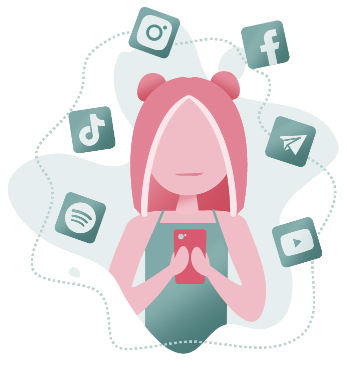


**1/1**

**Influencer\*innen & Meinung**

**65%** der 18-24-Jährigen finden, dass Influencer\*innen   
einen zu großen Einfluss haben

Quelle: YouGov, Stichprobe: 2.039 Befragte (ab 18 Jahren) in   
Deutschland, 2019 ↗ [https://yougov.de/news/2019/08/07/influencer-  
werbung-besonders-junge-menschen-werden](https://yougov.de/news/2019/08/07/influencer-%20%20werbung-besonders-junge-menschen-werden/)



**1/5** der 13-20-Jährigen gibt an, dass   
Influencer\*innen zu ihrer Meinungs-  
bildung beitragen.

Quelle: Nicht-repräsentative   
Online-Umfrage von klicksafe 2020,   
Stichprobe: 629 Jugendliche im   
Alter von 13 bis 26 Jahren  
↗ <https://www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/safer-internet-day/sid-2020/sid-umfrage-poster/>

**43%** der Jugendlichen   
zwischen 16 und   
24 Jahren sind schon

einmal einer Produkt-  
-empfehlung ihrer\*s   
Influencer\*in gefolgt.

Quelle: Digital Trends, Umfrage   
zum Umgang mit Influencern, 2019,   
Stichprobe: 147 Jugendliche im Alter   
von 16 bis 24 Jahren, Bundesverband   
Digitale Wirtschaft (DVDW) e.V., S.9

↗ [https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/  
studien/190409\_BVDW\_Kontakte\_mit\_Influencern.pdf](https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/studien/190409_BVDW_Kontakte_mit_Influencern.pdf)

**56%** der Jugendlichen zwischen 14 und 29 Jahren haben   
Schwierigkeiten zwischen Werbung und inhaltlichen Beiträgen   
in Sozialen Medien zu unterscheiden.

Quelle: Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom,   
Stichprobe: 1.212 Internetnutzer\*innen ab 14 Jahren, davon 1.011 Nutzer\*innen von Sozialen Netzwerken ↗ <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zweite-Social-Media-Nutzer-kann-Werbung-von-Inhalt-nur-schwer-unterscheiden.html>