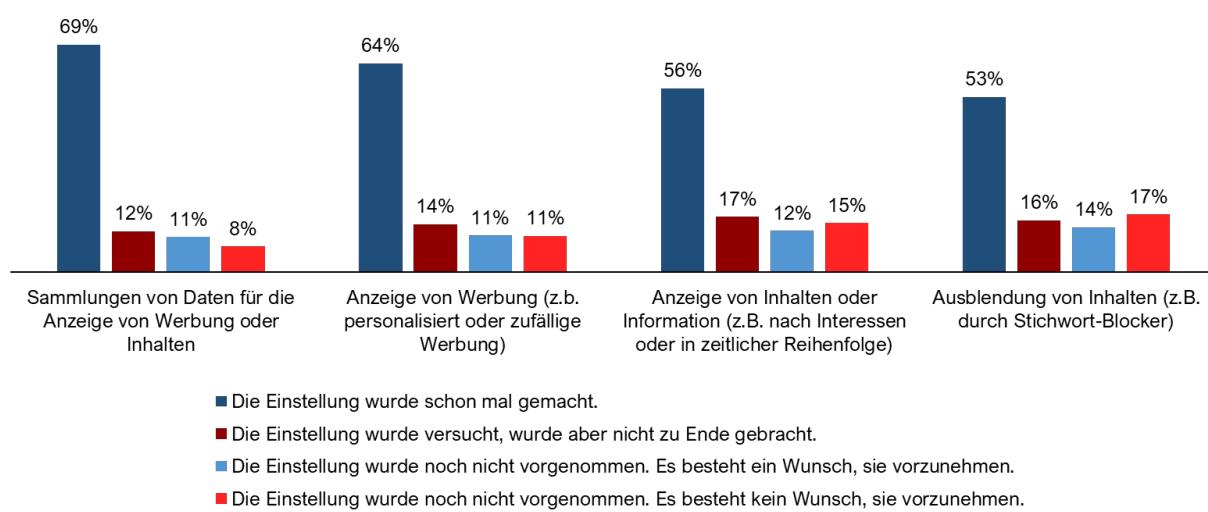


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Wenn Sie Online-Dienste nutzen, können Sie oft selbst einstellen, wie Inhalte angezeigt werden und wie der Dienst funktioniert. Welche dieser Einstellmöglichkeiten kennen Sie?“ N=3.252. Basis: Alle Befragten.

Im Rahmen der Befragung wurde denjenigen Teilnehmenden, die über die entsprechende Einstellung Kenntnis hatten, die Frage gestellt, ob sie diese bereits genutzt haben oder eine Nutzung in der Zukunft planen. In den meisten Fällen geben die Befragten an, die jeweilige Einstellung bereits zu verwenden. Je nach spezifischer Einstellung berichten zwischen 53 und 69 % der Teilnehmenden von einer erfolgten Konfiguration. Diese empfinden die Umsetzung dabei in der Regel eher als einfach und nicht als umständlich (siehe Abbildung 3-3).

⁸ Beltrán (2025). Flayelle/ Brevers/ King/ Maurage/ Perales/ Billieux (2023).

Abbildung 3-2: Konfiguration der Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten

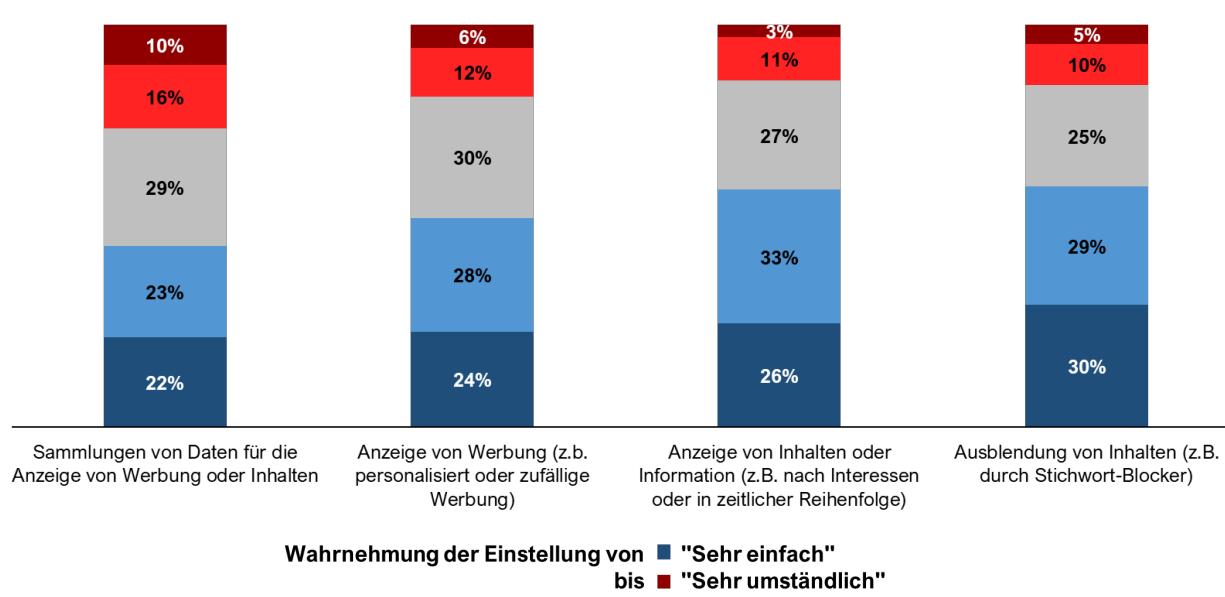


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Haben Sie schon einmal versucht, solche Einstellungen zu ändern? Bitte geben Sie uns Ihre Erfahrungen dabei an.“ N(Sammlung von Daten...)=1.374; N(Anzeige von Werbung...)=1.176; N(Anzeige von Inhalten...)=1.055; N(Ausblendung von Inhalten...)=835. Basis: Befragte, die die jeweilige Einstellung kennen.

Etwa 12 bis 17 % der Befragten geben, abhängig von der jeweiligen Einstellung, an, eine Konfiguration begonnen, jedoch nicht abgeschlossen zu haben. Die wesentlichen Gründe für den Abbruch stehen überwiegend im Zusammenhang mit Ereignissen während des Konfigurationsprozesses, bei denen die Befragten durch bereitgestellte Informationen, Warnhinweise oder Befürchtungen hinsichtlich möglicher Konsequenzen verunsichert wurden und den Vorgang daraufhin abbrachen. Technische Ursachen werden demgegenüber deutlich seltener genannt (siehe Abbildung 3-4).

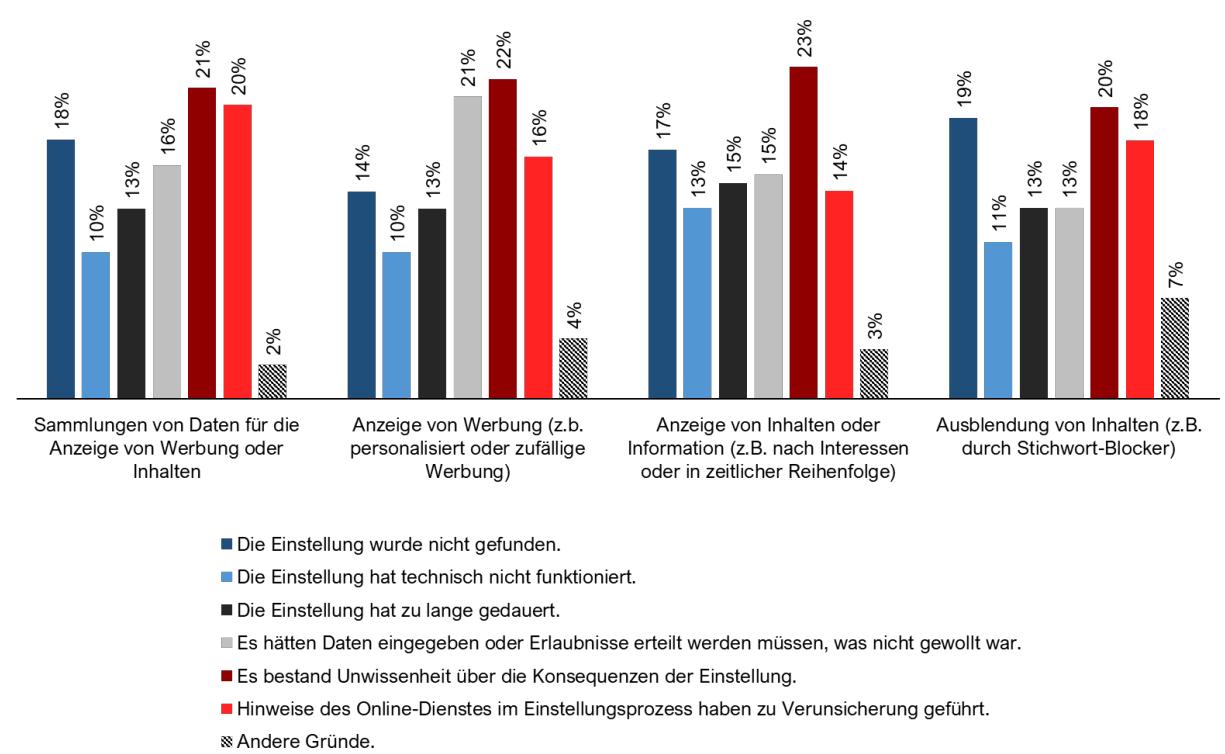
Die übrigen 18 bis 31 % der Befragten je Einstellungsoption haben bisher keine Konfiguration an diesen Einstellungen vorgenommen.

Abbildung 3-3: Wahrnehmung der Einstellungsmöglichkeiten – Anzeige von Werbung und Inhalten



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie bereits folgende Einstellungen bei der Nutzung von Online-Diensten vorgenommen haben. Wie einfach oder umständlich fanden Sie dieses?“ N(Sammlung von Daten...)=953; N(Anzeige von Werbung...)=748; N(Anzeige von Inhalten...)=590; N(Ausblendung von Inhalten...)=445. Basis: Befragte, die die jeweilige Einstellung verwendet haben.

Abbildung 3-4: Hauptgrund für den Abbruch der Einstellung – Anzeige von Werbung und Inhalten

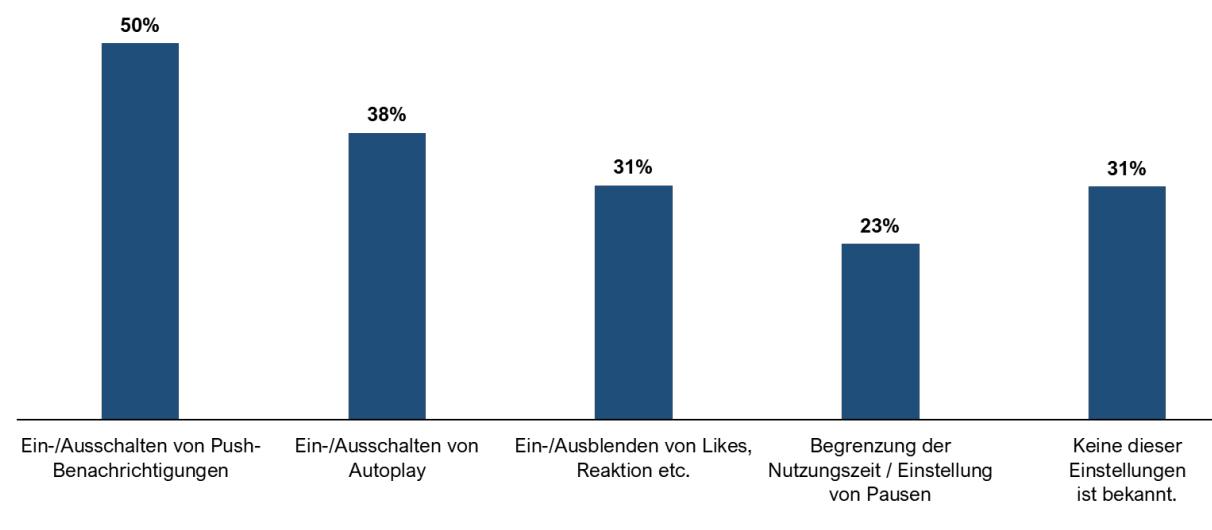


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie bereits versucht haben, folgende Einstellungen bei der Nutzung von Online-Diensten vorzunehmen, es aber nicht zu Ende gebracht haben. Woran hat dies hauptsächlich gelegen?“ N(Sammlung von Daten...)=170; N(Anzeige von Werbung...)=170; N(Anzeige von Inhalten...)=177; N(Ausblendung von Inhalten...)=131. Basis: Befragte, die eine Konfiguration der jeweiligen Einstellung versucht, aber abgebrochen haben.

3.2 Einstellungsoptionen zur Regulierung der Nutzung

Die im Rahmen dieser Untersuchung erhobenen Kenntnisse über Einstellungsoptionen zur Regulierung der Nutzungszeit entsprechen in etwa denen im vorangegangenen Abschnitt diskutierten Einstellungsmöglichkeiten zur Anzeige von Werbung und Inhalten. Die Analyse der Daten zeigt, dass 31 % der Befragten angeben, keine der untersuchten Optionen zu kennen. Am häufigsten wird die Einstellung für Push-Benachrichtigungen genannt (50 %), also die Funktion, die die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen wiederholt auf die Plattform lenkt. Darüber hinaus lassen sich auch in diesem Kontext altersbezogene Unterschiede feststellen. So geben 82% der 16- bis 19-Jährigen an, die einzelnen Einstellungsmöglichkeiten zu kennen, während dieser Anteil bei über 60-Jährigen bei lediglich 59 % liegt.

Abbildung 3-5: *Bekanntheit von Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung*

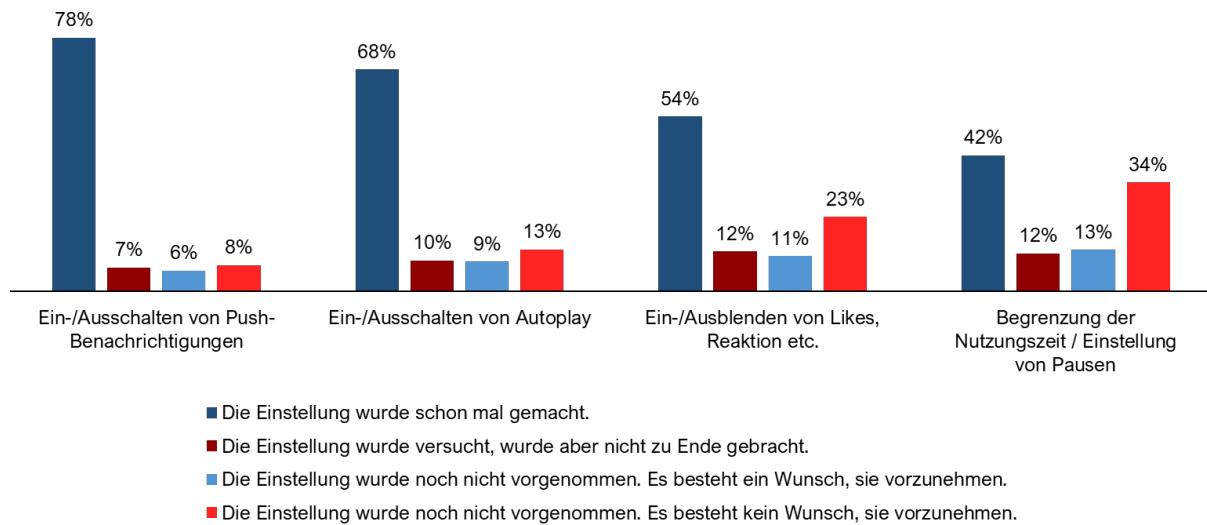


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Wenn Sie Online-Dienste nutzen, können Sie oft selbst einstellen, wie Inhalte angezeigt werden und wie der Dienst funktioniert. Welche dieser Einstellmöglichkeiten kennen Sie?“ N=3.252.

In Abhängigkeit von der spezifischen Einstellung geben etwa 42 bis 78 % der Befragten, die die entsprechende Einstellung kennen, an, eine Konfiguration vorgenommen zu haben. Die Mehrheit dieser – jeweils zwischen 71 und 74% - empfinden die Konfiguration als einfach (siehe Abbildung 3-7).

Im Vergleich zu den Einstellungen im vorherigen Kapitel geben im Durchschnitt etwas weniger Befragte an, dass sie einen Konfigurationsversuch unternommen haben, den sie nicht zu Ende geführt haben. Der vorliegende Anteil bewegt sich in einer Spanne zwischen 7 und 12 %.

Abbildung 3-6: Erfahrungen mit den Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung

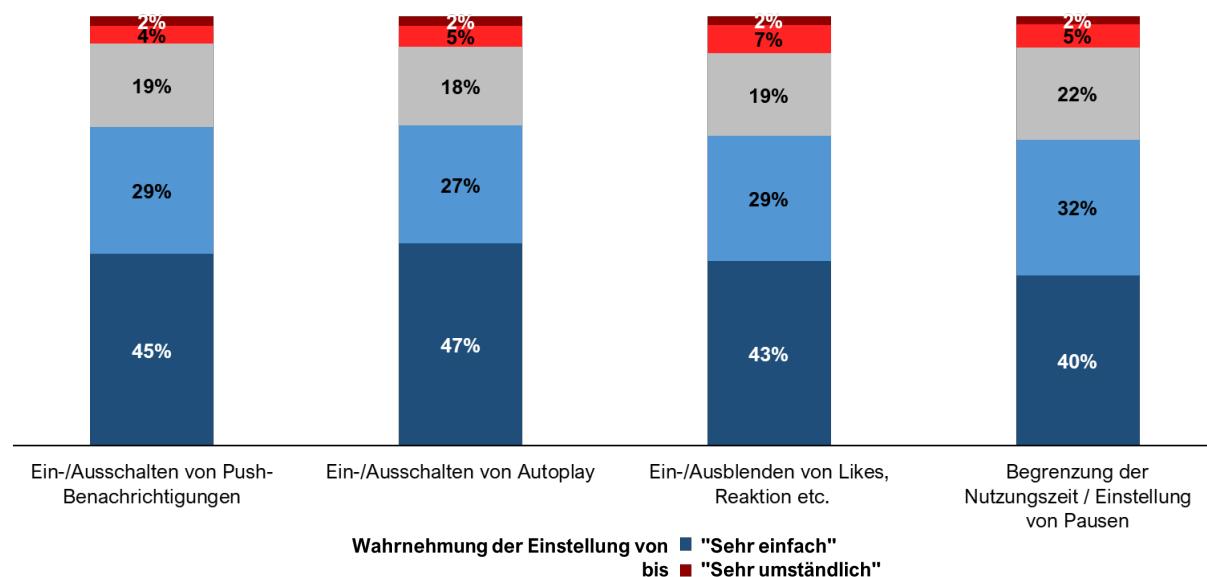


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Haben Sie schon einmal versucht, solche Einstellungen zu ändern? Bitte geben Sie uns Ihre Erfahrungen dabei an.“ N(...Push-Benachrichtigungen) =1.634; N(...Autoplay) =1.246; N(...Likes, Reaktionen etc.) =1.017; N(...Nutzungszeit / ...Pausen) =763. Basis: Befragte, die die jeweilige Einstellung kennen.

Zudem unterscheiden sich auch die primären Gründe für den Abbruch. Im Durchschnitt wird neben der Begründung, dass man sich über die Konsequenzen nicht bewusst war und deswegen abgebrochen hat auch häufiger erwähnt, dass die Einstellung nicht gefunden wurde (siehe Abbildung 3-8).

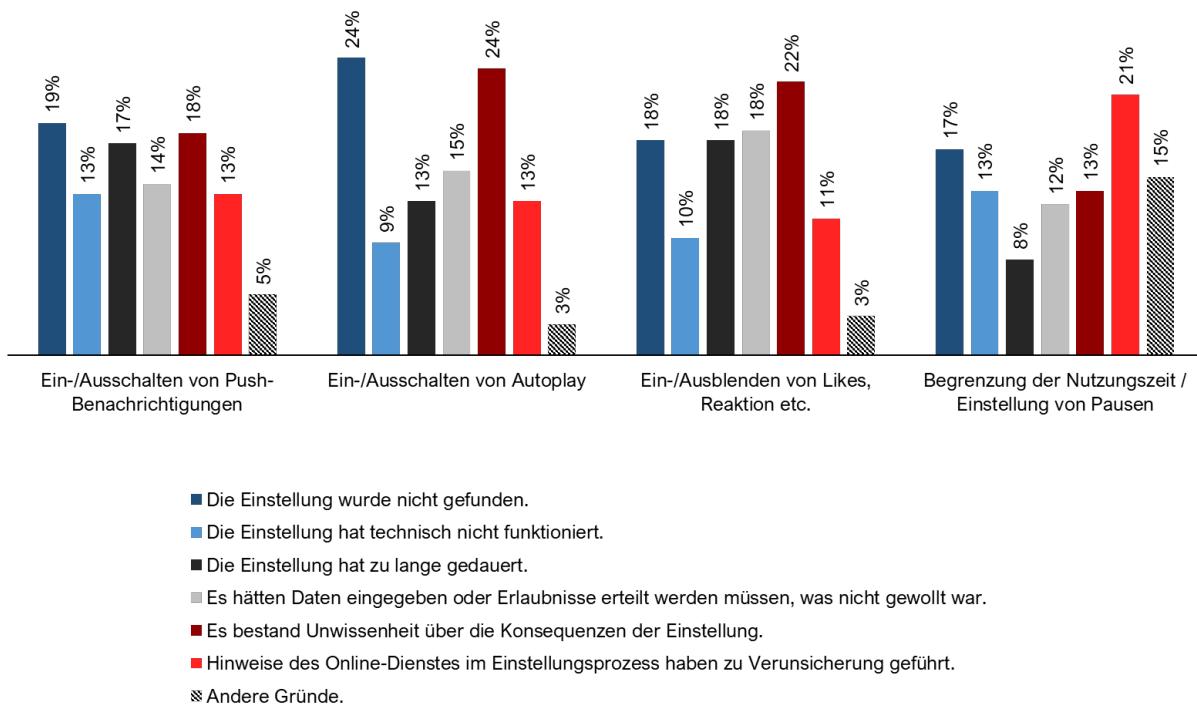
Die übrigen 15 bis 46 % der Befragten je Einstellungsoption haben bisher keine Konfiguration vorgenommen. Das Interesse an der Festlegung von Pausen oder der Begrenzung der Nutzungszeit ist dabei am geringsten.

Abbildung 3-7: Wahrnehmung der Einstellungsmöglichkeiten – Regulierung der Nutzung



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie bereits folgende Einstellungen bei der Nutzung von Online-Diensten vorgenommen haben. Wie einfach oder umständlich fanden Sie dieses?“ N(...Push-Benachrichtigungen) =1.276; N(...Autoplay) =852; N(...Likes, Reaktionen etc.) =548; N(...Nutzungszeit / ...Pausen) =320. Basis: Befragte, die die jeweilige Einstellung verwendet haben.

Abbildung 3-8: Hauptgrund für den Abbruch der Einstellung – Regulierung der Nutzung



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie bereits versucht haben, folgende Einstellungen bei der Nutzung von Online-Diensten vorzunehmen, es aber nicht zu Ende gebracht haben. Woran hat dies hauptsächlich gelegen?“ N(...Push-Benachrichtigungen) =121; N(...Autoplay) =119; N(...Likes, Reaktionen etc.) =125; N(...Nutzungszeit / ...Pausen) =89. Basis: Befragte, die eine Konfiguration der jeweiligen Einstellung versucht, aber abgebrochen haben.

4 Umgang mit illegalen und schädlichen Inhalten

Im Rahmen des DSA kommt Hostingdienstanbietern und damit auch Online-Plattformen eine zentrale Rolle im Umgang mit rechtswidrigen und schädlichen Inhalten zu. Sie sind insbesondere verpflichtet, leicht zugängliche und nutzerfreundliche Melde- und Abhilfeeverfahren bereitzustellen, die es Nutzer:innen und anderen beteiligten Parteien ermöglichen, Inhalte zu melden, die als rechtswidrig oder als Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen (AGB) eingestuft werden. Anschließend müssen die Hostinganbieter prüfen, ob sie dieser Einschätzung zustimmen und ob sie gegebenenfalls entsprechende Maßnahmen ergreifen müssen. Dies kann beispielsweise, die Entfernung von Inhalten zu entfernen, die Sperrung des Zugangs oder die Einschränkung von Sichtbarkeit bzw. Monetarisierung umfassen (Erwägungsgrund 50 & 54, Art. 16 & 17, DSA). In diesem Prozess sind zudem die Grundrechte der Betroffenen zu berücksichtigen. Dabei ist darauf zu achten, dass die Meinungsäußerungs- und Informationsfreiheit nicht übermäßig beeinträchtigt werden (Erwägungsgrund 51).

Das Melde- und Abhilfeverfahren hat nach Art. 16(2) DSA bestimmte Mindestanforderungen zu erfüllen. Insbesondere muss die Übermittlung von Meldungen ermöglicht werden, ...

- ... in denen hinreichend genau und angemessen begründet werden kann, warum der Inhalt als rechtswidrig angesehen wird.
- ... wobei Angaben zum genauen elektronischen Speicherort des betroffenen Inhalts (z. B. URL-Adresse) sowie andere zweckdienliche Angaben zur Ermittlung der rechtswidrigen Inhalte gemacht werden können.

- ... wobei Angaben zum Namen und zur E-Mail-Adresse der meldenden Person oder der anderen Partei gemacht werden müssen.
- ... mit der Erklärung, dass die meldende Person oder die andere Partei in gutem Glauben davon überzeugt ist, dass die getätigten Angaben richtig und vollständig sind.

Des Weiteren wird in Art. 16(4) DSA geregelt, dass der meldenden Partei unverzüglich eine Empfangsbestätigung zuzusenden ist. Zudem ist die betreffende Partei unverzüglich über die Entscheidung zum gemeldeten Inhalt zu informieren. Dabei sind Hinweise zur möglichen Rechtsbehelfsbelehrung gegen die Entscheidung zu geben (Art. 16(5) DSA). Die Entscheidung selbst soll zeitnah, sorgfältig, frei von Willkür und objektiv erfolgen. Sollten bei der Bearbeitung der Meldung oder Entscheidungsfindung automatisierte Mittel genutzt worden sein, muss auch darüber informiert werden (Art. 16(6) DSA).

Die Vorgaben für die Begründung von Entscheidungen sind in Art. 17 des DSA festgehalten. Demnach schreibt Art. 17(1), dass ein Hosting-Dienstanbieter klare und spezifische Begründungen vorlegen muss, wenn Inhalte entfernt oder gesperrt werden, die Sichtbarkeit von Inhalten herabgestuft wird, Geldzahlungen ausgesetzt, beendet oder anderweitig eingeschränkt werden oder die gesamte oder teilweise Bereitstellung des Dienstes oder das Konto des Nutzenden ausgesetzt oder beendet bzw. geschlossen wird. Die Begründung muss gemäß Art. 17 (3) DSA mindestens folgende Angaben enthalten:

- Angaben darüber, ob die Entscheidung für die entsprechende Beschränkung im Zusammenhang mit der Information verhängt wurde, sowie den räumlichen Geltungsbereich und die Dauer der Gültigkeit der Entscheidung.
- die Tatsachen und Umstände, auf denen die Entscheidung beruht (z. B. ob die Entscheidung infolge einer Meldung nach Artikel 16 oder infolge einer freiwilligen Untersuchung auf Eigeninitiative des Hosting-Anbieters erfolgte).
- Angaben dazu, ob automatisierte Verfahren beteiligt waren.
- Falls die Entscheidung rechtswidrige Inhalte betrifft: Verweis auf die Rechtsgrundlage und Erläuterungen, warum die Information als rechtswidrig angesehen wird.
- Falls die Entscheidung Inhalte betrifft, die gegen die AGB verstößen: Verweis auf die betreffende vertragliche Bestimmung und die Erläuterung, warum die Information damit unvereinbar ist.
- klare und benutzerfreundliche Informationen über Rechtsbehelfe, insbesondere interne Beschwerdemanagementverfahren, außergerichtliche Streitbeilegung und gerichtliche Rechtsmittel.

Allgemein hat die Begründung nach Art. 17 des DSA klar, leicht und so genau und spezifisch wie möglich zu sein.

Online-Plattformen müssen zudem ein interne Beschwerdesysteme anbieten. Nach Art. 20 DSA müssen Onlinesysteme ihren Nutzer:innen (auch den meldenden Personen oder anderen Parteien) für mindestens 6 Monate nach einer Entscheidung den Zugang zu einem internen Beschwerdesystem gewähren. Die Online-Plattform hat die Beschwerde schnell, gerecht und ohne Willkür zu bearbeiten. Wenn eine Beschwerde zeigt, dass die Entscheidung, nicht zu handeln, unbegründet ist, oder dass die Informationen nicht gegen das Gesetz oder die AGB verstößen, dann wird der Anbieter der Online-Plattform seine Entscheidung sofort rückgängig machen. Die Beschwerdeführer sollen eine begründete Entscheidung unverzüglich mitgeteilt bekommen.

4.1 Nutzung und Beurteilung des Meldeprozesses bei der Anzeige illegaler und schädlicher Inhalte

Die Befragten wurden sowohl zur Art der von ihnen online wahrgenommenen illegalen oder schädlichen Inhalte als auch zu den daraus resultierenden Handlungen befragt. Dabei wurde unter anderem erhoben, ob entsprechende Inhalte gemeldet wurden, an welche Stellen sich die Betroffenen wandten und wie zufrieden sie mit den daraufhin erfolgten Reaktionen waren, insbesondere im Hinblick auf die Melde- und Beschwerdeprozesse der genutzten Online-Dienste.

4.1.1 Wahrnehmung von und Reaktion auf mutmaßlich illegale und schädliche Inhalte

In den vergangenen vier Wochen vor der Befragung sind ca. 43 % der Befragten nach eigenen Angaben auf Inhalte gestoßen, die sie als illegal oder schädlich wahrgenommen haben. Es finden sich hier soziodemografische Unterschiede:

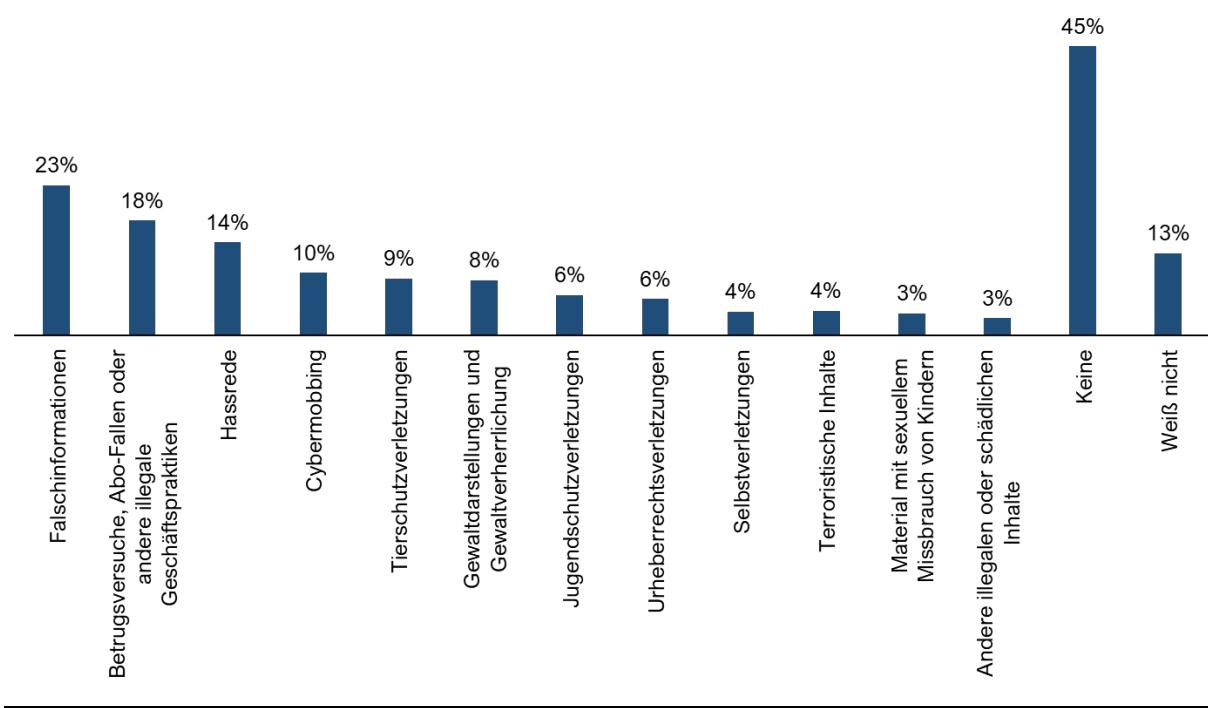
- Die Wahrnehmung mutmaßlich illegaler oder schädlicher Inhalte ist im steigenden Alter tendenziell geringer. In der Gruppe der 16- bis 19-Jährigen sowie der 20- bis 29-Jährigen beläuft sich der Anteil der Befragten, die im betrachteten Zeitraum illegale und/oder schädliche Inhalte wahrgenommen haben, auf 64 % bzw. 59%. Demgegenüber liegt der Anteil der 50- bis 59-Jährigen bei 37 % und der über 60-Jährigen bei 33 %.
- Es bestehen Anzeichen dafür, dass Männer illegale oder schädliche Ereignisse eher wahrnehmen als Frauen. So geben 47 % der männlichen Befragten an, illegale oder schädliche Inhalte gesehen zu haben. Bei den weiblichen Befragten sind es 38 % und unter den Befragten mit diverser Geschlechtszugehörigkeit berichten 33 %, entsprechende Erfahrungen gemacht zu haben.

Des Weiteren ist festzustellen, dass die Wahrnehmung von Personen abhängig von Migrationshintergrund, politischer Einstellung und Bildungsstand variiert:

- Befragte, die selbst migriert sind oder deren Eltern migriert sind, scheinen sensibler für das Thema. 63 % der Befragten geben an, illegale oder schädliche Inhalte gesehen zu haben. Bei Befragten ohne Migrationshintergrund liegt der Anteil bei 39 %.
- Bei der politischen Einstellung sehen nach eigenen Angaben anteilmäßig mehr Befragte, die sich relativ weit rechts oder relativ weit links einordnen, illegale oderschädliche Inhalte (51 % bzw. 54 %), als Befragte, die sich in der Mitte einordnen (38 %).
- 49 % der Befragten, die mindestens die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife besitzen, geben an, illegale oderschädliche Inhalte gesehen zu haben. Unter den übrigen Befragten liegt der Anteil bei 38 %.

Im Durchschnitt haben die Befragten 1,07 mutmaßlich illegale oder schädliche Inhalte online gesehen. Dabei handelt es sich insbesondere um Falschinformationen, illegale Geschäftspraktiken, wie z.B. Betrugsvorwürfe oder Abofallen, Hassrede und Cybermobbing.

Abbildung 4-1: Berührung mit illegalen oder schädlichen Inhalten



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Haben Sie in den letzten vier Wochen im Internet etwas gesehen oder gehört, dass Sie persönlich als illegal oder schädlich empfunden haben? Wenn ja, um welche Art von Inhalten ging es?“ N=1.627. Basis: Alle Befragten.⁹

Etwa 38 % der Befragten, die angeben, mindestens eine Art von illegalem oder schädlichem Inhalt gesehen zu haben, geben an, den Vorfall direkt dem betreffenden Online-Dienst gemeldet zu haben. Die Nichtmeldung des Inhalts durch die Befragten lässt sich entweder auf eine mangelnde Kenntnis der Möglichkeit der Meldung (33 %) oder auf Schwierigkeiten bei der Umsetzung (20 %) zurückführen. Eine weitere Gruppe von 47 % der Nichtmelder gibt hingegen an, dass sie nicht die Absicht hatten, eine Meldung an den Online-Dienst zu senden beziehungsweise dass andere Gründe vorlagen.¹⁰

Neben der Meldung beim Online-Dienst, geben 14 % an, sich direkt an die Partei gewandt zu haben, die den betroffenen Inhalt hochgeladen hat. 10 % haben die Polizei oder eine andere Behörde informiert.

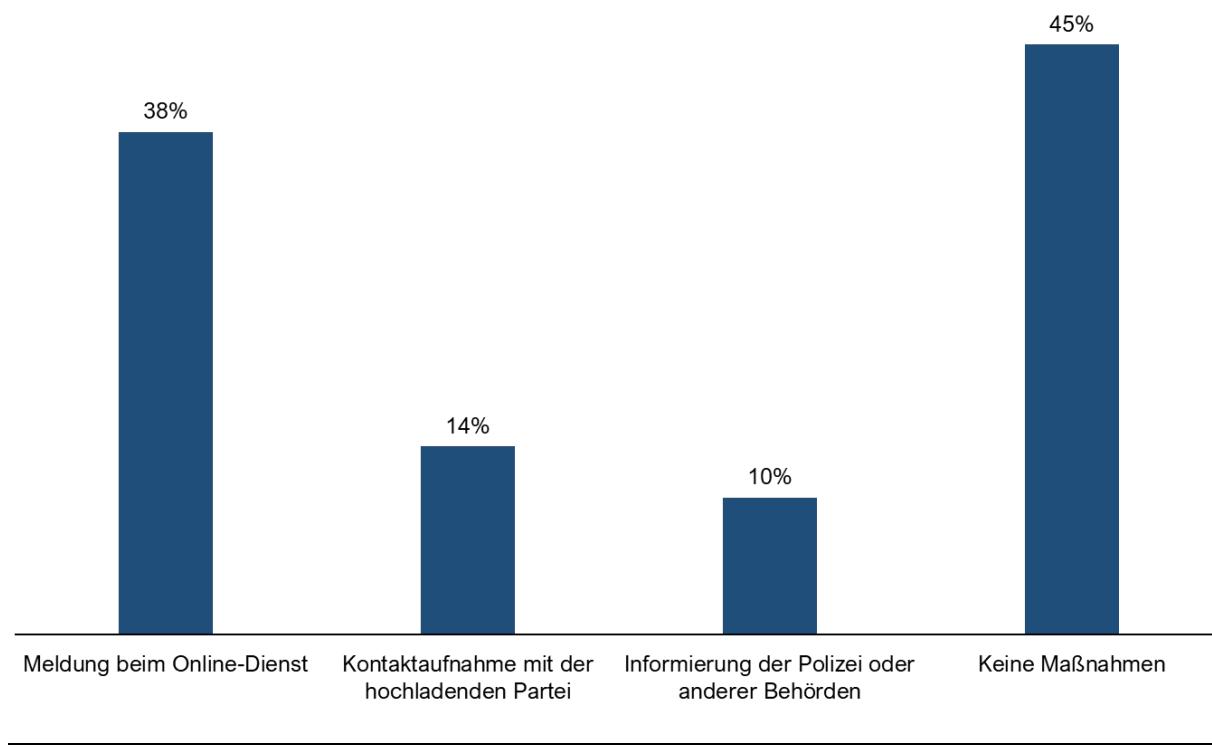
Insgesamt ergriffen 45 % jedoch keine Maßnahme. Auffällig sind hier besonders Unterschiede im Alter und in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes der Befragten:

- Die Daten legen nahe, dass insbesondere niedrige Altersgruppen dazu neigen, eine der drei definierten Maßnahmen zu ergreifen, wenn sie illegale oder schädliche Inhalte sehen. So geben 79 % der Befragten in der Gruppe der 16- bis 19-Jährigen und 75 % der 20- bis 29-Jährigen an, eine der drei Maßnahmen zu ergreifen. In der Alterskohorte der 50- bis 59-Jährigen beträgt der Anteil 43 %, während er in der Gruppe der 60-Jährigen und Älteren lediglich bei 34 % liegt.
- 75 % der Befragten mit Migrationshintergrund, die entweder der ersten oder zweiten Generation angehören, ergreifen eine der drei genannten Maßnahmen. In der Gruppe der Befragten ohne Migrationshintergrund oder mit weiter zurückliegendem Migrationshintergrund liegt der Anteil bei 49 %.

⁹ Frage in Anlehnung an: Europäische Kommission (2018).

¹⁰ Frage: „Warum haben Sie nicht den Online-Dienst, bei dem Sie die illegalen oder schädlichen Inhalte gesehen haben, informiert?“ N=430. Basis: Befragte, die nicht den Online-Dienst informiert haben.

Abbildung 4-2: Ergriffene Schritte zur Meldung der mutmaßlich illegalen oder schädlichen Inhalte



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie in den letzten vier Wochen etwas im Internet gesehen haben, dass Sie als illegal oder schädlich empfunden haben. Haben Sie diesen Inhalt gemeldet?“
N=695. Basis: Befragte, die illegale/schädliche Inhalte wahrgenommen haben.¹¹

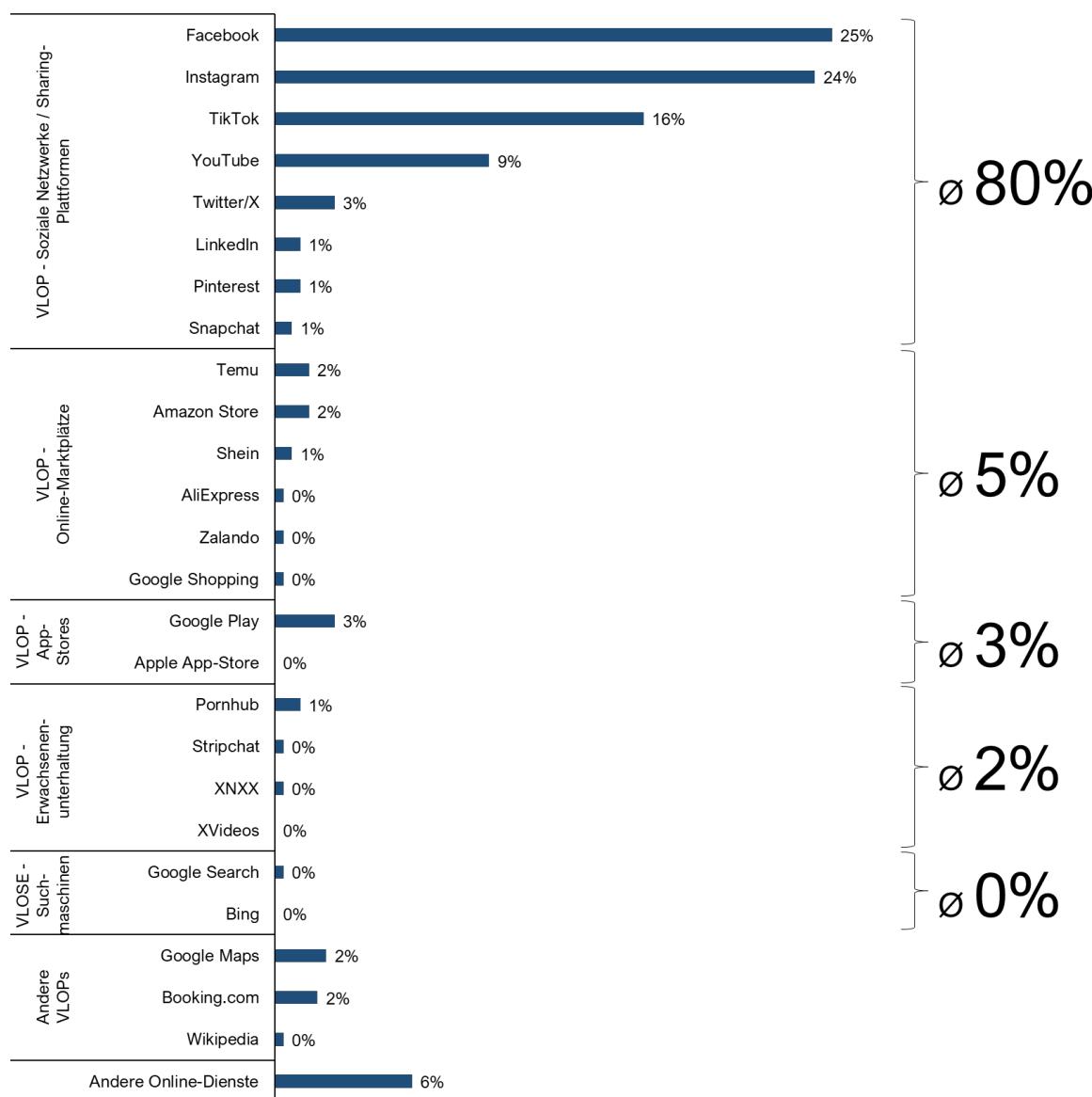
4.1.2 Erfahrungen mit dem Meldeprozess

Wie bereits im vorherigen Kapitel dargelegt, geben 38 % der Befragten, die illegale oder schädliche Inhalte wahrgenommen haben, an, diese beim betreffenden Online-Dienst gemeldet zu haben. Im Rahmen der Untersuchung wurde diese Gruppe anschließend zu ihren Erfahrungen und ihrer Wahrnehmung des Meldeprozesses befragt. Die vorliegenden Antworten beziehen sich auf die jeweils letzte Meldung, die seitens der Befragten vorgenommen wurde.

Die überwiegende Anzahl der Befragten meldete mutmaßlich illegale oder schädliche Inhalte zuletzt an soziale Netzwerke, während eine geringere Anzahl Meldungen an Suchmaschinen, App-Stores oder Plattformen für Erwachsenenunterhaltung richtete.

¹¹ Frage in Anlehnung an Europäische Kommission (2018).

Abbildung 4-3: Letzte Meldungen nach Online-Diensten



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Denken Sie an den letzten Inhalt, den Sie bei einem Online-Dienst gemeldet haben. Bitte geben Sie an, um welchen Online-Dienst es sich gehandelt hat.“ N=265. Basis: Befragte, die illegale/schädliche Inhalte bei einem Online-Dienst gemeldet haben.

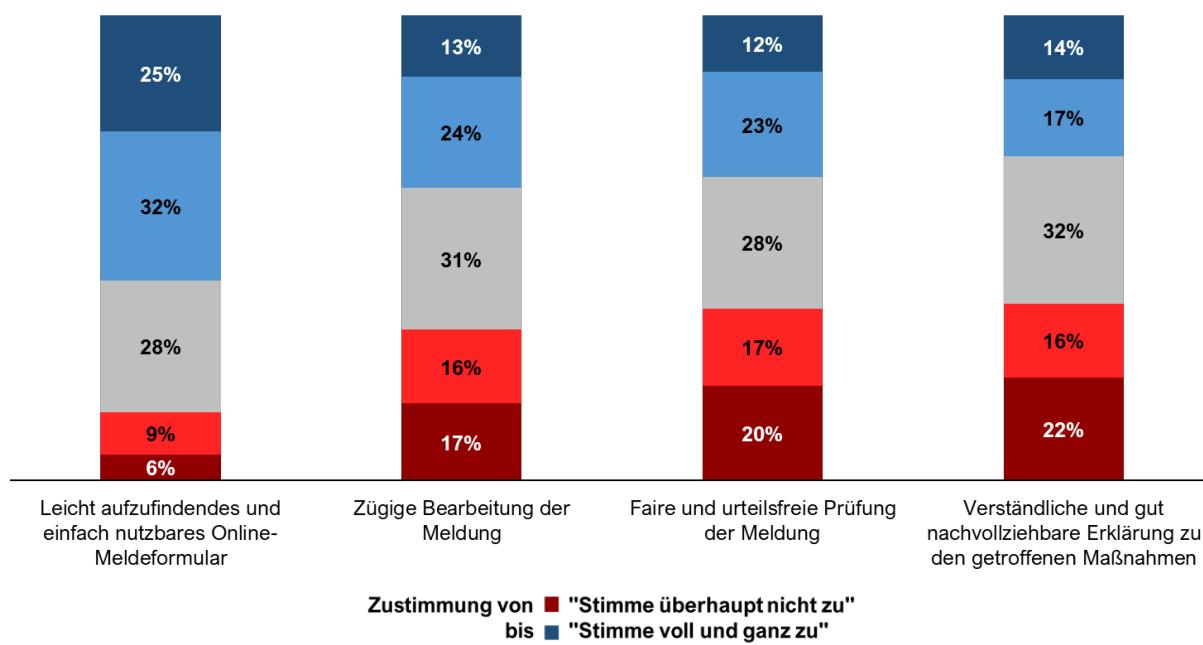
In etwa 15 % der Fälle geben die Befragten an, nach der letzten Meldung keine Antwort oder Information bezüglich der Meldung vom Online-Dienst erhalten zu haben. Die übrigen 85 % der Befragten geben an, mindestens eine der rechtlich vorgesehenen Informationen wie Eingangsbestätigung, Informationen zu den getroffenen Maßnahmen und ihren Gründen, zu den Rechtsbeihilfen und zur Beteiligung einer KI bei der Entscheidungsfindung erhalten zu haben. Die Daten legen jedoch nahe, dass nicht alle dieser Antworten und Informationen in vollem Umfang bewusst wahrgenommen wurden. Für die einzelnen Informationen variiert der prozentuale Anteil der Befragten, die angibt diese entsprechend erhalten zu haben, zwischen 13 % und 52 %.¹² Es kann jedoch nicht abgeleitet werden, dass Informationen nicht

¹² Frage: „Welche Informationen oder Antworten haben Sie von [Name des Dienstes, bei dem die letzte Meldung getätigkt worden ist] bekommen, nachdem Sie dort etwas gemeldet haben?“ N=265. Basis: Befragte, die illegale/schädliche Inhalte bei einem Online-Dienst gemeldet haben.

vom Online-Dienst versandt oder bereitgestellt wurden. Es ist anzunehmen, dass Verbraucher:innen den Prozess entweder nicht bewusst weiterverfolgt haben oder die Informationen nicht ausreichend deutlich oder nachhaltig vermittelt wurden, um in Erinnerung zu bleiben.

Hinsichtlich des Meldeprozesses stimmen die meisten Befragten eher zu, dass sie das Online-Meldeformular leicht finden konnten. Hinsichtlich der anderen Kriterien ist das Bild nicht eindeutig. Rund ein Drittel der Befragten gibt an, dass sie die Bearbeitung der Meldung eher als zügig empfunden haben, ein Drittel stimmt dem eher nicht zu und ein Drittel hat eine neutrale Einstellung. Ähnlich verhält es sich von den Zustimmungswerten für die Fairness der Prüfung und die Verständlichkeit der Erklärung.

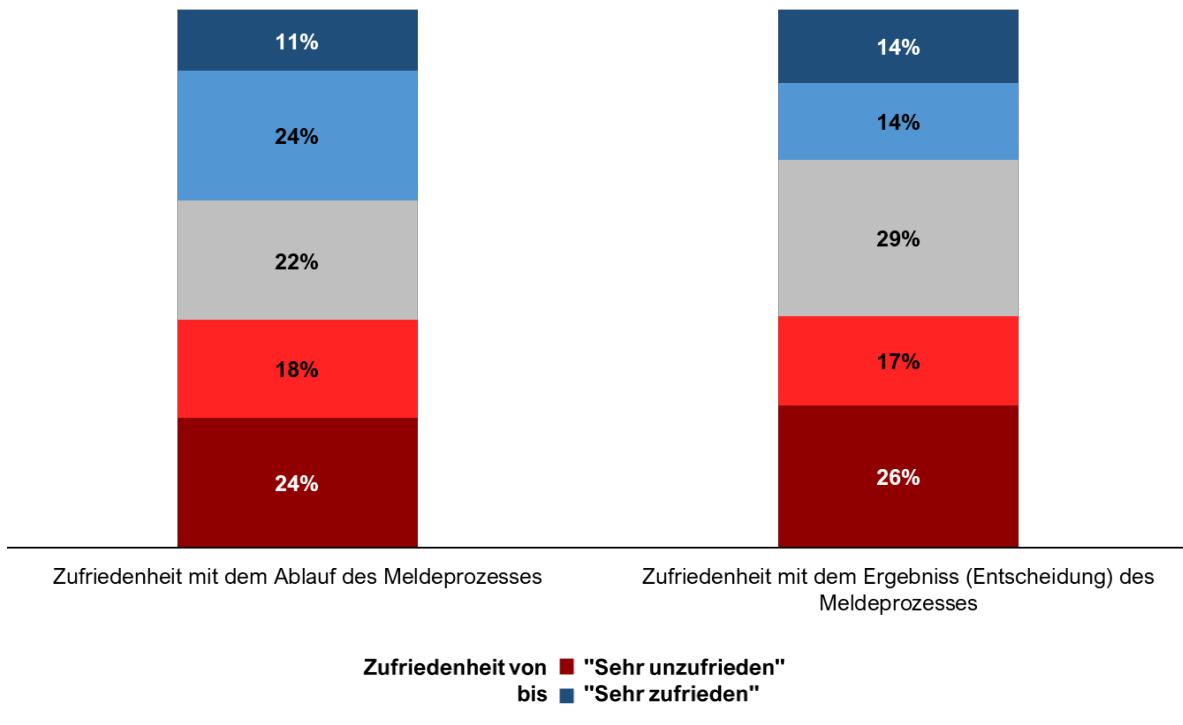
Abbildung 4-4: Wahrnehmung des Meldeprozesses



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Im nächsten Schritt geht es um den Meldeprozess bei [Name des Dienstes, bei dem die letzte Meldung getätigten worden ist]. Bitte sagen Sie uns, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.“ N=265. Basis: Befragte, die illegale/schädliche Inhalte bei einem Online-Dienst gemeldet haben.

Tendenziell zeigen die Befragten eine etwas höhere Zufriedenheit mit dem Ablauf des Meldeprozess als mit dem erzielten Ergebnis. Mit dem gesamten Meldeprozess sind in Summe mehr Befragte sehr unzufrieden als sehr zufrieden. Mit dem Ergebnis bzw. der Entscheidung, die am Ende des Meldeprozesses getroffen worden ist, zeigen sich ebenso mehr Befragte sehr unzufrieden als sehr zufrieden.

Abbildung 4-5: Zufriedenheit mit dem Prozess und dem Ergebnis der Meldung



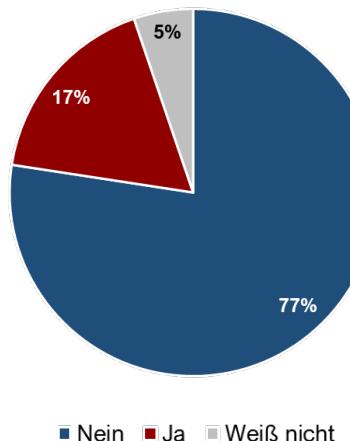
Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Wie zufrieden waren Sie (a)..., wie alles abgelaufen ist, nachdem Sie etwas gemeldet haben? (b)...mit dem, was am Ende entschieden wurde? – Die Frage ist angelehnt an Europäische Kommission (2018). N=265. Basis: Befragte, die illegale/schädliche Inhalte bei einem Online-Dienst gemeldet haben.

4.2 Umgang mit und Beurteilung des Prozesses von entfernten, blockierten und eingeschränkten Inhalten

Nur ein geringer Anteil der Befragten gibt an, dass ein Online-Dienst bereits Inhalte von ihnen entfernt, blockiert oder in der Sichtbarkeit eingeschränkt hat. Dies trifft lediglich auf 17 % der Befragten zu.

Tendenziell geben eher Befragte der jüngeren Altersgruppen an, dass ihre Inhalte entfernt oder beschränkt wurden, als Befragte der höheren Altersgruppen. Es zeigt sich, dass ein größerer Anteil von Personen mit Migrationshintergrund im Vergleich zu Personen ohne Migrationshintergrund sowie zu Personen, die sich politisch relativ weit rechts einordnen, angibt, dass ihre Inhalte entfernt oder beschränkt wurden.

Abbildung 4-6: Entfernung, Blockierung, Einschränkung der Sichtbarkeit bei eigenen Inhalten



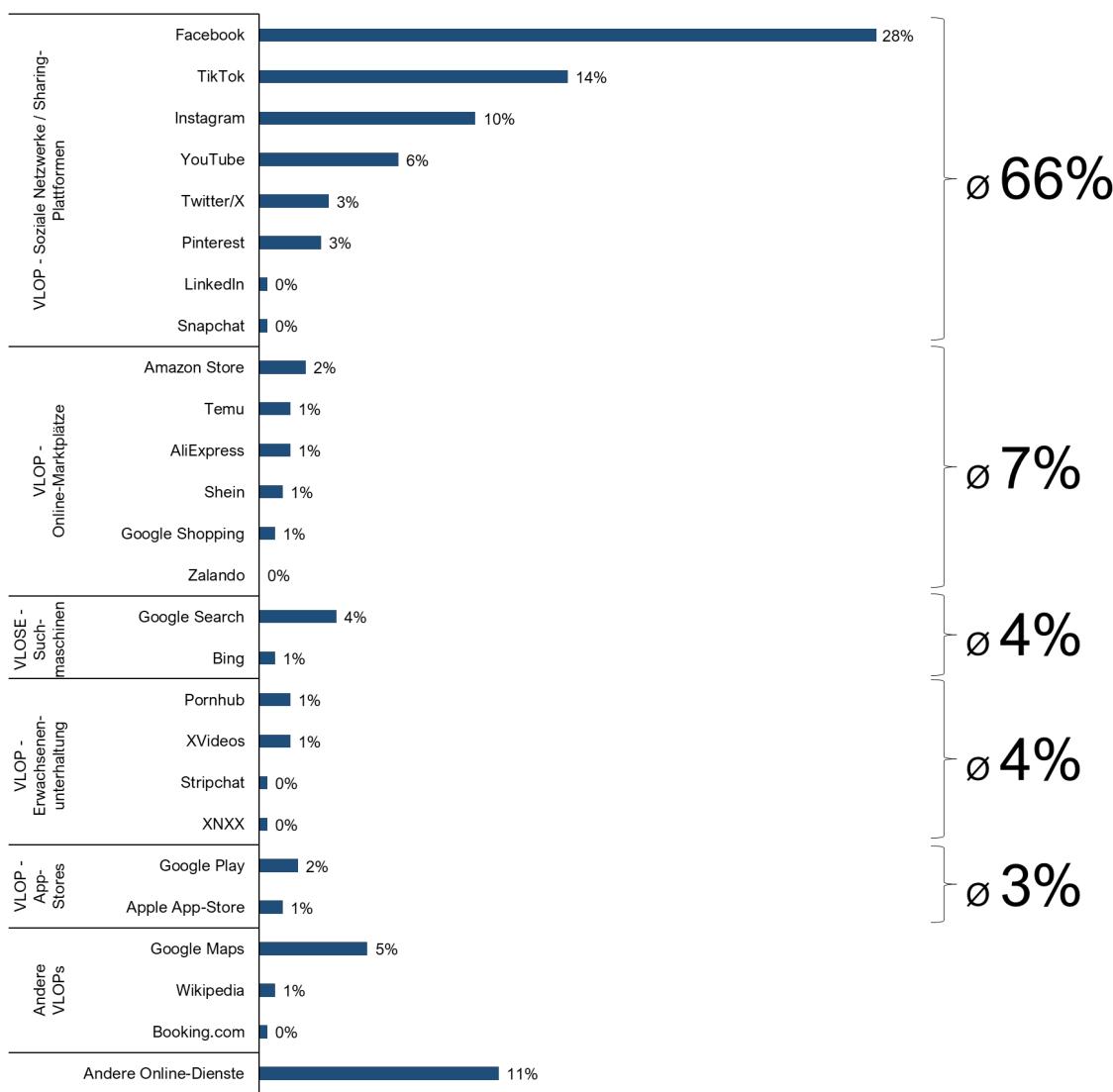
Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Hat Ihnen ein Online-Dienst schon einmal mitgeteilt, dass etwas von Ihnen (zum Beispiel ein Beitrag, Kommentar, Bild oder Video) entfernt, blockiert oder weniger sichtbar gemacht wurde – weil es angeblich verboten, gefährlich oder falsch war?“ N=1.625. Basis: Alle Befragten.

Die Befragten, die angeben, dass ihre Inhalte bereits einmal gelöscht oder anderweitig beschränkt wurden, wurden anschließend um Auskunft gebeten, bei welchem Online-Dienst dies zuletzt der Fall war. Insbesondere trifft dies auf Dienste der Kategorie soziale Netzwerke oder Sharing-Plattformen zu.

Die Online-Dienste haben auch in diesem Fall, wie im einleitenden Kapitel beschrieben, die Pflicht den betroffenen Verbraucher:innen Information bezüglich der von Ihnen getroffenen Maßnahme zur Verfügung zu stellen. In diesem Fall geben wesentlich weniger Befragte an, keine Informationen vom Online-Dienst erhalten zu haben (7%).¹³ Die Gruppe, deren eigene Inhalte als gelöscht oder beschränkt registriert wurden, weist im Durchschnitt eine Erinnerung an 0,7 Informationselemente mehr auf, die ihnen gesetzlich zur Verfügung gestellt werden müssten, als die Gruppe, die illegale oder schädliche Inhalte anderer gemeldet hat. Nichtsdestotrotz geben die Befragten hier an, nicht alle Informationen erhalten haben. Es kann jedoch nicht eindeutig abgeleitet werden, dass die Informationen tatsächlich nicht zur Verfügung gestellt worden sind. Genauso kann eine mangelnde Wahrnehmung ursächlich für die Antworten sein.

¹³ Frage 1: „Welche Informationen haben Sie von [Name des Dienstes, bei dem der eigene Inhalt zuletzt gelöscht oder anderweitig beschränkt wurde] bekommen, nachdem Ihr Inhalt gelöscht, gesperrt oder weniger sichtbar gemacht wurde?“ Frage 2: „Haben Sie eine Information von [Name des Dienstes, bei dem der eigene Inhalt zuletzt gelöscht oder anderweitig beschränkt wurde] erhalten, dass ein Computerprogramm oder eine Künstliche Intelligenz (KI) zur Entscheidungsfindung oder zur Erkennung und Aufdeckung des Inhalts verwendet wurden?“ N=282. Basis: Befragte, deren Inhalt gelöscht oder anderweitig eingeschränkt wurde.

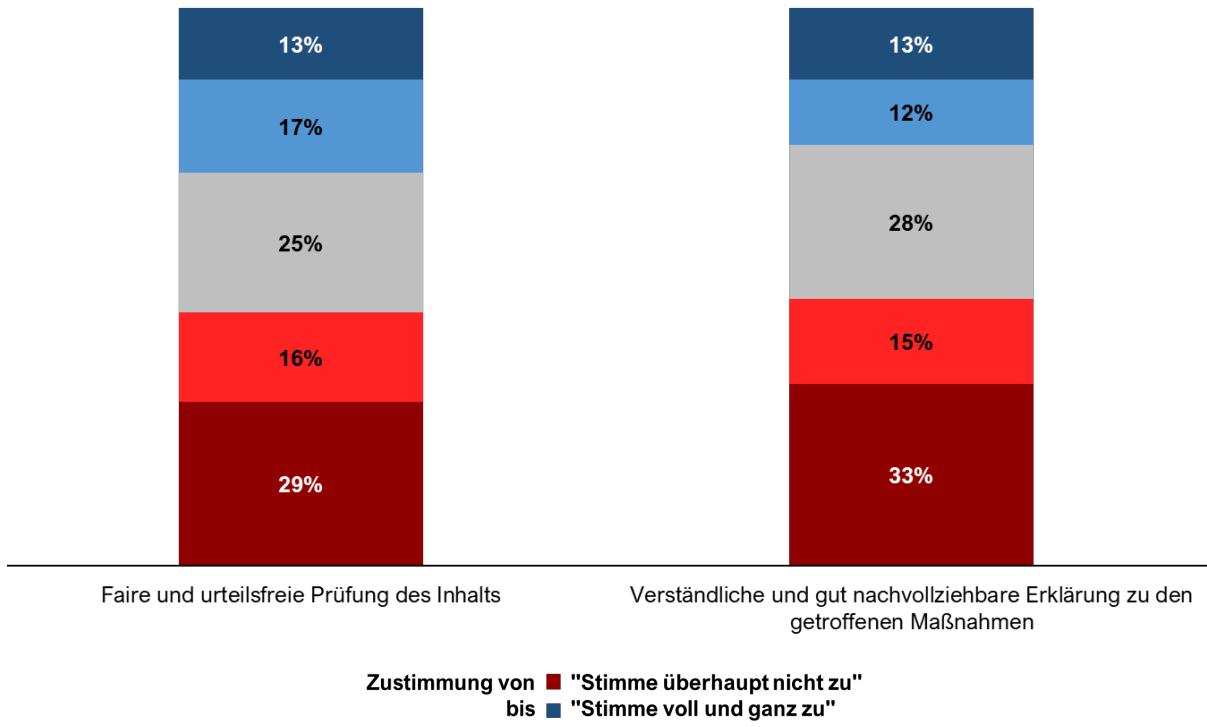
Abbildung 4-7: Letzte Löschung, Sperrung oder Beschränkung der Sichtbarkeit nach Online-Diensten



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Denken Sie an den letzten Inhalt der gelöscht, gesperrt oder weniger sichtbar gemacht wurde. Um welchen Online-Dienst hat es sich gehandelt?“ N=282. Basis: Befragte, deren Inhalt gelöscht oder anderweitig eingeschränkt wurde.

Insgesamt zeigt sich, dass auch diese Gruppe von Befragten tendenziell weniger zustimmt, wenn es darum geht, dass die Prüfung als fair und urteilsfrei erachtet wird oder die Begründung für die getroffene Maßnahme als verständlich und nachvollziehbar empfunden wird.

Abbildung 4-8: Wahrnehmung des Vorgehens der Online-Plattformen

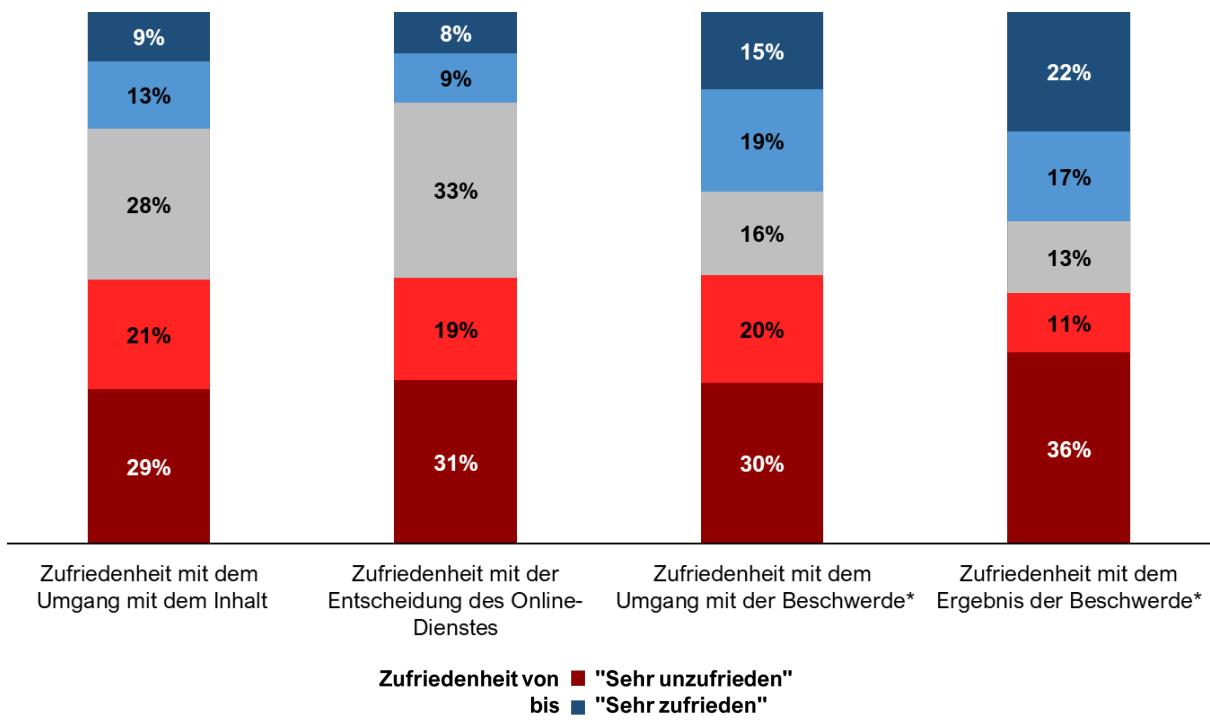


Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Vorgehen von [Name des Dienstes, bei dem der eigene Inhalt zuletzt gelöscht oder anderweitig beschränkt wurde] bezüglich Ihres entfernten, blockierten oder in seiner Sichtbarkeit eingeschränkten Inhalts zustimmen.“ N=282. Basis: Befragte, deren Inhalt gelöscht oder anderweitig eingeschränkt wurde.

Die Mehrheit der Teilnehmer äußert sich insgesamt unzufrieden über den Umgang des Online-Dienstes mit ihren Inhalten sowie über die Ergebnisse der Content Moderation. Die geringe Anzahl der Personen, die eine Beschwerde eingereicht hat, nachdem ihr Inhalt gelöscht oder anderweitig in der Sichtbarkeit beschränkt wurde (32 %)¹⁴, äußert sich ebenfalls kritisch über diesen Prozess.

¹⁴ Frage: „Haben Sie sich beschwert, weil Ihr Inhalt gelöscht, gesperrt oder weniger sichtbar gemacht wurde?“ N=282. Basis: Befragte, deren Inhalt gelöscht oder anderweitig eingeschränkt wurde.

Abbildung 4-9: Zufriedenheit mit dem Vorgehen der Online-Plattform und dem Ergebnis



Quelle: WIK-Befragung. Frage: „Wie zufrieden waren Sie (a)...damit, wie mit Ihnen und Ihrem Inhalt umgegangen worden ist? (b)...damit, wie mit Ihrer Beschwerde umgegangen worden ist? (c)...mit der Entscheidung, Ihren Inhalt zu löschen, zu sperren oder weniger sichtbar zu machen? (d) ...mit dem Ergebnis Ihrer Beschwerde? N=282. Basis: Befragte, deren Inhalt gelöscht oder anderweitig eingeschränkt wurde. *N=89. Basis: Befragte, die eine Beschwerde eingereicht haben.

5 Diskussion der Ergebnisse und Limitationen der Erhebungsinstrumente

Der vorliegende Bericht zeigt die ersten Ergebnisse des neuen WIK-Monitorings. Gegenstand der Untersuchung sind die Erfahrungen und Wahrnehmungen von Verbraucher:innen in Deutschland im Hinblick auf illegale und schädliche Online-Inhalte sowie ihr Umgang mit Einstellungen, die ihre Nutzererfahrung bei digitalen Diensten beeinflussen. Die wesentlichen Ergebnisse dieser beiden Fokusbereiche lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Erfahrungen und Umgang mit Einstellungen, die die Nutzungserfahrung betreffen

Die Befragten zeigten ein differenziertes Bild hinsichtlich ihrer Kenntnisse und Nutzung von Einstellungsoptionen. Zum einen sind einzelne Einstellungen überraschend wenigen Befragten überhaupt bekannt. Zum anderen aber experimentieren Befragte, die über entsprechende Einstellungsmöglichkeiten informiert sind, grundsätzlich auch mit den Optionen. Dabei werden insbesondere Einstellungen zur Anzeige von Werbung und Inhalten vorgenommen, während Optionen zur Begrenzung der Nutzungsdauer deutlich seltener genutzt werden. Konfigurationsprozesse werden zudem häufig abgebrochen, sobald potenzielle weitergehende Konsequenzen antizipiert werden.

Erfahrungen mit illegalen und schädlichen Online-Inhalten

Hinsichtlich der Erfahrungen mit illegalen und schädlichen Online-Inhalten zeigt sich, dass nur ein geringer Teil der Befragten entsprechende Inhalte, die er wahrnimmt, meldet. Das Anstoßen des Meldeprozesses wird zwar als überwiegend einfach empfunden, der eigentliche Prozess aber tendenziell eher negativ bewertet und stellt damit eine relevante Hemmschwelle für aktives Handeln dar. Ähnlich wird der Prozess wahrgenommen und bewertet, wenn es um eigene Inhalte geht, die als illegal oder schädlich eingestuft wurden.

Die Erhebung wurde in diesem Jahr erstmals durchgeführt und bildet die Grundlage für ein kontinuierliches Monitoring in den kommenden Jahren. Die gewonnenen Erkenntnisse zeigen, wie Verbraucher:innen mit unterschiedlichen Inhalten und Einstellungsmöglichkeiten umgehen und welche Faktoren ihre Wahrnehmung und ihr Handeln prägen. Aufbauend darauf kann das Monitoring weiterentwickelt werden, indem Fragestellungen und Antwortoptionen noch klarer und verständlicher gestaltet werden, um eine hohe Beteiligung sicherzustellen. Gleichzeitig soll stärker untersucht werden, inwiefern interessengesteuerte Wahrnehmungsprozesse die Beantwortung von Fragen beeinflussen. Das Ausmaß, in dem Nutzer:innen sich mit bestimmten Sachverhalten auseinandersetzen, hängt dabei maßgeblich davon ab, ob sie sich persönlich betroffen fühlen, ob ein inhaltliches Interesse besteht und welche Art von Inhalten adressiert wird. Auf diese Weise schafft das Monitoring eine wertvolle Basis, um Entwicklungen im digitalen Nutzungsverhalten langfristig zu beobachten und die Umsetzung der DSA-Ziele aus Nutzersicht zu begleiten.

6 Literatur und andere Quellen

Beltrán, M. (2025). Defining, Classifying and Identifying Addictive Patterns in Digital Products. *IEEE Transactions on Technology and Society*, 6 (3), 314-323. <https://www.aepd.es/documento/defining-classifying-identifying-addictive-patterns.pdf> [Letzter Zugriff 22.12.2025]

Destatis (2025). Bevölkerung: Bundesländer, Stichtag, Geschlecht, Altersjahre. Code: 12411-0013, Stichtag 31.12.2024. <https://www-genesis.destatis.de/datenbank/online/statis-tic/12411/table/12411-0013> [Letzter Zugriff 30.10.2025].

Dewenter, R.; Rösch, J. (2024). Plattformökosysteme und Presseerzeugnisse. *List Forum* 50, 205–227. <https://doi.org/10.1007/s41025-024-00273-6> [Letzter Zugriff 10.12.20025]

Europäische Kommission (2018). Fake news and disinformation online. Flash Eurobarometer 464. https://op.europa.eu/de/publication-detail/-/publication/2d79b85a-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en?utm_ [Letzter Zugriff 13.02.2025].

Europäische Kommission (2025). A Safer & Fairer Online Environment. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/safer-fairer-online-environment>. [Letzter Zugriff 16.12.2025].

Europäische Union (2016). Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung), Amtsblatt der Europäischen Union. L 119. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj?locale=de> [Letzter Zugriff 16.12.2025]

Europäische Union (2022). Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste), Amtsblatt der Europäischen Union, L277/1. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> [Letzter Zugriff 16.12.2025]

Flayelle, M.; Brevers, D.; King, D.L.; Maurage, P.; Perales, J. C.; Billieux, J. (2023). A taxonomy of technology design features that promote potentially addictive online behaviours. *Nature Reviews Psychology*, 2, 136–150. <https://doi.org/10.1038/s44159-023-00153-4> [Letzter Zugriff 22.12.2025].

Mujica, A. L.; Crowell C. R.; Villano, M. A.; Uddin, K. M. (2022). ADDICTION BY DESIGN: Some Dimensions and Challenges of Excessive Social Media Use. *Medical Research Archives*, 10 (2), 1-29. <https://esmed.org/MRA/mra/article/view/2677/193546021> [Letzter Zugriff 22.12.2025].

Roffarello, A. M.; De Russis, L. (2022). Towards Understanding the Dark Patterns That Steal Our Attention. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Extended Abstracts*, article no. 274, 1-7. <https://doi.org/10.1145/3491101.3519829> [Letzter Zugriff 22.12.2025].

Ye, X. (2025). Dark Patterns and Addictive Designs. *Weizenbaum Journal of the Digital Society*, 5(3). <https://doi.org/10.34669/wi.wjds/5.3.2> [Letzter Zugriff 10.12.2025].