

Junger Verbraucheralltag (KI-Chatbots und Influencer)

Tabellenband

forsa Gesellschaft für
Sozialforschung und
statistische Analysen mbH

Gutenbergstraße 2
10587 Berlin

Telefon 030 62882-0

E-Mail info@forsa.de

Daten zur Untersuchung

Projekttitel:	Junger Verbraucheralltag (KI-Chatbots und Influencer)
Auftraggeber:	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Durchführung:	forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit:	Die in Privathaushalten in Deutschland lebenden deutschsprachigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 25 Jahren
Zielpersonen:	Deutschsprachige Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 25 Jahren
Auswahlverfahren:	Systematische Zufallsauswahl
Stichprobengröße:	547 Befragte
Erhebungsmethode:	Onlinebefragung im forsa.omninet-Panel
Befragungszeitraum:	4. bis 12. Oktober 2026
Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter und Geschlecht.
Statistische Fehlertoleranz:	+/- 4 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe

forsa.

Junger Verbraucheralltag (KI-Chatbots und Influencer)

f26.0249 EI/Os, Oktober 2026

Frage 6:	
Haben Sie schon einmal ein Lebensmittel, Getränk, Nahrungsergänzungsmittel oder Diätprodukt gekauft, weil es von Influencerinnen oder Influencern in sozialen Medien empfohlen wurde?	
Basis ungewichtet	547
Basis (100%)	547
ja, mehrmals	19%
ja, einmal	21%
nein	57%
weiß nicht	3%
keine Angabe	*
Summe	100%

Gesamt	Region				Geschlecht		Alter			Bildung	
	Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	14-17 Jahre (G)	18-21 Jahre (H)	22-25 Jahre (I)	niedrig/ mittel (J)	hoch (K)
	89	189	180	89	261	271	100	176	271	100	447
	90	196	164	98	278	257	170	178	199	116	431
	15%	20%	16%	25%	13%	26% E	24%	19%	15%	16%	20%
	30% C	22%	18%	16%	19%	23%	24%	18%	21%	19%	21%
	52%	55%	62%	57%	65% F	47%	49%	60%	60%	62%	56%
	3%	4%	4%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	2%	4%
	-	-	*	-	-	-	-	-	*	1%	-
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* weniger als 0,5 % - keine Nennung

Getestete Spalten (Signifikanzniveau 5 %, zweiseitig): A/B/C/D - E/F - G/H/I - J/K

forsa.

Junger Verbraucheralltag (KI-Chatbots und Influencer)

f26.0249 EI/Os, Oktober 2026

Frage 7:
Wie leicht oder schwer fällt es Ihnen, bei Beiträgen von Influencerinnen und Influencern zu erkennen, ob es sich um Werbung handelt?

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter			Bildung	
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	14-17 Jahre (G)	18-21 Jahre (H)	22-25 Jahre (I)	niedrig/ mittel (J)	hoch (K)
Basis ungewichtet	547	89	189	180	89	261	271	100	176	271	100	447
Basis (100%)	547	90	196	164	98	278	257	170	178	199	116	431
sehr leicht	39%	45%	38%	37%	37%	43%	36%	48% I	36%	33%	38%	39%
eher leicht	48%	47%	47%	50%	50%	46%	51%	37%	56% G	52% G	44%	50%
eher schwer	6%	4%	6%	6%	10%	5%	8%	10%	3%	6%	10%	5%
sehr schwer	1%	2%	1%	*	-	*	1%	1%	1%	1%	-	1%
ich schaue mir keine Beiträge von Influencerinnen und Influencern an	5%	2%	6%	6%	3%	4%	4%	3%	4%	7%	6%	4%
weiß nicht	1%	1%	1%	-	1%	1%	*	1%	1%	*	1%	1%
keine Angabe	1%	-	1%	*	-	1%	-	1%	-	1%	1%	*
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
sehr leicht/eher leicht	87%	92%	85%	87%	87%	89%	87%	85%	92% I	85%	82%	89%
eher schwer/sehr schwer	7%	5%	7%	7%	10%	5%	9%	10%	4%	7%	10%	6%

* weniger als 0,5 % - keine Nennung
Getestete Spalten (Signifikanzniveau 5 %, zweiseitig): A/B/C/D - E/F - G/H/I - J/K

forsa.
Junger Verbraucheralltag (KI-Chatbots und Influencer)

f26.0249 EI/Os, Oktober 2026

Frage 8:
Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? 'Influencerinnen und Influencer sollten für ungesunde Lebensmittel, also für Lebensmittel mit besonders viel Zucker, Fett oder Salz, keine Werbung machen dürfen.'

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter			Bildung	
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	14-17 Jahre (G)	18-21 Jahre (H)	22-25 Jahre (I)	niedrig/ mittel (J)	hoch (K)
Basis ungewichtet	547	89	189	180	89	261	271	100	176	271	100	447
Basis (100%)	547	90	196	164	98	278	257	170	178	199	116	431
stimme voll und ganz zu	27%	28%	27%	27%	24%	26%	28%	20%	32% G	27%	24%	28%
stimme eher zu	30%	28%	30%	29%	32%	28%	31%	31%	32%	27%	28%	30%
stimme eher nicht zu	26%	28%	23%	25%	31%	27%	26%	29%	24%	25%	31%	25%
stimme überhaupt nicht zu	10%	9%	10%	11%	9%	13% F	7%	9%	7%	14% H	9%	10%
keine Angabe	1%	-	2%	2%	-	-	2%	1%	*	2%	1%	1%
keine Angabe	7%	8%	9%	6%	3%	6%	6%	10%	5%	6%	8%	6%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu	57%	56%	57%	57%	57%	54%	60%	51%	64% I	54%	52%	58%
stimme eher nicht zu/stimme überhaupt nicht zu	36%	37%	33%	36%	40%	40%	33%	38%	31%	39%	39%	35%

* weniger als 0,5 % - keine Nennung
Getestete Spalten (Signifikanzniveau 5 %, zweiseitig): A/B/C/D - E/F - G/H/I - J/K