Von der Klickökonomie zur Bürgeröffentlichkeit

Für eine digitale Öffentlichkeit, die der Demokratie dient – nicht den Konzernen.

MA HSH
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein

> *„Sobald die politische Öffentlichkeit funktionslos verrottet, verliert der Staat selbst dann seine demokratische Substanz, wenn die 'Herrschaft der Gesetze' unangetastet bleibt und die Regierung ihre Wähler mehr oder weniger zufrieden stellt.“*
> Jürgen Habermas (2022)

Digitale Plattformen haben die öffentliche Sphäre privatisiert. Während klassische Medien an rechtsstaatliche und demokratische Standards gebunden sind, entscheiden heute einige wenige Tech-Konzerne wie Meta, Alphabet, OpenAI oder TikTok faktisch weitgehend unreguliert nach eigenen und meist rein kommerziellen Gesichtspunkten, welche Inhalte sichtbar werden und welche nicht. Doch eine Demokratie, in der Aufmerksamkeit zur Ware wird, verliert ihre Grundlage: den rationalen und vielfältigen Diskurs, der Meinungen bildet und Macht kontrolliert.

Das Grundgesetz verpflichtet zum aktiven Schutz von Grundrechten: Artikel 5 GG garantiert nicht nur Meinungsfreiheit, sondern verpflichtet den Staat auch, die Voraussetzungen für freie Meinungsbildung zu schaffen und zu erhalten. Doch dieser Auftrag wird unterlaufen:

- **„Big Tech“ kontrolliert den Zugang zu Information** – und damit die Macht, öffentliche Meinung zu steuern.
- **Algorithmen und zunehmend „KI“ ersetzen den öffentlichen Diskurs** und den Zugang zu vielfältigen Informationen durch personalisierte Echokammern.
- **Wirtschaftliche Abhängigkeiten** (Werbemonopole, Klickökonomie) ersticken die Vielfalt, die das Grundgesetz schützen will.

Wir müssen die digitale Öffentlichkeit wieder demokratisieren – durch klare Regeln für Plattformen, Transparenz für Algorithmen und eine Finanzierung, die Qualität statt Klicks belohnt. Unsere Forderungen setzen an diesen drei Punkten an – für eine digitale Sphäre, die wieder der Demokratie und Vielfalt dient.

1. **Dominanz von Big Tech beenden:** Wir müssen wieder einen Markt mit einer größeren Anbieterauswahl im Digitalen herstellen. Bei den großen Plattformen müssen wir deswegen die Infrastruktur von der Inhaltevermarktung trennen - wie es sich beispielsweise im Radio und Fernsehen bewährt hat.

2. **Digitalabgabe für Medienvielfalt:** Große Plattformen müssen eine Abgabe auf Werbeeinnahmen, Nutzerdaten und Netzwerkeffekte zahlen. Die Einnahmen fließen in

einen Fonds für lokale Medien, Plattform-Alternativen und Medienbildung – ohne dauerhafte Abhängigkeit von Tech-Konzernen zu schaffen.

3. **Öffnung der Plattformen:** Nutzende und Kreative müssen wieder die Freiheit bekommen, Inhalte außerhalb der Plattformen zu teilen („Outlink-Freiheit“) ohne im Feed benachteiligt zu werden. Es muss attraktiv sein, Links zu externen Angeboten zu veröffentlichen.

4. **Demokratische Algorithmen:** Plattformen müssen ihre Empfehlungssysteme offenlegen und von unabhängigen Gremien prüfen lassen. Nutzende sollen zwischen Algorithmen-Varianten verschiedener Anbieter wählen können – etwa chronologische Sortierung oder redaktionell kuratierte Feeds. Public-Value-Inhalte müssen priorisiert werden, „KI“-generierte Inhalte depriorisiert. „For You“-Feeds brauchen einen festen Anteil an Public-Value-Inhalten.

5. **Verantwortung für Inhalte:** Große Inhalte-Anbieter (bspw. Influencer) und klassische Medienanbieter müssen mit zu einer zivilen Diskussionskultur beitragen und nach transparenten Standards selbst moderieren. Die Plattformen müssen sie dabei mit technischen Hilfsmitteln unterstützen. Darüber hinaus genügen die Regelungen des DSA nicht: Wir müssen die Plattformen stärker für illegale Inhalte in die Verantwortung nehmen. Es reicht nicht, wenn sie ausschließlich nach externen Hinweisen verantwortlich für Inhalte werden. Wenn „KI“-Systeme automatisiert Falschinformationen verbreiten, brauchen wir kurze Löschfristen und höhere Strafen als bei menschengemachten Inhalten – denn „KI“ kann Massendesinformation in Sekundenschnelle produzieren.
   Sprachmodelle wie ChatGPT oder Gemini müssen wie redaktionelle Medien behandelt werden: Anbieter haften nicht für jeden Einzelfehler, sondern für systematische Sorgfaltspflichtverletzungen – etwa verzerrte Trainingsdaten, unterlassene Korrekturen oder mangelnde Transparenz. Ähnlich wie bei Zeitungen müssen klare Redaktionsstandards (z. B. Datenquellen, Filtermechanismen) offengelegt und von unabhängigen Gremien geprüft werden.

6. **Medienkompetenz als Grundrecht der digitalen Demokratie:** Medienpädagogik befähigt Menschen jeden Alters, digitale Medien nicht nur zu nutzen, sondern aktiv mitzugestalten – als mündige Bürger:innen, die kritisch hinterfragen, Inhalte produzieren und am demokratischen Diskurs teilhaben. Dafür brauchen wir eine bundesweite Medienbildungs-Offensive für alle Altersgruppen – von der Schule bis zur Erwachsenenbildung. Denn Demokratie lebt davon, dass ihre Freiheit verantwortungsvoll genutzt wird.

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)
Rathausallee 72–76 I 22846 Norderstedt
Telefon 040 / 36 90 05-0
Presse@ma-hsh.de
www.ma-hsh.de

7. **Social-Media auch für Kinder und Jugendliche:** Kinder und Jugendliche haben ein Recht auf digitale Teilhabe – aber diese muss altersgerecht und sicher gestaltet sein. Statt pauschaler Verbote brauchen wir einen umfassenden Ansatz: Medienkompetenz für alle, gemeinsame Absprachen zur Smartphone-Nutzung in Familie, Schule und Vereinen, konsequenten technischen Jugendschutz (altersgerechte Inhalte, Schutz vor Interaktionsrisiken, limitierte Nutzungszeiten) und eine anonyme Altersverifikation mittels Zero-Knowledge Proofs. So schaffen wir eine digitale Welt, in der junge Menschen sicher teilhaben können

8. **Ethikkommission für digitale Meinungsbildung:** Die demokratischen Risiken digitaler Meinungsbildung erfordern eine unabhängige Ethikkommission, die aus Vertreterinnen und Vertretern von Medien, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Plattformen besteht. „KI“ überrollt derzeit die digitale Öffentlichkeit. Deswegen sollte ihr erster Auftrag eine Bewertung der Auswirkungen von „KI“-generierten Inhalten sein.

9. **Gemeinwohlorientierte Plattform-Alternativen fördern:** Um die Abhängigkeit von kommerziellen Monopolplattformen zu verringern, müssen gemeinwohlorientierter Alternativen gefördert werden – etwa durch einen "Innovationsfonds für digitale Öffentlichkeit", der offene, dezentrale Plattformen und genossenschaftlich organisierte Medienprojekte unterstützt. Öffentliche Institutionen sollten verpflichtet werden, ihre Inhalte parallel auf Monopolplattformen und gemeinwohlorientierten Alternativen bereitzustellen.

Es geht uns darum die Plattformen in den Dienst der Gesellschaft zu stellen. Mit diesen Maßnahmen legen wir den Grundstein für eine digitale Öffentlichkeit, die nicht von globalen Konzernen, sondern von Bürgerinnen und Bürgern bestimmt wird. Nur so können wir sicherstellen, dass die digitale Sphäre kein Raum der Manipulation und Monopole bleibt, sondern neben einem Ort bunter Unterhaltung auch zu einem Ort der freien und vielfältigen Meinungsbildung wird – ganz im Sinne des Grundgesetzes.

Die Zeit zum Handeln ist jetzt – bevor die Privatisierung der Öffentlichkeit irreparabel wird.

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)
Rathausallee 72–76 I 22846 Norderstedt

Telefon 040 / 36 90 05-0
Presse@ma-hsh.de
www.ma-hsh.de