

upgrade  
democracy

September 2024

---



# Zwei Jahre Upgrade Democracy

7 Kapitel zu unseren Erkenntnissen

---

## Inhalt

**1.**

**Zwei Jahre Upgrade Democracy:  
Was wir gemacht und was wir gelernt haben**

von Cathleen Berger und Kai Unzicker

→

**2.**

**Wer Desinformationen erfolgreich begegnen  
will, muss global vernetzt sein**

von Cathleen Berger und Charlotte Freihse

→

**3.**

**Prebunking oder Fact-Checking?  
Ganzheitlichkeit zählt**

von Joachim Rother

→

**4.**

**Nachrichtenkompetenz:  
Stark gegen Desinformation**

von Julia Tegeler

→

**5.**

**Plattformverantwortung durch unabhängige  
Forschung: Was ist, was fehlt, was kommen muss**

von Cathleen Berger

→

**6.**

**Democracy by Design: Wie dezentrale Alternativen  
zu einem besseren Social Media Ökosystem bei-  
tragen können**

von Charlotte Freihse

→

**7.**

**Die Utopie(n) der digitalen Diskursräume**

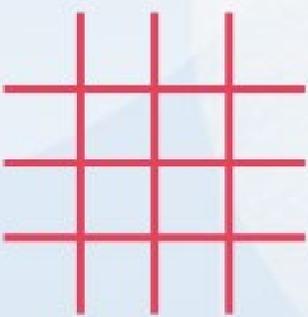
von Kai Unzicker

→

1.

# Zwei Jahre Upgrade Democracy: Was wir gemacht und was wir gelernt haben

von Cathleen Berger und Kai Unzicker



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



Zu Beginn unseres Projektes stand eine Frage: Würde das Superwahljahr 2024 auch zu einem Superjahr der Desinformation werden? Im Jahr 2024 war rund die Hälfte der Weltbevölkerung zur Wahlurne gerufen, u. a. in Indien, Indonesien, der Europäischen Union, Südafrika und den USA. Neben der enorm hohen Anzahl an entscheidenden Wahlen war und bleibt die Stimmungslage durch Krieg, Wirtschafts- und Klimakrise aufgeheizt – eine günstige Gelegenheit für Manipulationsversuche. [Unsere eigene repräsentative Erhebung belegt](#): Die Bevölkerung ist besorgt. 84 Prozent der Deutschen sehen in Desinformation ein großes Problem für unsere Gesellschaft und 81 Prozent fürchten deren Einfluss auf die Demokratie. Damit war offensichtlich, dass wir diese Aufmerksamkeit mit möglichst konkreten und gezielten Lösungsangeboten aufgreifen und Resilienz stärken müssen.

Mit unterschiedlichen Impulsen, Veröffentlichungen und Praxisprojekten haben wir ein breites Spektrum an Themen rund um die Verbreitung von und den Umgang mit Desinformationen bearbeitet. Zeit, die Ergebnisse, Erfahrungen und Erkenntnisse aus zwei Jahren [Upgrade Democracy](#) zu kondensieren und zu bündeln.

Wir haben deshalb in den sechs folgenden Kapiteln aufbereitet, was unsere zentralen Erfahrungen sind – wir nehmen dabei insbesondere politische Entscheider:innen in den Blick, die jetzt gefordert sind. Die Zeit des Beobachtens ist vorbei. Gesunde, resiliente digitale Diskurse müssen aktiv gestaltet werden. Dafür braucht es mehr politische Aufmerksamkeit, mehr

Anerkennung für zivilgesellschaftliche Netzwerke und mehr verlässliche Förderung.

**Worum es in den folgenden Beiträgen gehen wird:**

Unser Team hat sich auf die Suche gemacht: In einer großangelegten, internationalen Recherche und mit wertvoller Unterstützung durch regionale Forschungspartner:innen haben wir Trends, Akteur:innen und Muster im (Des-) Informationsökosystem aufbereitet und Gemeinsamkeiten wie Unterschiede zwischen den Regionen analysiert. Cathleen und Charlotte fassen in ihrem Beitrag die zentralen Beobachtungen zusammen und **fordern politische Entscheider:innen auf, internationale Perspektiven stärker in ihr eigenes Handeln zu integrieren.**

[Zum Beitrag →](#)

Hoffnung geben uns die über 230 Ansätze, Ideen und Lösungen, die wir in allen Teilen der Welt identifizieren konnten und die sich tagtäglich für resiliente Demokratien einsetzen. So inspirierend die **Vielfalt der Initiativen und ihrer eingesetzten Methoden ist – sie müssen nachhaltiger und gezielter ausgebaut werden**, wie Joachim in seinem Beitrag ausführt.

[Zum Beitrag →](#)

Methodisch darf es nicht nur um Fact-Checking gehen, **vielmehr müssen Medien- und Demokratiekompetenzen zusammengedacht werden.** Hierbei können Ansätze wie „Trust-Checking“ zielführende Impulse liefern, wie Julia in ihrem Beitrag reflektiert.

[Zum Beitrag →](#)

Gerade im digitalen Raum ist es wichtig, dass Gestaltungsvorschläge auf Basis von belastbaren Daten unterbreitet werden, damit Plattformverantwortung nicht als bloße Forderung stehen bleibt, sondern effektiv umgesetzt wird. Die Forschung zu digitalen Diskursen muss dafür neu aufgestellt werden. Cathleen fordert in ihrem Beitrag deshalb die **Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle für unabhängige, kontinuierliche Forschung auf digitalen Plattformen.**

[Zum Beitrag →](#)

Es kann beim Thema Plattformverantwortung allerdings nicht nur um die dominanten Plattformen gehen. Wir müssen uns auch fragen, wie **dezentrale Alternativen gestärkt und für gesündere, demokratische Diskurse – auch von politischer Seite, besser aufgestellt werden können.** Impulse hierfür setzt Charlotte in ihrem Beitrag.

[Zum Beitrag →](#)

Am Ende kommt es aber auch darauf an, wie wir gesellschaftlich und politisch den digitalen Diskursraum gestalten wollen. **Was sind unsere Visionen einer gesunden und produktiven Öffentlichkeit, die die Demokratie stützt und zu Verständigung beiträgt.** Ausgehend von aktuellen Trends und mit Blick auf unterschiedliche Zukunftsszenarien beleuchtet Kai, worauf es ankommt, um eine gesunde digitale Öffentlichkeit zu gestalten.

[Zum Beitrag →](#)

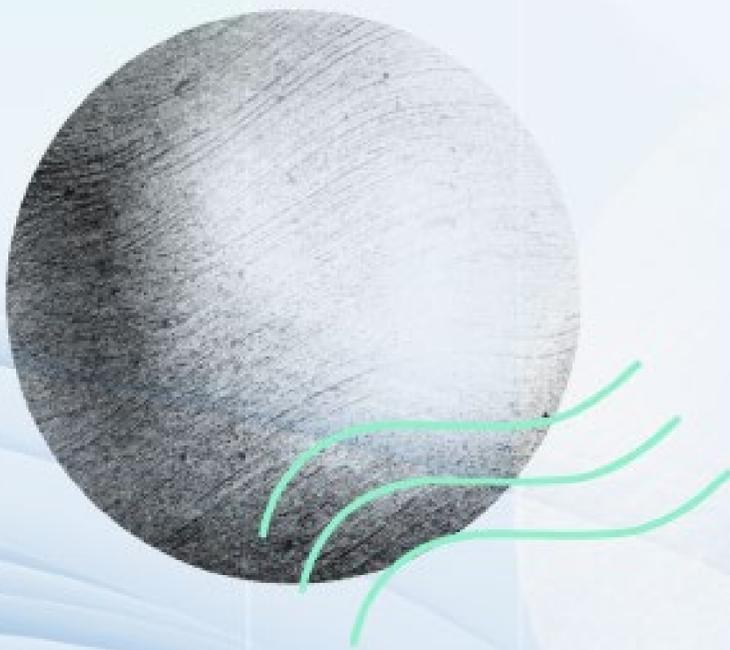
### **Politisches Handeln ist gefordert**

Wir haben viel gelernt. Und: es bleibt viel zu tun. Vor allem aber ist politisches Handeln gefordert. Wir dürfen das Problem nicht nur beobachten, sondern müssen Lösungen ergreifen. Dabei gibt es nicht die eine Lösung und nicht den einen Akteur, der alles lösen kann. Vielmehr muss ein Netzwerk an Protagonist:innen zusammenwirken, gegen böswillige Einflussnahme und für demokratische Öffentlichkeit. Diese Netzwerke müssen aufgebaut, gepflegt und finanziell unterstützt werden. Um der Desinformationsindustrie entgegenzuwirken, brauchen wir ein resilientes Ökosystem, das demokratischen „Streit“ lebt und fördert. Für Regierungen und politische Entscheider:innen bedeutet das: Die Debatte um potenzielle (restriktive) Einschränkungen und dem Schutz der Meinungsfreiheit muss offen und ehrlich geführt werden. Internationale Erfahrungen sind hier ein wichtiges Korrektivat, genau wie eine starke, gut vernetzte Zivilgesellschaft.

2.

## Wer Desinformationen erfolgreich begegnen will, muss global vernetzt sein

von Cathleen Berger und Charlotte Freihse



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



*Desinformationen machen keinen Halt an Ländergrenzen – Gegenmaßnahmen müssen deshalb genauso international und ineinandergreifend aufgestellt sein. Aufbauend auf einer umfassenden, internationalen Recherche leiten wir zentrale Herausforderungen im Umgang mit Desinformation ab und fordern politische Entscheider:innen auf, belastbare, zivilgesellschaftliche Netzwerke stärker zu unterstützen.*



Unsere internationale Recherche und die Analysen unserer regionalen Recherchepartner:innen haben eindrücklich aufgezeigt, dass sich die Akteur:innen, die Desinformationen verbreiten, immer stärker professionalisieren – technisch versiert und vernetzt. Es ist eine Desinformationsindustrie entstanden, die über bekannte Akteure hinaus auch durch Angebote von PR- und Marketingagenturen befeuert wird und vulnerable, wirtschaftlich geschwächte Bevölkerungsgruppen als „Tastatur-Krieger:innen“ für ihre unlauteren Zwecke rekrutiert.

Wenn sich Agitatoren und Aggressoren professionalisieren, müssen die Protagonist:innen, die sich diesen Kampagnen entgegenstellen, noch viel besser organisiert, koordiniert und nachhaltig aufgestellt sein. An Ideen und Potenzial mangelt es nirgends in der Welt, allein die Strukturen und vorhandenen Ressourcen müssen an die digitale Realität und die damit verbundene Geschwindigkeit angepasst werden. Als Antwort auf die Desinformationsindustrie muss ein Ökosystem aus Protagonist:innen und Strategien stehen, die sektorübergreifend, koordiniert und global agieren – kein Akteur und keine Maßnahme allein kann auf gesunde digitale Diskurse hinwirken.

### **Was ist: Themen und Verbreitung von Desinformation**

Die Analysen aus allen Teilen der Welt verdeutlichen, dass Desinformationen den Nährboden für ihren Einfluss über einen langen Zeitraum bereiten, indem gesellschaftlich kontroverse Themen emotionalisiert oder Menschen durch Nebenschauplätze abgelenkt werden. Der direkte Angriff auf die Integrität von Wahlen, die Vertrauenswürdigkeit demokratischer Institutionen oder die Glaubwürdigkeit einzelner Kandidat:innen sind oft nur der letzte Tropfen auf lang erwärmten, heißen Steinen. Insofern können Wahlen zwar als Katalysator wirken und im Ernstfall beeinflusst werden, Gegenmaßnahmen braucht es jedoch nicht erst dann, sondern kontinuierlich. Vielfältige Methoden, Ansätze und Protagonist:innen müssen ineinandergreifen, um Desinformationskampagnen möglichst jede Angriffsfläche zu vereiteln: Prebunking, Monitoring,

Demonetarisierung, Debunking, Regulierung und mehr. Die Toolbox ist und muss vielseitig sein (siehe auch Joachims Beitrag → S. 14).

Die digitalen Diskursräume, in denen sich Desinformationen verbreiten, sind einerseits global vernetzt und finden weitestgehend auf großen, privatwirtschaftlichen Plattformen wie YouTube, TikTok, Instagram oder WhatsApp statt. Andererseits variieren Nutzungsmuster und Präferenzen zwischen einzelnen Ländern und Regionen teilweise deutlich: So ist LINE fast ausschließlich in Asien verfügbar, TikTok wächst besonders rasant in Europa, in Afrika dominiert WhatsApp und in Lateinamerika ist das Bild gemischt. Diskursräume überschneiden sich und doch nutzen Desinformationskampagnen unterschiedliche Kanäle. Recherchen zeigen die klaffenden Lücken in den Antworten der Plattformen, die zum einen regulative Vorschriften möglichst eng auslegen und zum anderen ihre eigenen Regeln vage und in Form von „copy & paste“-Verfahren für diverse Kontexte anwenden, insbesondere in Ländern, die aus Plattformsicht nicht als lukrative Märkte gelten.

### **Was wir beobachten: Daten, Kapazitäten, technologische Entwicklungen**

Grundlage für unser Verständnis über die Verbreitung und den Einfluss von Desinformation ist die kontinuierliche Beobachtung von Mustern, Akteur:innen und Versuchen von Einflussnahme in digitalen Diskursräumen. Der Datenzugang für Forschungszwecke könnte kaum zentraler sein, um evidenzbasiert Gestaltungsvorschläge und Gegenmaßnahmen für Plattformen zu

entwickeln. Jedoch zeigen sich hier eklatante Lücken in der Verlässlichkeit, Vergleichbarkeit und Analyse von Daten und Plattformen, vor allem mit Blick auf außereuropäische Forschung, die nicht vom Gesetz über digitale Dienste abgedeckt ist (für mehr Details, siehe Cathleens Beitrag → S. 35).

Die Stärke und Resilienz zivilgesellschaftlicher Organisationen sind entscheidend für den Erfolg von Gegenmaßnahmen und die Förderung gesunder Diskursräume. Weltweit wächst das Aufgabenspektrum zivilgesellschaftlicher Protagonist:innen nachweislich – ihre Expertise ist gefragt, wenn es um Regulierung und Plattformaufsicht geht, sie agieren als Fact-Checker:innen, bieten Trainings für Medien- und Digitalkompetenzen, monitorieren digitale Diskurse, klären auf, bringen Menschen zusammen und füllen Lücken, wo immer sie zu Tage treten. Ihr Handlungsspielraum schrumpft hingegen – schwindende Ressourcen, politische Unterdrückung, strategische Klagen, gezielte Angriffe und mehr setzen ohnehin stark beanspruchten zivilgesellschaftlichen Protagonist:innen weltweit enorm zu.

Technologische Veränderungen, wie Künstliche Intelligenz (KI), sind aus der digitalisierten Öffentlichkeit nicht mehr wegzudenken. Auch in Wahlkämpfen ist KI mittlerweile ein regulärer Begleiter – und zwar nicht nur für die manipulativen Zwecke von Desinformation, sondern auch als Tool in den Kampagnen von politischen Kandidat:innen. Bestehende Aufsichtsstrukturen, die die Transparenz und Fairness von politischer Werbung sicherstellen, müssen hier vielerorts nachrüsten

um adäquate, oftmals rechtliche Antworten auf diese neuen technologischen Entwicklungen bieten zu können.

### **Was jetzt getan werden muss: Die Politik muss internationale Perspektiven hören und Vernetzung fördern**

Damit sich das Feld der Protagonist:innen weltweit genauso erfolgreich professionalisieren kann wie die Desinformationsindustrie, müssen politische Entscheider:innen den fundamentalen Wert von Kooperationsformaten herausstellen. Und fördern.

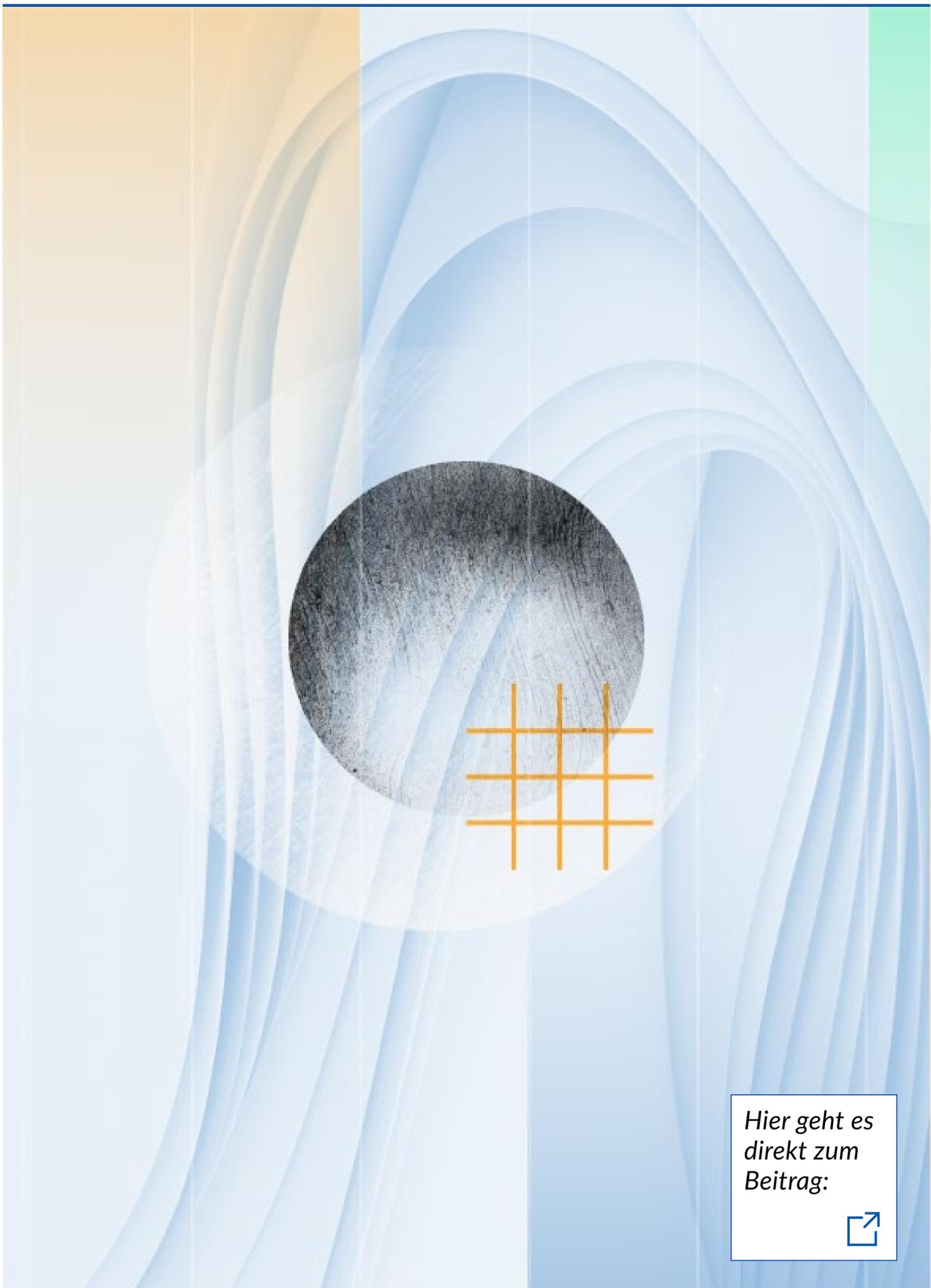
Die Pflege und Aktivierung von Netzwerken ist zeit- und arbeitsintensiv, das muss sich in bereitgestellten Finanzierungsmitteln und in der öffentlichen Anerkennung widerspiegeln. So müssen Philanthropie und demokratische Regierungen langfristig fördern und auf bestehende Erfolge setzen, statt immer wieder Innovationen und den letzten technologischen Trends in ihren Förderprojekten „hinterherzujagen“. Nicht nur brauchen wir vielseitige, internationale Perspektiven, um kluge politische Entscheidungen im Sinne einer gesunden digitalen Öffentlichkeit zu treffen. Die Resilienz unserer Demokratien hängt von der Resilienz des zivilgesellschaftlichen Engagements ab. Überall in der Welt und im Wechselspiel miteinander.

*Hier geht es zu der siebenteiligen Berichtsserie mit tiefergehenden Analysen. [↗](#)*



### 3. Prebunking oder Fact-Checking? Ganzheitlichkeit zählt

von Joachim Rother



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



*So vielfältig Desinformationsstrategien sind, so zahlreich sind die Methoden, ihnen entgegenzutreten. Der Blick in die Welt allerdings zeigt: in der tatsächlichen Anwendung kann von einer Methodenvielfalt nicht die Rede sein. Das muss sich ändern.*



### **Desinformation aus Veles: Eine Kleinstadt erlangt Berühmtheit**

2016. Kurz vor den US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen. Donald Trump wird in einigen Monaten US-Präsident. Weit weg davon, experimentieren in der nordmazedonischen Kleinstadt Veles einige Jugendliche mit Websites herum, befüllen diese mit wahllos zusammenkopierten Schlagzeilen großer Medienhäuser und merken: die Artikel werden geklickt. Und zwar ziemlich häufig. Das Modell spricht sich rum. Die Websites werden zahlreicher und professioneller. Einige ähneln nun dem Anschein nach seriösen Nachrichtenportalen. 5 – 10 Artikel pro Website werden jeden Tag veröffentlicht und obgleich die Mehrheit der Pro-Trump

Artikel inhaltlich weder Sinn ergeben noch der Wahrheit entsprechen, verbreiten viele davon sich wie ein Lauffeuer. Mitten aus dem europäischen Nirgendwo wird Einfluss auf die öffentliche Meinung in den USA genommen und im strukturschwachen Nordmazedonien verdienen einige der Jugendlichen damit auf einmal richtig Geld: allein zwischen August und November 2016 über 16.000 US-Dollar durch Google AdSense Auszahlungen. Erst als TheGuardian und BuzzFeed Recherchen veröffentlichen, wonach in der nordmazedonischen Kleinstadt mindestens 100 Websites registriert sind, die Desinformationen zu den US-Wahlen wie am Fließband verbreiten, demonetarisiert Google die Websites. Die Werbeeinnahmen bleiben aus und die Betreiber:innen verlieren das Interesse daran.

Wer bei Desinformationskampagnen an Russland, China oder Iran denkt, wird von den monetären Beweggründen des Beispiels Veles überrascht sein, sind die Beweggründe für die Erstellung und Verbreitung von Desinformation doch äußerst unterschiedlich. Ob gezielte politische Einflussnahme oder rein wirtschaftliches Interesse, Gegenmaßnahmen müssen Wirkungsweisen und den Kontext spezifischer Desinformationsbemühungen in den Blick nehmen, um effektiv Wirkung zu entfalten.

### **Die Qual der Wahl: Welche Methode ist die richtige?**

Der Werkzeugkasten an Gegenmaßnahmen zur Unterbindung von Desinformation ist vielseitig. Auffällig ist allerdings, dass sich die Mehrheit der Methoden erst

dann mit der Desinformation auseinandersetzt, wenn sie nur noch schwer wieder einzufangen ist, darunter Fact-Checking oder Debunking.

Anders ist es bei der Methode des Prebunking, bei dem versucht wird, Menschen auf Desinformation oder konkrete irreführende Narrative vorzubereiten, noch bevor sie ihnen begegnen. Ziel ist es, Resilienz durch Sensibilisierung bei den Rezipient:innen zu schaffen und auf diese Weise der Wirkung von Desinformation die Grundlage zu entziehen. Wie eine solche Vorbeugung gegen Desinformation technisch funktionieren kann, zeigt die Google Tochter Jigsaw mit ihren [Videokampagnen](#): dabei werden Videoschnipsel, die eine gezielte Desinformation aufgreifen und vor ihr warnen, als sog. Pre-Rolls vor dem eigentlichen Content ausgespielt. Das Problem: Prebunking ist aufwendig, muss passgenau auf konkrete Themenfelder an Desinformation zugeschnitten sein und die Wirksamkeit ist begrenzt. Laut [Studie](#) stieg der Anteil an Personen, die nach dem Betrachten eines Prebunking-Videos manipulative Inhalte erkennen konnten, im Durchschnitt um 5 Prozentpunkte.

Im Gegensatz zu Prebunking setzt Debunking auf die Richtigstellung von Desinformation, wenn sie bereits veröffentlicht ist. Anders als beim Fact-Checking besteht die Stärke des Debunking darin, Inhalte und Quellen in ihren größeren Kontext einzuordnen und Muster aufzuzeigen mit denen Desinformationen in großen Sektorthemen wie Klima oder Gender verbreitet werden. Debunking wird von zahlreichen Projekten weltweit mitunter sehr erfolgreich praktiziert, zum

Beispiel durch AltNews (Indien), Mafindo (Indonesien) oder Africa Check (Südafrika). In der Regel werden diese Richtigstellungen dann nach ausführlichen Recherchen in umfassenden Gegendarstellungen veröffentlicht und verbreitet. Damit deuten sich allerdings auch die Herausforderungen dieser Methode an: Debunking ist aufwendig und zeitintensiv und zum Zeitpunkt der Gegendarstellung ist die eigentliche Falschinformation meist schon mehrere Tage alt. Und das, obwohl laut [Studie](#) Falschinformationen in den Sozialen Medien 90% ihres Engagements bereits am ersten Tag entfalten – viel zu schnell also, um dem mit Debunking nachzukommen.

Deutlich schnellere Wirkung hingegen können Fact-Checks entfalten, die, teils in wenigen Stunden durchzuführen, deutlich weniger Zeit in Anspruch nehmen. Hierbei werden Aussagen oder Meldungen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüft und mittels Bestätigung, Korrektur oder Ablehnung bewertet. Fact-Checks fördern die [Rechenschaftspflicht](#) von Personen in der Öffentlichkeit und halten dazu an, den Wahrheitsgehalt von Informationen zu prüfen, bevor sie veröffentlicht oder weiterverbreitet werden. Fact-Checks laufen nach journalistischen Standards ab, wie sie beispielsweise das [International Fact-Checking Network](#) des Poynter Instituts oder das [European Fact-Checking Standards Network](#) definiert hat.

Seit der ersten Kandidatur von Donald Trump 2016 hat sich Fact-Checking zu der weltweit meistgenutzten Methode im Kampf gegen Desinformation entwickelt. Der [Fact-Checking Zensus](#) des Duke Reporters' Lab

hat 2023 über 400 Institutionen weltweit gezählt, die in rund 69 Sprachen in über 100 Ländern der Welt im Fact-Checking aktiv sind. Und auch unsere eigene [Internationale Recherche](#), basierend auf Desktop-Recherche, Expert:innen-Interviews und [Workshops](#) auf fünf Kontinenten unterstreicht die Dominanz von Fact-Checking als Methode. Von insgesamt mehr als 230 registrierten Initiativen befassen sich mehr als die Hälfte mehr oder weniger ausführlich mit Fact-Checking.

Trotz dieser guten Beispiele aus aller Welt ist die Wirkung von Fact-Checking Gegenstand großer [Diskussionen](#). Von der [mentalen Belastung](#) der Fact-Checker:innen ganz zu schweigen, ist die Menge an Falschinformationen schlicht zu groß, zu langsam sind die Fact-Checks selbst und zu wenig messbare Wirkung entfalten sie. Und ein weiteres Problem rüttelt an der Methode Fact-Checking: Desinformationsakteur:innen kapern das Tool und veröffentlichen schlicht ihre eigenen „Fact-Checks“. Sich die vertrauenssteigernde Wirkung des Fact-Checking zu Nutze machend, lässt sich politische Polarisierung offenbar deutlich einfacher unters Volk bringen, wie der Fall von CheckYourFact.com zeigte, einem rechtskonservativen Fact-Checking Outlet des ehemaligen Fox News Hosts Tucker Carlson.

### **Follow the Money!**

Sind die Mittel also ausgeschöpft? Stehen wir der Flut an Desinformation demnach machtlos gegenüber? Hoffnung macht, dass der Blick in die internationale Akteurslandschaft Leerstellen offenbart, die es lohnt, genauer zu betrachten. So weist das bereits erwähnte

[globale Mapping](#) von Anti-Desinformationsinitiativen bei über 200 Einträgen lediglich vier Organisationen (Check My Ads Institute, Global Disinformation Index, Konspirátori, Sleeping Giants Brasilien) aus, die die Methode der Demonetarisierung als primäres Werkzeug im Kampf gegen Desinformation einsetzen.

Das ist insofern bemerkenswert, als dass sich Demonetarisierung im Ansatz grundsätzlich von allen bisher genannten Grundkonzepten unterscheidet, zielt es doch auf den Anreiz, der häufig überhaupt erst zur Verbreitung von Desinformation führt, nämlich das wirtschaftliche Interesse. Werden Social Media Accounts oder Websites als Quellen von Desinformation identifiziert, können Plattformen oder Hosts ihnen den Geldhahn zudrehen, indem sie die Werbeeinnahmen beispielsweise über Google AdSense trockenlegen.

Warum das eine sinnvolle Maßnahme sein kann, zeigt ein Blick auf die Zahlen: Die NGO Global Disinformation Index hat in einer [Studie](#) 20.000 Domains analysiert, die Desinformation verbreiten und rausgefunden: Ad-Tech Firmen haben dort Werbung in einem Wert von 235 Millionen US-Dollar platziert.

In einem System, dessen Erfolg an Klick- und Zugriffszahlen bemessen wird, lässt sich Desinformationscontent vergleichsweise einfach monetarisieren, wie kürzlich ein kollaborativer Artikel des [Centre for Media Pluralism and Media Freedom \(CMPF\)](#) und des [European Digital Media Observatory \(EDMO\)](#) herausgearbeitet hat, denn: diese Art von Content lässt sich schnell und

günstig erstellen und er wird von Plattformen häufig [priorisiert](#), weil unter dem Schutz freier Meinungsäußerung über Emotionalisierung, Kontroverse, Clickbait oder Dekontextualisierung hohe Reichweiten generiert werden. Zwar ist das nicht illegal, allerdings können Plattformen entscheiden, Maßnahmen einzuleiten und entsprechende Accounts dafür zu belangen – zum Beispiel, indem sie ihnen die Werbeeinnahmen vor-enthalten. Unproblematisch ist das allerdings nicht, zumal wenn Werbeeinnahmen ohne nachvollziehbare Begründungen geblockt werden. Schon 2018 kommt ein [Artikel](#) aus der SZ zum Schluss, dass „Demonetarisierung [...] das Schreckensgespenst unter den Profi-Youtubern“ sein würde, weil die mangelnde Transparenz derartiger Maßnahmen zum plötzlichen Entzug ganzer Existenzgrundlagen führen könne. Trotz vehementer [Forderungen](#) seitens EU-Kommissionsvize Věra Jourová, Demonetarisierungsmaßnahmen plattformseitig zu forcieren, zeigen sich die großen Plattformen aufgrund anhaltender Kritik, auch Seitens ihrer Content-Creator, entsprechend zurückhaltend, Demonetarisierungsmaßnahmen konsequent in die Tat umzusetzen.

### **Demonetarisierung hat viele Formen: Es braucht öffentlichen Druck**

Einige geben sich damit nicht zufrieden. Organisationen wie der Global Disinformation Index (UK), Sleeping Giants (Brasilien) oder Konspiratori (Slowakei) bewerten Websites oder Accounts mit hohen Reichweiten auf ihre Vertrauenswürdigkeit und die Verlässlichkeit der bereitgestellten Informationen. Stehen Accounts oder

Websites im Verdacht, Desinformation zu betreiben, wird dies öffentlich gemacht und Werbetreibende oder die Plattformen selbst dazu aufgefordert, dort keine Werbung mehr zu schalten oder die Einnahmen entsprechend zu blockieren. Schließlich möchten die allerwenigstens Marken durch dubiose Werbepartner in Verruf geraten.

Dass diese Methode der Demonetarisierung durch öffentlichen Druck ein durchaus scharfes Schwert ist, zeigt sich am eingangs dargestellten Beispiel der Jugendlichen von Veles eindrücklich: versiegt der Geldstrom, lohnt sich das Bespielen des jeweiligen Kanals häufig nicht mehr. Im Gegensatz zu vielen anderen Methoden geht Demonetarisierung damit über die reine Symptombekämpfung hinaus und kann, sofern erfolgreich, einen zentralen Treiber von Desinformation an der Wurzel packen und auf dem jeweiligen Kanal zu erliegen bringen. Die wissenschaftliche Forschung zur Methode der Demonetarisierung steckt allerdings noch in ihren Kinderschuhen und über anekdotische Evidenzen hinaus, so zum Beispiel die erfolgreiche Arbeit von [Sleeping Giants USA](#) gegen Breitbart News, können derzeit keine belastbaren Aussagen zu mittel- oder gar langfristiger Wirkungsweise der Methode vorgelegt werden.

### **Das Schweizer Taschenmesser gegen Desinformation gibt es nicht**

Wie sich zeigt, bietet der Werkzeugkasten gegen Desinformation kein einzelnes Tool, das selbst in individualisierter Anwendungsweise der ganzen Bandbreite

an Desinformation begegnen kann. Die gute Nachricht hierbei ist: das muss er auch nicht. Denn es kommt auf Komplementarität an.

Ein Informationsökosystem, das sich langfristig erfolgreich gegen Desinformation zur Wehr setzen will, muss auf Methodenpluralität und ein sinnvolles Ineinandergreifen unterschiedlicher Wirkungsmuster setzen. Denn viel hilft nicht zwangsläufig viel, wie der Blick auf Fact-Checking zeigt. Vielmehr sollten Methoden aufeinander abgestimmt sein, um es Desinformationen in ihren unterschiedlichen Phasen, sprich bereits vor seiner Erstellung (Media Literacy, Prebunking), aber auch nach seiner Verbreitung (Debunking, Fact-Checking oder zum Teil auch Demonetarisierung) möglichst schwer zu machen, ihre zerstörerische Wirkung zu entfalten.

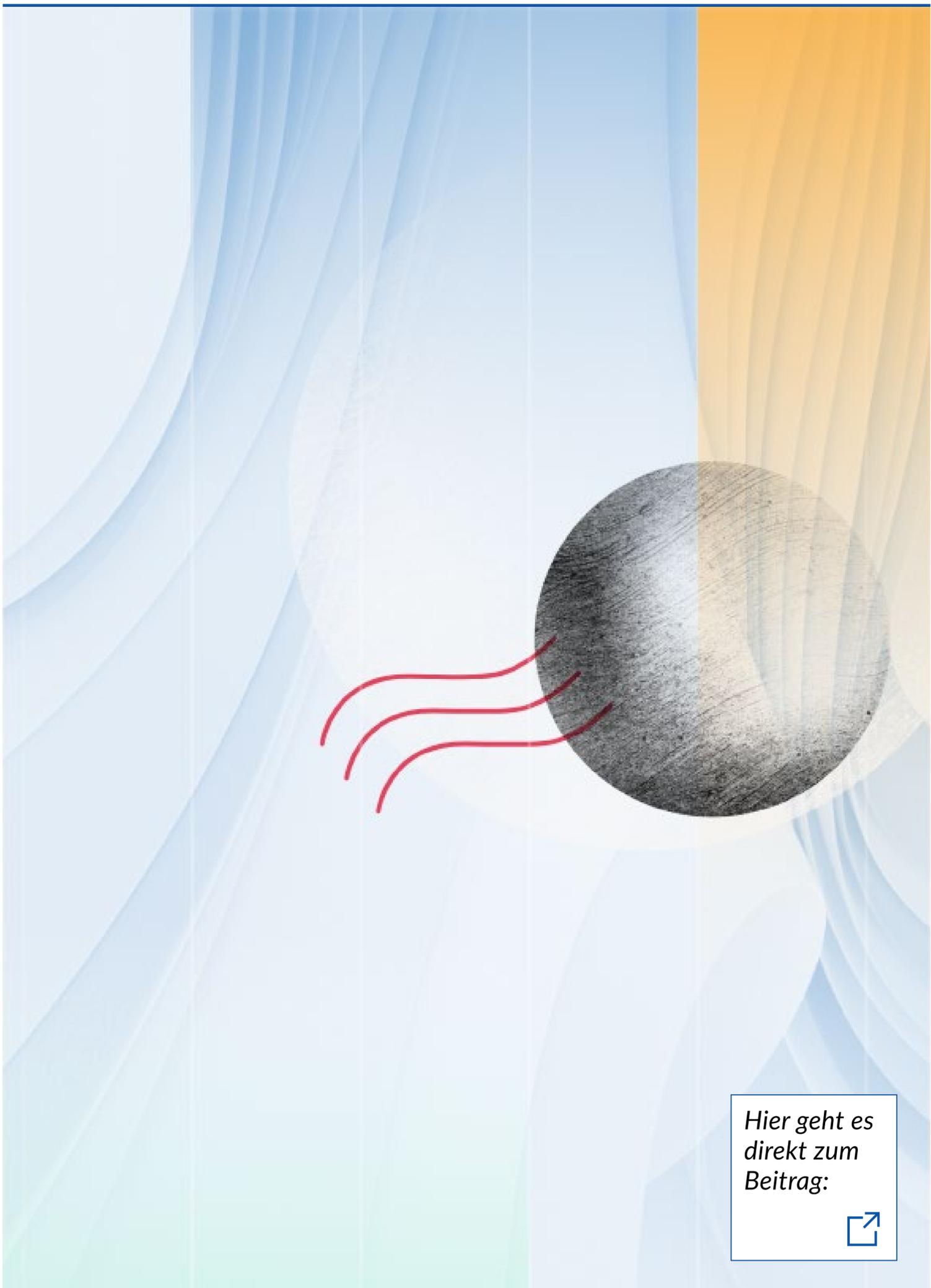
Die internationale Recherche zeigt, dass die Optionen hierbei noch nicht ausgeschöpft sind. Gerade Demonetarisierung tritt im internationalen Vergleich als Strategie zu Tage, die trotz ihrer potenziell großen Wirkkraft bis dato vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit erfährt und entsprechend wenig praktiziert wird. Dabei scheint es gerade diese Strategie zu sein, die aufgrund ihres Wirkungsansatzes in der Lage dazu ist, die Rentabilität von Desinformation empfindlich zu schwächen. Demonetarisierung adressiert eine Leerstelle in der bisherigen Praxis der meisten Anti-Desinformationsstrategien und sollte künftig deutlich stärker Anwendung finden als bisher.

*Hier geht es zum Überblick der globalen Initiativen:* [🔗](#)

4.

## Nachrichtenkompetenz: Stark gegen Desinformation

von Julia Tegeler



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



*Um Desinformation einzudämmen, ist die Nachrichtenkompetenz der Mediennutzenden entscheidend. Sie in der Bevölkerung zu stärken, erfordert mehr Anstrengungen als bisher. Niedrigschwellige und alltagsnahe Bildungsangebote – wie wir sie im Modellprojekt faktenstark erprobt haben – und eine engere Zusammenarbeit der Akteur:innen bieten gute Ansätze.*



### **Nachrichtenkompetenz: Warum sie wichtig ist und wo es hakt**

Wie gut Menschen die Qualität und Zuverlässigkeit digitaler Informationen beurteilen können, beeinflusst, welchen Inhalten sie vertrauen und auf welcher Grundlage sie sich eine Meinung bilden. Wer Desinformationen eindämmen will, sollte daher auch die digitale Nachrichten- und Informationskompetenz der Bürger:innen in den Blick nehmen. Sie umfasst ein Bündel an Fähigkeiten, die es ermöglichen an demokratisch-digitalen Öffentlichkeiten teilzuhaben: Wer nachrichtenkompetent ist, versteht, welche Rolle digitale Öffentlichkeiten für die Demokratie spielen und wie sie

funktionieren. Er oder sie ist in der Lage, den eigenen Informationsbedarf zu erkennen, digitale Informationen zu recherchieren und ihre Relevanz, Zuverlässigkeit und Intention zu beurteilen. Des Weiteren ist er oder sie fähig, sich inhaltlich mit den Informationen auseinanderzusetzen, sie weiterzuarbeiten, zu kommentieren oder zu teilen. In Deutschland, und anderen europäischen Ländern, ist die Nachrichtenkompetenz in der Bevölkerung eher gering ausgeprägt und variiert stark nach Alter, Bildungsniveau und Mediennutzungsverhalten. Auch politische Einstellungen und Werthaltungen beeinflussen, wie Nachrichten konsumiert und bewertet werden. Eine Studie der Stiftung Neue Verantwortung konstatiert, „dass Bürger:innen viel zu lange damit allein gelassen wurden, sich in immer komplexeren Medienumgebungen selbst zurechtzufinden.“ Zwar gibt es weltweit viele gute Initiativen und vielversprechende Ansätze zur Förderung digitaler Nachrichtenkompetenz, doch deren Wirkung bleibt oft begrenzt. Das hat mehrere Gründe:

- **Schwer erreichbare Zielgruppen:** Bestimmte Zielgruppen – wie Erwachsene im Allgemeinen, ältere Menschen, Personen mit geringer Bildung – sind schwer zu erreichen. Aus diesem Grund konzentrieren sich viele Angebote auf Kinder und Jugendliche, während Erwachsene noch oft vernachlässigt werden.
- **Begrenzte Ressourcen:** Die Bildungsarbeit leidet unter knappen Ressourcen, prekären Arbeitsbedingungen und oft zeitlich begrenzten Förderun-

gen. Dies erschwert die nachhaltige Etablierung bewährter Konzepte und schränkt ihre flächendeckende Anwendung ein.

- **Höhere Anforderungen durch digitale Öffentlichkeiten:** Digitale Öffentlichkeiten stellen höhere Anforderungen an die Medienkompetenz des Einzelnen, weil nutzergenerierte Inhalte professionell aufbereitete und geprüfte Informationen verdrängen. Nicht alle Informationen werden noch von Journalist:innen aufbereitet und eingeordnet. Stattdessen muss jede:r Mediennutzende selbst entscheiden, welche Informationen vertrauenswürdig sind, welche er oder sie glauben, konsumieren oder teilen will.
- **Unzureichende Konzepte:** Viele Bildungsangebote greifen konzeptionell noch zu kurz. Die Vermittlung von Skills zur Überprüfung und Bewertung von Informationen ist zwar wichtig. Damit Bürger:innen den demokratiegefährdenden Einflüssen von Desinformationen etwas entgegensetzen können, braucht es aber mehr: neben Strategien zur Selbsthilfe, auch technologische, soziale und kognitive Fähigkeiten sowie Demokratiekompetenz.

### Vier Handlungsfelder zur Stärkung von Nachrichtenkompetenz

Um diese Herausforderungen anzugehen, sollten Initiativen zur Stärkung digitaler Nachrichten- und Informationskompetenz vier Handlungsfelder stärker in den Blick nehmen.

## **1. Vielfältige und alltagsnahe Angebote schaffen, um möglichst viele Menschen zu erreichen**

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, braucht es vielfältige Bildungsangebote: von niedrigschwelligen Informationsveranstaltungen über Bildungsworkshops für eine breite Zielgruppe bis hin zu Digital Streetwork oder vertiefenden Schulungen für spezifische Gruppen. Die Angebote sollten alltagsrelevante Inhalte vermitteln und im Alltag stattfinden. Gerade schwer erreichbare Zielgruppen wie Geringgebildete, ältere Menschen oder Personen mit geringem Medienvertrauen können an Orten angesprochen werden, die sie regelmäßig besuchen, wie Gemeindezentren, Arbeitsplätze, Vereine oder Freizeitstätten. Die Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen, Arbeitgeber:innen, lokalen Initiativen oder Stadtbibliotheken ist entscheidend, um die Menschen im Alltag zu erreichen.

In unserem Modellprojekt faktenstark haben wir Workshops zum Umgang mit Desinformation an verschiedenen Orten durchgeführt. Wir waren in Berufsschulen, auf Bildungstagen im Freiwilligendienst, in Vereinen, Stadtbibliotheken, bei Gewerkschaften und Wohlfahrtverbänden und sogar im Brauhaus. Dadurch konnten wir unterschiedliche Zielgruppen erreichen: von Auszubildenden und Freiwilligendienstler:innen, über Mitarbeiter:innen von zivilgesellschaftlichen Organisationen, ehrenamtlich engagierten Bürger:innen, Lokalpolitiker:innen bis hin zu Renter:innen. Mittels eines modularen Konzepts haben wir die Workshops im zeitlichen Umfang und in der inhaltlichen Tiefe an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe angepasst. Mit

solchen niedrigschwelligen Bildungsangeboten können erfahrungsgemäß vor allem die vielen Menschen erreicht und gestärkt werden, die grundsätzlich Vertrauen in die Demokratie haben und sich fragen, was sie tun können, wenn sie im Internet oder im eigenen Umfeld auf Desinformationen stoßen.

Um Erwachsene im Allgemeinen zu erreichen, sollten entsprechende Bildungsangebote auch noch mehr in die berufliche Weiterbildung integriert werden. Das Programm des Business Council für Democracy ist dafür ein gelungenes Beispiel. Für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen und die Zielgruppe der pädagogischen Fachkräfte wiederum gibt es viele gute Materialien und Weiterbildungsangebote u. a. von Initiativen wie klicksafe, klickwinkel oder weitklick und auch unseren beiden faktenstark-Kooperationspartner:innen codetekt und Amadeu Antonio Stiftung.

## **2. Ressourcen bündeln, um Nachhaltigkeit und Reichweite zu verbessern**

Kollaboration kann eine Antwort auf begrenzte Ressourcen sein: Zahlreiche nationale und internationale Initiativen und Projekte verfolgen ähnliche Ziele und haben effektive Ansätze entwickelt. Und doch arbeiten sie oft parallel – unter anderem, weil im Arbeitsalltag die Zeit für Austausch und die Anbahnung von Kooperationen fehlt. Gerade aber durch eine stärkere Zusammenarbeit können Kräfte gebündelt und Synergien geschaffen werden. Erfolgreiche Ansätze könnten kombiniert, skaliert und nachhaltiger in bestehende Strukturen integriert werden. Durch ein koordiniertes

Vorgehen können Bildungseinrichtungen, zivilgesellschaftliche Organisationen und Initiativen, Medienunternehmen und politische Entscheidungsträger:innen jeweils ihre Stärken einbringen. Ziel sollte sein, mit vereinten Kräften und einem koordinierten Vorgehen wirkungsvolle Ansätze zur Stärkung von Nachrichtenkompetenz in die Breite zu tragen und sie nachhaltig in bestehenden Strukturen zu verankern. Bei faktenstark beispielsweise haben drei unterschiedliche Kooperationspartner:innen ihre Kräfte gebündelt. So konnten wir technisches Know How zur Entwicklung digitaler Tools wie unser Trust-O-Mat und unser Chat-Bot Klaro nutzen, aber ebenso medienpädagogisches Fachwissen und eine umfassende Expertise der politischen Bildungsarbeit. Für die Kommunikation des Projekts und die Umsetzung von Workshops konnten wir so zudem auf unterschiedliche Netzwerke zurückgreifen.

### **3. Strategien zur Selbsthilfe vermitteln, um Kompetenzen im Umgang mit Desinformationen zu stärken**

Mediennutzenden sollten Strategien vermittelt werden, mit denen sie im Alltag selbst die Vertrauenswürdigkeit von Informationen beurteilen und manipulative Inhalte erkennen können. Ansätze wie Trust-Checking und Prebunking sind hier vielversprechend. In unseren faktenstark-Workshops haben wir daher auch mit beiden Ansätzen gearbeitet, um die Teilnehmenden im Umgang mit Desinformation zu stärken. Trust-Checking ermöglicht es Mediennutzenden, anhand journalistischer Qualitätskriterien die Glaubwürdigkeit von Informationen schnell und möglichst objektiv zu bewerten. Dabei werden Aspekte wie Quellenangaben, Inhalt, Medium,

Zitate und visuelle Darstellungen überprüft. Mit unserem Trust-O-Mat von faktenstark kann man das Trust-Checking auch selbst an echten Beispielen ausprobieren und üben. Auch der Newstest der Bundeszentrale für Politische Bildung vermittelt nützliches Knowhow zum Bewerten und Prüfen von Informationen. Prebunking zielt darauf ab, Menschen über die Funktionsweisen von Desinformation im Vorfeld aufzuklären. Die Idee ist, Mediennutzende gegen Desinformationen „zu impfen“ und so eine Immunität aufzubauen, noch bevor sie mit konkreten Fällen in Berührung kommen. Dafür klärt Prebunking über typische manipulative Techniken und irreführende Narrative auf, so dass Menschen danach erkennen können, wenn Informationen auf solchen Narrativen basieren oder bestimmte rhetorische Muster enthalten. Wie wirksam Prebunking ist, wird noch diskutiert. Letztlich empfiehlt es sich auch in der Bildungsarbeit zum Umgang mit Desinformation auf Methodenvielfalt zu setzen und verschiedene Strategien zu vermitteln. Dies ist nicht nur Aufgabe von Bildungseinrichtungen oder zivilgesellschaftlichen Initiativen. Auch die Medien können einen wichtigen Beitrag leisten, indem sie journalistische Qualitätskriterien erklären und zeigen, wie sie Informationen recherchieren, prüfen und aufbereiten. Besonders vielversprechend sind kollaborative Ansätze, bei denen Akteure aus Medien, Bildung und Forschung zusammenarbeiten, wie beispielweise die Initiative „UseTheNews“ zur Förderung der Nachrichtenkompetenz im digitalen Zeitalter.

#### **4. Nachrichten- und Demokratiekompetenz zusammendenken, um echte Resilienz zu stärken**

Mediennutzenden Strategien zur Überprüfung und Einschätzung von Informationen zu vermitteln, ist ein wichtiger erster Schritt. Doch dies allein reicht nicht aus, um den demokratiegefährdenden Einfluss von Desinformation zu bekämpfen. Bildungsangebote sollten nicht nur Skills vermitteln, sondern auch zur Auseinandersetzung mit dem Thema „Desinformation“ anregen und ein Verständnis für das Ökosystem der Desinformation schaffen. Es gilt, die Strukturen, Ziele, Strategien und Wirkungsweisen von Desinformationen zu verstehen und die Gründe zu beleuchten, warum viele Menschen ihnen glauben. Dies ist auch ein zentraler Aspekt in der Bildungsarbeit in unserem Pilotprojekt faktenstark: In den Workshops vermitteln wir nicht nur konkrete Strategien zum Umgang mit Desinformation – wie Trust-Checking –, sondern betrachten Desinformation umfassender, insbesondere mit Blick auf die Demokratie.

Ein weiterer Aspekt, der in der Bildungsarbeit gegen Desinformation wichtig ist, ist die Förderung demokratischer Grundhaltungen und Kompetenzen. Dazu gehört die Bereitschaft, sich über Politik zu informieren, die Wertschätzung von Meinungsfreiheit, freien Medien und Journalismus, das Grundvertrauen in die Demokratie und die Toleranz gegenüber anderen Meinungen. Wer sich regelmäßig über politische Entwicklungen informiert, kann Falschinformationen leichter erkennen. Wer die Meinungsfreiheit schätzt, erkennt die Bedeutung vielfältiger Informationen an und setzt sich eher

mit unterschiedlichen Perspektiven auseinander. Dies hilft, voreilige Schlüsse zu vermeiden und Bestätigungsfehlern entgegenzuwirken.

Kurzum: Die Förderung von Nachrichtenkompetenz allein greift letztlich zu kurz. Es geht um die Stärkung von Demokratiekompetenz. Dies erfordert eine kontinuierliche und integrierte Bildungsarbeit und ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Neben den Bildungseinrichtungen sind hier Politik, Medien und Wirtschaft gefragt. Politiker:innen sollten nicht nur sachliche, faktenbasierte und faire Debatten führen, sondern gute Rahmenbedingungen für politische Bildung und demokratisches Engagement schaffen. Unternehmen können im Sinne von Corporate Democratic Responsibility Partizipation ermöglichen und Programme fördern, die kritisches Denken und gesellschaftliches Engagement unterstützen. Medien können über journalistische Formate aufklären („Was ist ein Kommentar?“, „Was zeichnet einen sachlichen Beitrag aus?“) oder journalistische Arbeitsweisen erläutern (Wie werden Nachrichten gesammelt, geprüft, präsentiert?). Diese Transparenz kann das Vertrauen in die Medien stärken und verdeutlichen, wie wichtig Qualitätsjournalismus für eine informierte Gesellschaft ist und dass er verlässlichere Informationen bietet als andere Quellen.

### Fazit

Informations- und Nachrichtenkompetenz in der digitalen Gesellschaft ist entscheidend, um die Verbreitung von Desinformationen zu bekämpfen und den demokratischen Diskurs zu stärken. Die aktuellen Heraus-

forderungen erfordern mehr Anstrengungen als bisher. Vielversprechende Ansätze dafür sind alltagsnahe und vielfältige Bildungsangebote, mehr Kollaboration, die Vermittlung von Selbsthilfe-Strategien und integrierte Ansätze, die Nachrichtenkompetenz als Bestandteil politischer Bildung verstehen.

*Mehr Informationen zu unserem Pilotprojekt sind hier zu finden:* [↗](#)



## 5. Plattformverantwortung durch unabhängige Forschung: Was ist, was fehlt, was kommen muss

von Cathleen Berger



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



*Der Schlüssel zum erfolgreichen Umgang mit Desinformation könnte darin liegen, Angriffe auf digitale Diskurse weniger anekdotisch und stärker kontinuierlich datenbasiert aufzuarbeiten. Klingt simpel, ist in der Praxis aber mit zahlreichen Hürden verbunden. Um gravierende Lücken zu füllen, braucht es in Zukunft eine zentrale Anlaufstelle für Wissens- und Datenmanagement.*

 **Data Knowledge Hub.**

### **Rolle und Grenzen von Monitoring sozialer Plattformen**

Im Januar 2024 deckte das Auswärtige Amt eine großangelegte Desinformationskampagne Russlands auf. Das Team der strategischen Kommunikation identifizierte über 50.000 Bot-Accounts, die automatisiert und sich wechselseitig verstärkend Falschinformationen über den Krieg in der Ukraine streuten. Seit 2022 entlarven das EU DisinfoLab, CORRECTIV und andere immer neue Fälle der sogenannten „Doppelgänger“-Kampagne, in welcher seriöse und weitreichendstarke Online-Angebote von Zeitungen wie Der Spiegel, Zeit

Online, Le Monde und andere täuschend echt kopiert und dann durch einzelne, manipulierte Inhalte und Desinformation ausgetauscht werden. Auch wenn die URLs der Seiten variieren, sind die Täuschungen oft nicht auf den ersten Blick erkennbar, so dass die vermeintlich „seriösen“, aber falschen Artikel auf Plattformen und in Messengern mitunter reichweitenstark weiterverteilt werden.

Aufgedeckt werden solche Angriffe durch das sogenannte Monitoring digitaler Diskurse, bei dem Posts, Interaktionen oder Trends auf Auffälligkeiten geprüft werden. Ohne dieses Monitoring würden zahlreiche Angriffe auf unsere Diskurse unentdeckt bleiben – eine große Gefahr für die Qualität und das Vertrauen in unser Informationsökosystem. In den letzten Jahren gab es einen sichtbaren Anstieg an zivilgesellschaftlichen Organisationen, die Monitoring nutzen oder nutzen wollen, um so konkreter Gestaltungsvorschläge für Plattformen zu unterbreiten und Gefahren einzudämmen. So divers die jeweiligen Kontexte, so ähnlich die Forderungen nach besserem, verlässlichem und leichterem Zugang zu Plattformdaten für unabhängige Forschung: Ob CeMAS, das Institute for Strategic Dialogue, Mozilla Foundation, Democracy Reporting International, Aos Fatos, Soch Fact Pakistan, Media Monitoring Africa oder die Coalition for Independent Tech Research. [Es gibt mittlerweile dutzende, wenn nicht hunderte Organisationen weltweit](#), die Monitoring in ihre Arbeit integrieren und helfen, Desinformationskampagnen besser zu verstehen und zu entschärfen.

Erfolge, wie die oben genannten, sind richtungsweisend – und doch sind sie nach wie vor Anekdoten. Aufklärungserfolge identifizieren einzelne Angriffe, können Botarmeen und Netzwerke aufzeigen oder für Muster in Desinformationsnarrativen sensibilisieren. Sie bleiben aber punktuell und sind in ihrer Reichweite und Geschwindigkeit strukturell begrenzt. Dies hat mehrere Gründe.

### **Ausgestaltung von Plattformen: Private Akteure mit öffentlicher Verantwortung**

Ein zentraler Grund liegt im Spannungsverhältnis zwischen Öffentlichkeit und privatwirtschaftlichen Plattformen. In der digitalisierten Öffentlichkeit finden mehr und mehr unserer gesellschaftlichen Diskurse auf sozialen Plattformen statt, die als private Akteure einen überproportionalen Einfluss auf unsere gelebten Wirklichkeiten haben. Damit geht selbstverständlich auch eine hohe Verantwortung einher – die in den letzten Jahren immer wieder und nachdrücklich von zahlreichen Expert:innen angemahnt und eingefordert wurde. Wo Plattformen in ihren Anfängen ihre Regeln für die Inhaltsmoderation an internen Geschäftsvorgaben ausrichteten, werden heute zahlreiche Entscheidungen entweder rechtlich vorstrukturiert, beaufsichtigt oder kritisch von außen beurteilt.

Der Druck verantwortungsvoll zu handeln, ist spürbar größer geworden. Gleichzeitig besteht das Machtungleichgewicht fort: Trotz neuer Auflagen und steigender Regulierung in zahlreichen Ländern dieser Welt ist unser Einblick in die Funktionslogiken und die Datensätze von

Plattformen weiterhin begrenzt. Auch deshalb ist die Bedeutung und die Notwendigkeit unabhängiger Forschung und Datenanalyse ein hochrelevantes Thema, das spätestens seit den Verhandlungen rund um das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act, DSA) intensiv, auch politisch, diskutiert wird.

Desinformationen gelten laut DSA als „systemische Risiken“ für die Demokratie. Der DSA verpflichtet die dominanten sozialen Plattformen, wie TikTok, YouTube, Facebook oder LinkedIn, Gefahren dezidiert entgegenzutreten. Plattformen sind angehalten, die Verbreitung von Desinformation zu unterbinden und ihre Dienste so zu designen und zu kuratieren, dass Risiken minimiert, Verletzungen nachverfolgt und Gegenmaßnahmen evaluiert werden können. Eine zentrale Rolle in der Umsetzung dieser Verpflichtungen spielen dabei zivilgesellschaftliche Organisationen und Wissenschaftler:innen. Diese sind Korrektiv, Frühwarnsystem und Impulsgeber:innen für eine gesunde Ausgestaltung digitaler Diskurse. Um diese Funktionen wahrnehmen zu können, benötigen zivilgesellschaftliche Akteur:innen Zugang zu Plattformdaten. [Dieser ist in Artikel 40 des DSA geregelt](#) – der bisher klarste Rahmen für den Datenzugang zu Forschungszwecken auf Plattformen.

### **Datenzugriff für Forschungszwecke: Datenschutz, Anwendbarkeit, Koordination**

Trotz des vermeintlich klaren Rechtsrahmens [treten in der Praxis Unstimmigkeiten und Unsicherheiten zutage](#). Für das Monitoring wird auf Daten zurückgegriffen, die die Plattformen ohnehin über ihre Nutzer:innen,

Informationsflüsse, Interaktionen oder die Wirkung von Designelementen sammeln. Auf Basis solcher Daten können beispielsweise Netzwerke visualisiert, die Viralität von einzelnen Posts nachverfolgt und Muster von „Kommentier-Bots“ und Pseudo-Accounts nachvollzogen werden.

Viele Plattformdaten sind aber auch sensibel, da sie zum Beispiel persönliche Informationen, individuelle Vorlieben oder Direktnachrichten zwischen Einzelnen enthalten. Datenschützer:innen äußern hier berechtigte Bedenken, wenn zu viele Daten gesammelt, gespeichert oder analysiert werden. Um Eingriffe in die Privatsphäre Einzelner und eine disproportionale Überwachung unserer digitalen Diskurse zu vermeiden, [sind daher strenge Vorgaben für die unabhängige Forschung notwendig](#). Das Bewusstsein für Datenschutz und die Sensibilität von Monitoring ist gerade bei zivilgesellschaftlichen Organisationen unterschiedlich hoch und variiert oft stark je nach Kontext, nationalen Rechts-traditionen und der Dringlichkeit bzw. dem Druck, dem sich zivilgesellschaftliche Akteur:innen in unterschiedlichen Ländern dieser Welt ausgesetzt sehen. Aufgrund mangelnder Ressourcen und/oder begrenzter Kapazitäten sind Datenschutz- und Ethikberatung bei zivilgesellschaftlichen Organisationen nicht immer institutionalisiert und oft müssen einzelne Analyst:innen viele Fragen eigenständig abwägen und entscheiden.

Zudem gibt es auch rechtliche Lücken mit Blick auf den obligatorischen Zugriff auf Plattformdaten. So können sich zum Beispiel Journalist:innen, nicht institutionell-

verankerte Forscher:innen und Forschungsverbände mit außereuropäischen Partner:innen nicht direkt auf den DSA berufen. Forschende außerhalb der EU greifen daher nicht selten auf kommerzielle Marketing-Tools oder Webscraping zurück, um Analysen durchzuführen. Dies ist rechtlich schwammig und analytisch begrenzt, sowohl mit Blick auf die Vergleichbarkeit von Ergebnissen als auch die Möglichkeiten, Daten zu filtern und methodisch sauber aufzubereiten.

Darüber hinaus zeigen unsere Recherchen und Gespräche mit Expert:innen, dass jede Organisation, jeder Forscher:innenverbund ihre Fragen, das Forschungsdesign und im Zweifel auch den jeweiligen Code für die Erfassung, Auswertung und Analyse von Plattformdaten neu erarbeitet. Das heißt, nur selten wird auf bestehendes Wissen aufgebaut und jede:r setzt das jeweilige Monitoring unabhängig voneinander auf. Hier präsentiert sich ein Henne-Ei-Problem: Einerseits sind die Kapazitäten und Kompetenzen von zivilgesellschaftlichen Organisationen zu begrenzt, um langfristige, rechtssichere und miteinander verzahnte Forschung auf Basis von Plattformdaten zu betreiben, so dass sie sich auf kleinere, anekdotische Monitoringvorhaben konzentrieren. Andererseits werden ihre Ressourcen und Wirkungshebel nicht zuletzt dadurch begrenzt, dass sie nicht auf bereits vorhandenes Wissen aufbauen und sich in ihrer Arbeit ergänzen, weil die Zeit und die Kapazitäten fehlen, um sich international und kontinuierlich zu vernetzen und auf dem Laufenden zu bleiben.

## Plattformen legen die Verpflichtung zum Datenzugang unterschiedlich aus

Eine weitere Hürde entsteht durch die fehlende Vergleichbarkeit zwischen den Plattformen und ihre Art die verschiedenen Rechtsvorschriften umzusetzen. Jeder Plattformanbieter setzt bestehende Rechtsvorschriften in seinem eigenen Interesse und Kontext um.

So waren die Meta-Plattformen, Facebook und Instagram, beispielsweise jahrelang über ein Tool namens „CrowdTangle“ für Forschende zugänglich. Organisationen aus aller Welt konnten sich bei Meta um Zugang zum Tool bewerben. Seit ca. 2 Jahren waren Anmeldungen nicht mehr möglich und jüngst kündigte Meta die Abschaltung des Tools an. Ein neuer Zugriffspunkt, der für die Umsetzung des DSA eingerichtet wurde, begrenzt den Zugriff auf Daten der letzten drei Monate und wurde von Erstnutzer:innen für seine limitierten Optionen kritisiert. So können zwar aktuelle Entwicklungen und größere Kampagnen beobachtet, nicht aber historische oder regionale Vergleiche gezogen und Muster analysiert werden. Die deutliche Kritik seitens der Zivilgesellschaft an der Abschaltung von CrowdTangle unterstreicht zum einen die hohe Relevanz von unabhängigem, verlässlichem Monitoring für ihre Arbeit, lässt aber auch erkennen, dass viele mit dem Erlernen und Einrichten neuer Zugriffspunkte kurzfristig aufgrund mangelnder Ressourcen und Kompetenzen überfordert sind.

TikTok und YouTube, die lange Zeit für Forschende nur auf Umwegen, z. B. durch Webscraping oder durch

[Datenspende-Methoden, einsehbar waren](#), richten auf Grundlage des DSA nach und nach ebenfalls Zugriffspunkte für Forschungswecke ein. Beide sind jedoch auf ihre jeweilige Art begrenzt. So erlaubt TikTok den Zugriff ausschließlich für Forscher:innen aus den USA und der EU, maximal 10 Forschende dürfen sich in einem Verbund zusammenschließen und [erste Erfahrungen deuten an](#), dass der Zugriff nicht verlässlich und an Stellen fehlerhaft ist. [YouTube stellt sein Daten-Forschungsprogramm zwar weltweit zur Verfügung](#), die schiere Menge an Daten und der tägliche Zuwachs sind allerdings so groß, dass langfristige, vergleichende Studien in der Regel keine ausreichenden Serverkapazitäten zur Auswertung haben, weshalb hier anekdotische Forschung besonders präsent ist. Die Kosten für Server- und Speicherkapazitäten für langfristige Forschung sind ohnehin, nicht nur, aber insbesondere für YouTube, für zivilgesellschaftliche Organisationen oft prohibitiv.

Da jede Plattform ihren eigenen Zugang definiert, sind Recherchen über mehrere Plattformen hinweg enorm schwierig und bisher nicht standardisiert oder harmonisiert. Analysen über die Verbreitung von Narrativen und Manipulationstaktiken über Plattformen hinweg und zwischen verschiedenen Netzwerken sind so praktisch kaum bis gar nicht möglich. Entertainment auf TikTok, Shopping auf Instagram, Nachrichten auf X oder Threads – das Nutzungsverhalten ist vielfältig und langfristige Effekte von Manipulationsversuchen können wir nur verstehen, wenn wir sie erforschen.

### Lücken, die es zu füllen gilt

Positiv ist: Wir wissen heute deutlich mehr über das Aufkommen von Desinformationen auf Plattformen als noch vor fünf Jahren. Und dennoch müssen bestehende Lücken dringend gefüllt werden, wenn wir über anekdotisches Wissen hinaus hin zu wirklich messbaren, evidenzbasierten Erfolgen im Umgang mit Desinformationen gelangen wollen.

Zusammengefasst lassen sich diese Herausforderungen festhalten:

1. Es fehlen standardisierte Zugriffe auf Plattformdaten. Da Plattformen privat organisiert sind, stellt jede ihre eigenen Regeln auf. Das behindert Forschung über mehrere Plattformen hinweg. Zudem sind Echtzeit-Analysen über verschiedene Regionen hinweg derzeit eng begrenzt bis nicht unabhängig möglich.
2. Journalist:innen, unabhängige Forscher:innen und insbesondere außereuropäische Forschung kommen derzeit zu kurz, was die Einordnung und Bewertung von systemischen Risiken auf sozialen Plattformen limitiert.
3. Die Kapazitäten und Kompetenzen der Zivilgesellschaft reichen aktuell noch nicht aus, um langfristige Analysen zu erstellen und damit evidenzbasierte Gestaltungsvorschläge für Plattformen zu unterbreiten. Fehlende Datenschutz- und Ethikaufsicht, zu wenig Trainingsangebote, mangelnde

Koordination und Weiterentwicklung von bereits existierender Forschung sowie der begrenzte Zugang zu Vergleichsdaten und die Kosten für ausreichende Server- und Speicherkapazitäten schränken die Wirkung von unabhängigem Monitoring signifikant ein.

Die Hürden sind groß, aber nicht unüberwindbar. Angesichts der hohen Relevanz von unabhängiger Forschung und Datenanalyse für unsere digitalisierte Öffentlichkeit kann und muss sich schnell etwas ändern.

### **Ausblick: Eine zentrale Anlaufstelle für Wissens- und Datenmanagement**

Viele Räder müssen hier ineinandergreifen: Rechtliche Nachbesserungen, Druck auf Plattformen ihre öffentliche Verantwortung auch durch harmonisierte Forschungszugänge wahrzunehmen und eine Stärkung und Aufstockung zivilgesellschaftlicher Organisationen, um ihrer Rolle als Korrektiv und Impulsgeber:in gerecht zu werden. Politische Entscheider:innen, Technologieunternehmen und Philanthropie sind gefordert.

All diese Lösungen brauchen aber auch eine verstärkte Koordination der Forschenden und deutlich mehr geteiltes Wissen, um nachhaltig und vertrauensvoll digitale Diskurse gesünder gestalten zu können. Das Bewusstsein für die Notwendigkeit und der Wille allein werden hier nicht ausreichen. Stattdessen braucht es eine zentrale Anlaufstelle für Wissens- und Datenmanagement für unabhängige Forschung zu digitalen Diskursen.

Eine solche (Service-) Einrichtung müsste auf drei Ebenen als Hub fungieren:

1. als Wissensquelle, die u. a. Templates für rechtliche und ethische Fragen rund um Forschungsfragen, Datensammlung, -auswertung und -speicherung zur Verfügung stellt;
2. als Datenmanagerin, die Methoden und Ansätze für das Monitoring aufbereitet und als wissenschaftliche Treuhänderin bereinigte, vorkodierte Daten auf gemeinschaftlich genutzten Serverkapazitäten für Forschungszwecke bereithält; und
3. als Sprachrohr, die die Erfahrungen von Monitoring-Organisationen aus aller Welt sammelt und gebündelt gegenüber Plattformanbietern und politischen Entscheider:innen vertritt, um künftige Verbesserungen anzumahnen.

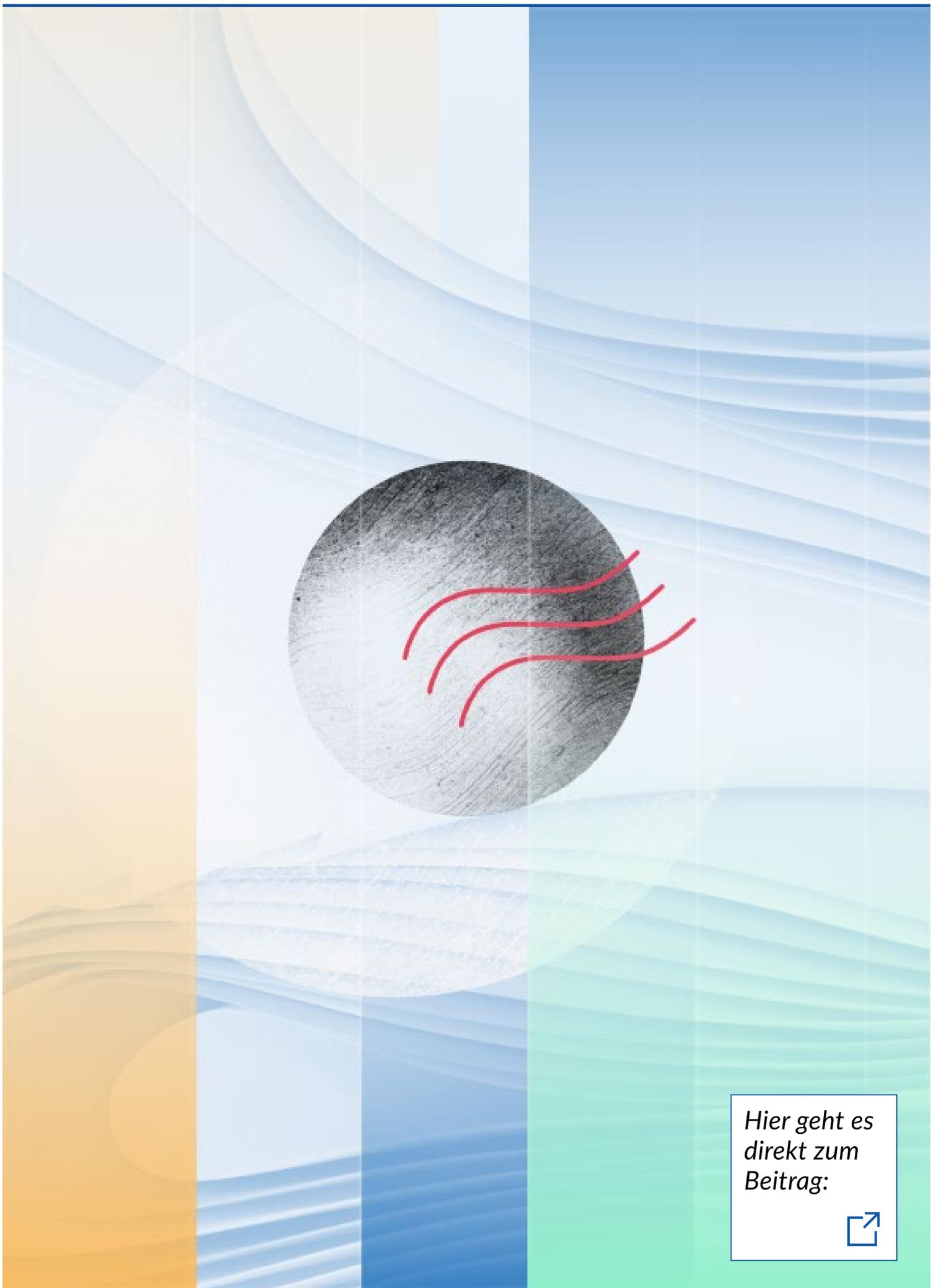
Mit dem [Data Knowledge Hub](#) für die Erforschung digitaler Diskurse haben wir einen ersten Piloten für eine Wissensdatenbank lanciert. Die Weiterentwicklung und Vernetzung dieses Konzepts muss und wird uns in Zukunft beschäftigen.

*Der Data Knowledge Hub ist hier zu finden:* [↗](#)



## 6. Democracy by Design: Wie dezentrale Alternativen zu einem besseren Social Media Ökosystem beitragen können

von Charlotte Freihse



*In der heutigen digitalen Diskurslandschaft dominieren privatwirtschaftliche Social-Media-Plattformen – die inzwischen auch zunehmend reguliert werden. Für nachhaltige Veränderung braucht es jedoch mehr: Das demokratisierende Potenzial von dezentralen Netzwerken sollte daher unbedingt stärker in den Blick genommen werden.*



Ein gesunder digitaler Diskurs ist ein wesentlicher Bestandteil für Meinungsbildung, Austausch und Information in demokratischen Gesellschaften. Derzeit findet dieser Diskurs im digitalen Raum jedoch an privatisierten Orten statt, wobei die Macht über Regeln und Rahmenbedingungen in den Händen weniger, nicht gemeinwohlorientierter Unternehmen, konzentriert ist. Der Großteil der Regulierung dieses Raumes konzentriert sich auf die Macht der dominanten Plattformen, wie Instagram, TikTok und Co. Und das ist wichtig, denn die entsprechenden Gesetze – [insbesondere das Gesetz über digitale Dienste auf EU-Ebene \(DSA\)](#) – erhöhen die Transparenz und führen eine Reihe neuer

Kontrollinstrumente ein. Eine Demokratisierung von Plattformen, die Interessen von Bürger:innen direkter mit einbezieht, findet aber nicht statt. Dafür braucht es andere Ideen.

Eine oft diskutierte ist die von Plattformräten, die dafür sorgen, mehr Partizipation und Inklusivität in die Gestaltung des digitalen Raumes zu bringen. Konkret bedeutet sie die Einbindung von Personen außerhalb des Unternehmens, um Grundrechte und Werte auf den Plattformen stärker zu integrieren und zu kontrollieren (vgl. [Berger et al.](#); [Kettemann et al.](#); [Riedel; Pietron und Haas](#)). Das [Oversight Board von Meta](#) ist ein erstes Umsetzungsbeispiel und sicher ein Schritt in die richtige Richtung, während viele andere Plattformen noch zögern, vergleichbare Governance-Mechanismen einzuführen. Am Beispiel des Meta Oversight Boards zeigt sich aber auch die Schwierigkeit „demokratische“ Elemente in ein privatwirtschaftliches Unternehmen zu integrieren: Das Board hat nur begrenzte Macht, denn es kann nur Empfehlungen geben, welche nicht bindend sind. Dasselbe gilt für die [Ressourcenausstattung](#): Es kann nur wenige Fälle bearbeiten, während [Millionen Moderationsentscheidungen](#) (Stichworte Superwahljahr, nicht-englischsprachige Inhalte) anstehen, wodurch der Einfluss auf die Plattformen gering bleibt. Zudem fehlt es an Transparenz, insbesondere bei Algorithmen, was langfristige systemische Änderungen erschwert. Plattformräte – so gut die Idee ist – stehen in der Praxis vor noch weiteren Herausforderungen: Es besteht die Gefahr, dass staatliche Regulierungsbehörden geschwächt und Verantwortlichkeiten

diversifiziert werden. Zudem erfordert die Umsetzung demokratischer Rückbindung erhebliche Ressourcen, einschließlich der Schaffung von Anreizen für weniger privilegierte Gruppen, um eine konstruktive Beteiligung zu fördern (weitere Informationen finden sich in [unserer gemeinsam mit weiteren Expert:innen durchgeführte Analyse](#)).

**Also was dann? Ist das alles oder wie könnte ein digitaler Raum mit weniger Monopolisierung und Machtungleichgewichten aussehen? Und was bedeutet das für Nutzer:innen?**

Die Nutzer:innen sind im aktuellen Social Media Ökosystem mit wenig Handlungs- und Entscheidungsspielraum ausgestattet: Sie haben eingeschränkte Wahlfreiheit über Plattformen, unzureichenden Schutz ihrer persönlichen Daten und mangelnde Transparenz über die Architektur und das Design ihrer genutzten Plattformen. Regulierung kann dies nur teilweise lösen. Wie könnte ein für Nutzer:innen demokratischeres Social Media Ökosystem aussehen? Und was wäre notwendig, damit Nutzer:innen dieses Potenzial auch ausschöpfen können?

Hier sind vier Ideen von dezentralen Plattformen, die für eine Demokratisierung des Social Media Ökosystems sorgen könnten:

- **Datensouveränität und Datenschutz:** Die Kontrolle über persönliche Daten ist ein zentraler Aspekt auf dezentralen Plattformen. So erlauben beispielsweise viele Instanzen aus dem Fediverse

kein Tracking von Dritten, d.h. Nutzer:innen können je nach Wahl der Instanz hier die Kontrolle über ihre persönlichen Daten zurückerlangen. Dies steht im Gegensatz zu zentralisierten Plattformen, die große Mengen an Nutzerdaten sammeln und oft ohne Zustimmung der Nutzer:innen weiterverwenden. Dezentrale Beispiele wie Mastodon und Diaspora zeigen, dass dies die Souveränität der Nutzer:innen stärkt und das Risiko von Massenüberwachung und Datenmissbrauch verringert. Gleichzeitig müssen Nutzer:innen die Bedeutung dessen aber verstehen und wissen, wo und wie sie ihre Daten managen können, denn es gibt auch dezentrale Alternativen, bei denen das Sammeln von Daten und ihre Auswertung für Werbung möglich ist, [siehe Metas dezentrale Plattform Threads](#). Mehr Macht fordert also auch mehr Verantwortung und Kompetenz. Für die dezentralen Plattformen bedeutet diese Form der Datensouveränität, dass sie neue Finanzierungsmodelle brauchen. Eine denkbare Möglichkeit ist ein Abo-Modell, welches allerdings eine Bereitschaft der Nutzer:innen erfordert, mit Geld, statt mit eigenen Daten zu bezahlen.

- **Unabhängigkeit von dezentralen Instanzen:** Dezentrale Plattformen wie Mastodon ermöglichen es Nutzer:innen und/oder Gruppen, eigene Server zu betreiben, was die Möglichkeit zentraler Kontrolle und Zensur durch eine einzelne Organisation minimiert. Dies ist nicht nur für individuelle Nutzer:innen, sondern auch für Medienschaffende und andere Institutionen spannend, die Informati-

onen in den Diskurs einbringen möchten. Um diese Möglichkeit ausschöpfen zu können, braucht es allerdings enorme Ressourcen – Serverkosten und Ressourcen für z. B. Content Moderation auf der einen Seite und technische Kenntnisse zur Einrichtung und Verwaltung dieser Server auf der anderen. Um zu vermeiden, dass nur ressourcenstarke Akteur:innen das Feld betreten, braucht es Unterstützung und Anleitungen für marginalisierte und ressourcenschwache Akteur:innen. Finanzierungsmodelle für dezentrale Plattformen sollten dies berücksichtigen.

- **Entscheidungsfreiheit und Diversifizierung durch Interoperabilität:** Offene Protokolle fördern Innovation und Wettbewerb, da Nutzer:innen weniger von den Änderungen und Gegebenheiten auf Plattformen abhängig sind. Dies kann die Entwicklung neuer Funktionen und Dienste begünstigen, die besser auf die Bedürfnisse der Nutzer:innen zugeschnitten sind. [PeerTube ist ein Beispiel](#), das Nutzer:innen ermöglicht, ihre eigenen Video-Hosting-Instanzen zu betreiben und so eine diversifizierte Landschaft von Video-Inhalten schafft, die nicht durch die Monopolstellung einer einzelnen Plattform wie YouTube eingeschränkt wird. Interoperabilität ermöglicht es Nutzer:innen, Plattformen leichter zu verlassen und bietet kleineren Plattformen und Servern größere Chancen genutzt zu werden. Dies führt zu mehr Diversität und Pluralität im Angebot. Für geprüfte Nachrichteninhalte, also Inhalte von traditionellen Medien könnte

dies allerdings auch bedeuten, dass eigene Inhalte unter Umständen noch größere Schwierigkeiten haben im Informationsangebot zu Nutzer:innen durchzudringen und in der Breite sichtbar zu sein. Das heißt: Gedanken, in welcher Form Qualitätsinformationen, vor allem diese von etablierten Medien, auf dezentralen Plattformen unterstützt werden können sind notwendig.

- **Mitbestimmung und Selbstverwaltung:** In dezentralen Netzwerken haben Nutzer:innen oft mehr Mitspracherecht in der Gestaltung und Verwaltung der Plattform. Partizipative Governance-Modelle ermöglichen den Nutzer:innen, Einfluss auf Regeln, Moderationsrichtlinien und technische Entwicklungen zu nehmen. [Plattformen wie Mastodon, die partizipative Governance-Modelle](#) nutzen, oder Konzepte, wie ein [Marktplatz der Algorithmen auf der dezentralen Plattform BlueSky](#), schaffen ein demokratischeres und nutzerzentriertes Umfeld. Gerade diese Form von Beteiligung könnte – in einem interoperablen Ökosystem – zu Plattformbindung seitens der Nutzer:innen führen. Notwendig sind hierfür allerdings klare und zugängliche Governance-Strukturen sowie Engagement und Beteiligung der Nutzer:innen an Entscheidungsprozessen.

### Was jetzt getan werden muss

Unsere Recherchen der letzten zwei Jahren haben (wiederholt) großes Potenzial aufgezeigt: wer Resilienz und gesunde digitale Diskurse in durchwachsenden demokratischen Zeiten fordert, muss Taten walten lassen

und Verantwortung übernehmen. Und ein Hebel dies zu tun ist Ansätze für die Neugestaltung unseres Social Media Ökosystems zu entwickeln und zu implementieren. Bloße Regulierung bestehender Plattformen reicht nicht mehr aus – es ist an der Zeit dezentrale Alternativen zu fördern, um den Konzentrationstendenzen in der Plattformökonomie etwas entgegenzusetzen. Für politische Entscheider:innen bedeutet das konkret: Geld in die Hand zu nehmen und diese Entwicklungen aktiv zu fördern, indem sie gezielt dezentrale Alternativen unterstützen und Rahmenbedingungen schaffen, die den Aufbau eines demokratischeren und diverseren Social-Media-Ökosystems ermöglichen.

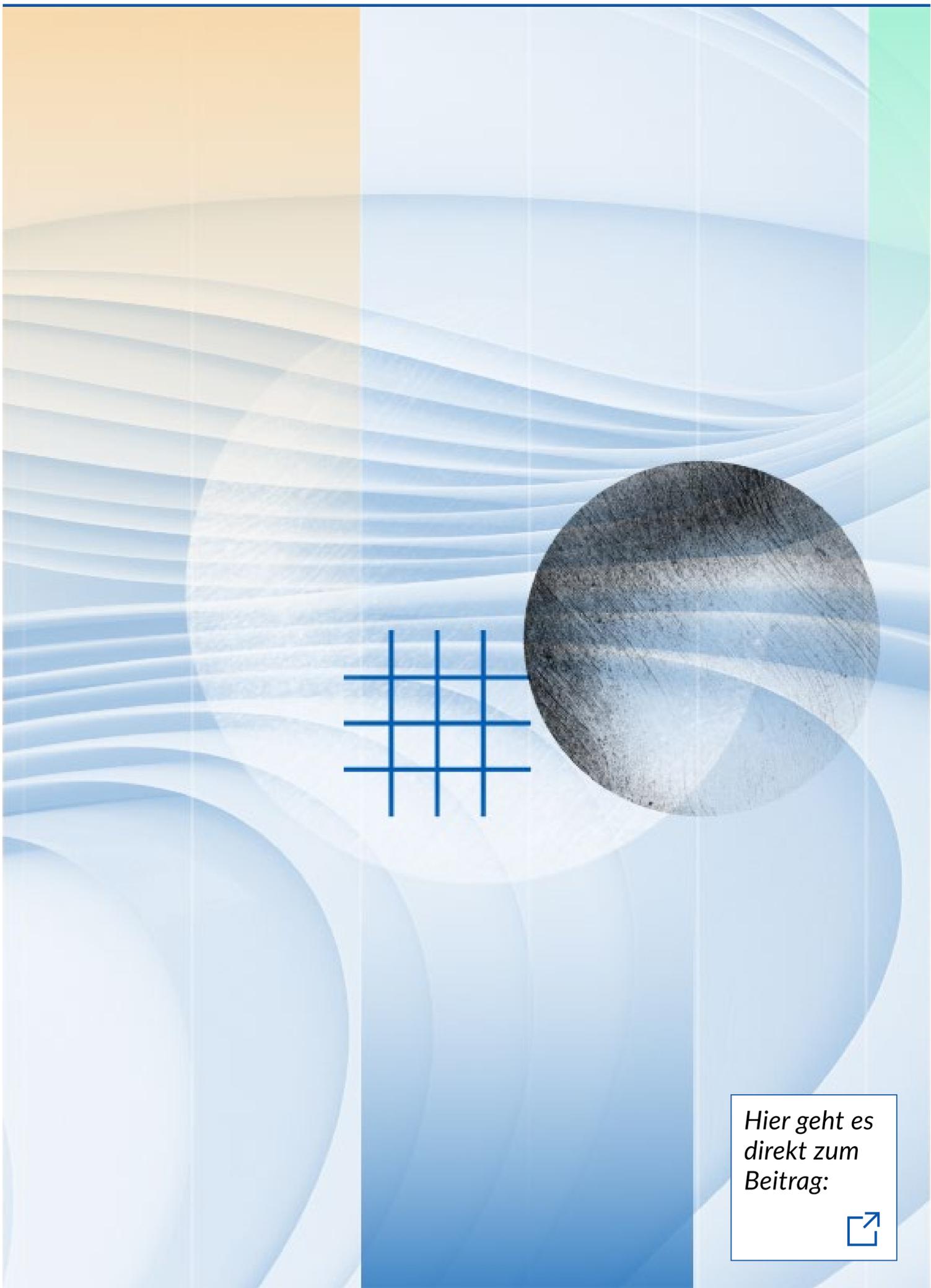
*Hier geht es zu unserer Impulsserie:* [↗](#)



7.

## Die Utopie(n) der digitalen Diskursräume

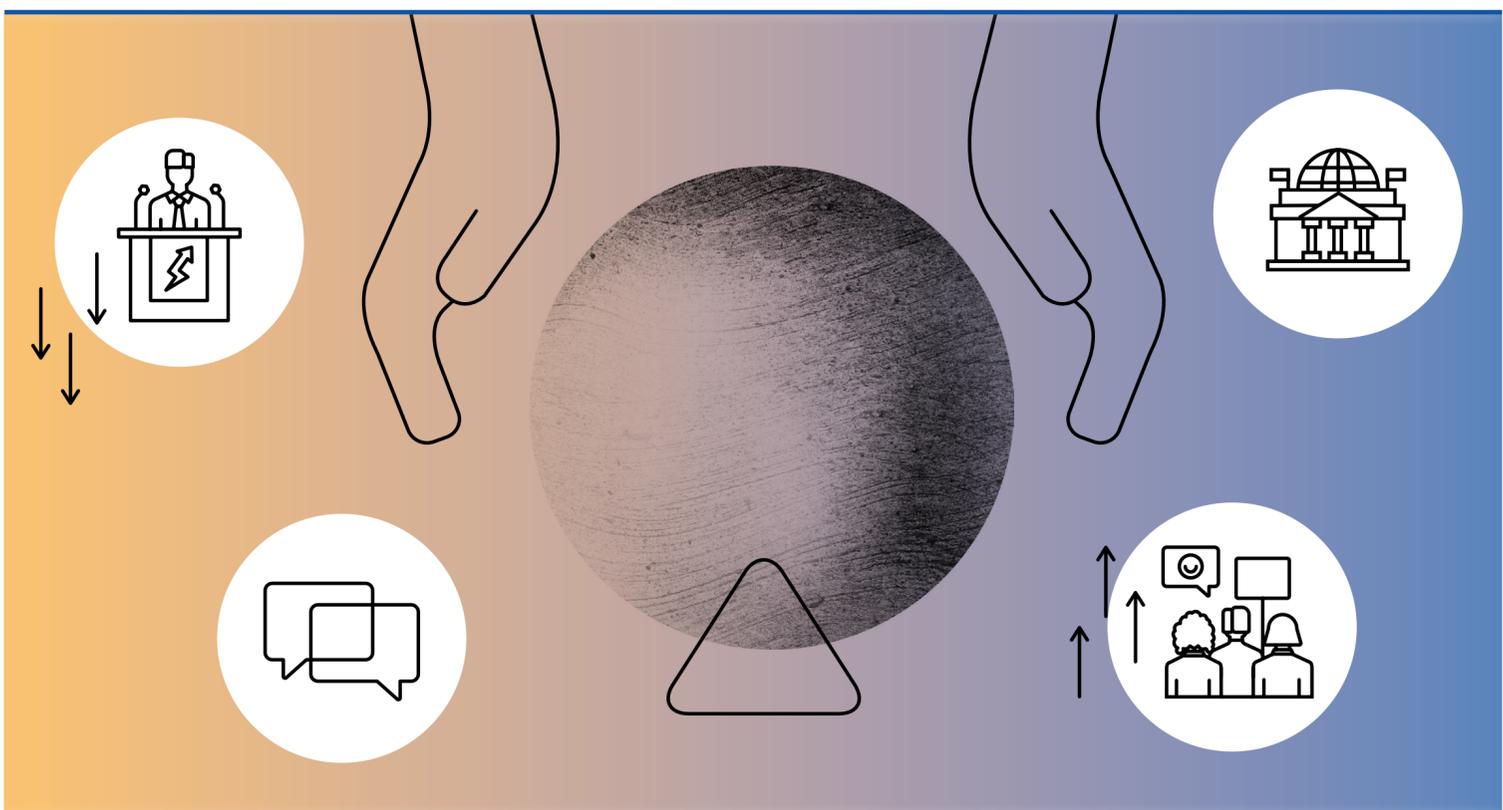
von Kai Unzicker



Hier geht es  
direkt zum  
Beitrag:



*Die digitale Öffentlichkeit war ein Versprechen. Sie sollte Austausch, Vernetzung und Verständigung mit sich bringen. Nach gut zwei Jahrzehnten mit sozialen Medien und mitten in einem KI-Hype ist die Ernüchterung groß: Polarisierung, Hass und Desinformationen haben die digitalen Diskursräume geflutet. Aber was können wir tun, um sie zu heilen? Nach zwei Jahren Upgrade Democracy zeigen wir hier die Wege auf, die zu gesunden digitalen Diskursräumen führen können.*



Die anfängliche Hoffnung war groß: Durch die globale Vernetzung und den Zugang zu Informationen sollte eine Ära der Vernunft und Verständigung anbrechen. Und ja, digitale Kommunikation hat die Welt tatsächlich verändert und immer wieder bewiesen, dass sie das Potential besitzt, diese Hoffnungen zu erfüllen. Hätte es den Arabischen Frühling, #MeToo, #MashaAmini oder FridaysForFuture ohne eine globale digitale Öffentlichkeit, mit sozialen Medien und Messenger-Diensten, in dieser Form jemals gegeben? Wie schnell könnten wir

uns über das Wissen der Welt informieren, ohne die Hunderttausenden Freiwilligen, die es jeden Tag in die Wikipedia eintragen – kostenlos, mehrsprachig und in ständiger kritischer Reflexion? Wie viele Prüfungen und Do-it-yourself-Reparaturen würden misslingen, ohne die Unterstützung aus unzähligen YouTube-Videos? Keine Frage, die digitalisierte Welt hat auch ihre guten Seiten.

Während das 20. Jahrhundert von Massengesellschaften geprägt war, in denen Massenmedien (few-to-many) massenpolitisch wirksam waren, erleben wir im 21. Jahrhundert eine Ära der digitalen, individualisierten, dezentralen Onlinekommunikation, in der jede zugleich Sender:in und Empfänger:in sein kann (many-to-many). Diese radikale Demokratisierung der Öffentlichkeit hat zu mehr Sichtbarkeit und Ermächtigung zuvor marginalisierter Gruppen geführt. Doch zugleich hat sie auch eine Radikalisierung der demokratischen Öffentlichkeit nach sich gezogen. Wo jeder eine Stimme hat und über Verstärker verfügt, entsteht selten ein harmonischer Chor, sondern meist eine Kakophonie unterschiedlicher Lieder und Stimmlagen. Die Unmittelbarkeit der Kommunikation in sozialen Medien fördert Affekte und Verzerrungen, die sich viel stärker durchsetzen als in traditionellen, redaktionell kuratierten Medien.

Digitale Kommunikation und digitale Öffentlichkeit, vor allem verstanden als die Öffentlichkeit der gewinnorientierten Social-Media-Plattformen und ihrer Logik der Aufmerksamkeitsökonomie, erscheint somit

zunehmend dysfunktional und demokratiegefährdend. Aber muss das so sein? Was wäre eine realistische Vorstellung davon, wie eine digitale Öffentlichkeit gestaltet sein könnte, die leistungsfähig ist, Menschen verbindet, konstruktive Diskurse ermöglicht und zu mehr Verständigung, statt zu mehr Spaltung beiträgt? Es ist offensichtlich, dass es hierbei nicht darum gehen kann, die Utopie eines rationalen, herrschaftsfreien sowie zivilisierten digitalen Diskurses zu realisieren. Zu sehr haben die letzten zwei Jahrzehnte gezeigt, wie schwierig dies ist. Jedoch, was wäre eine wünschenswerte Verbesserung des aktuellen Zustands, die mit den tatsächlich vorhandenen Akteuren (Unternehmen, politischen Institutionen, Nutzer:innen) zu erreichen wäre? Eine genaue Problemanalyse ist notwendig, um am Ende aufzuzeigen, welche Maßnahmen geboten sind, um diese Verbesserung herbeizuführen.

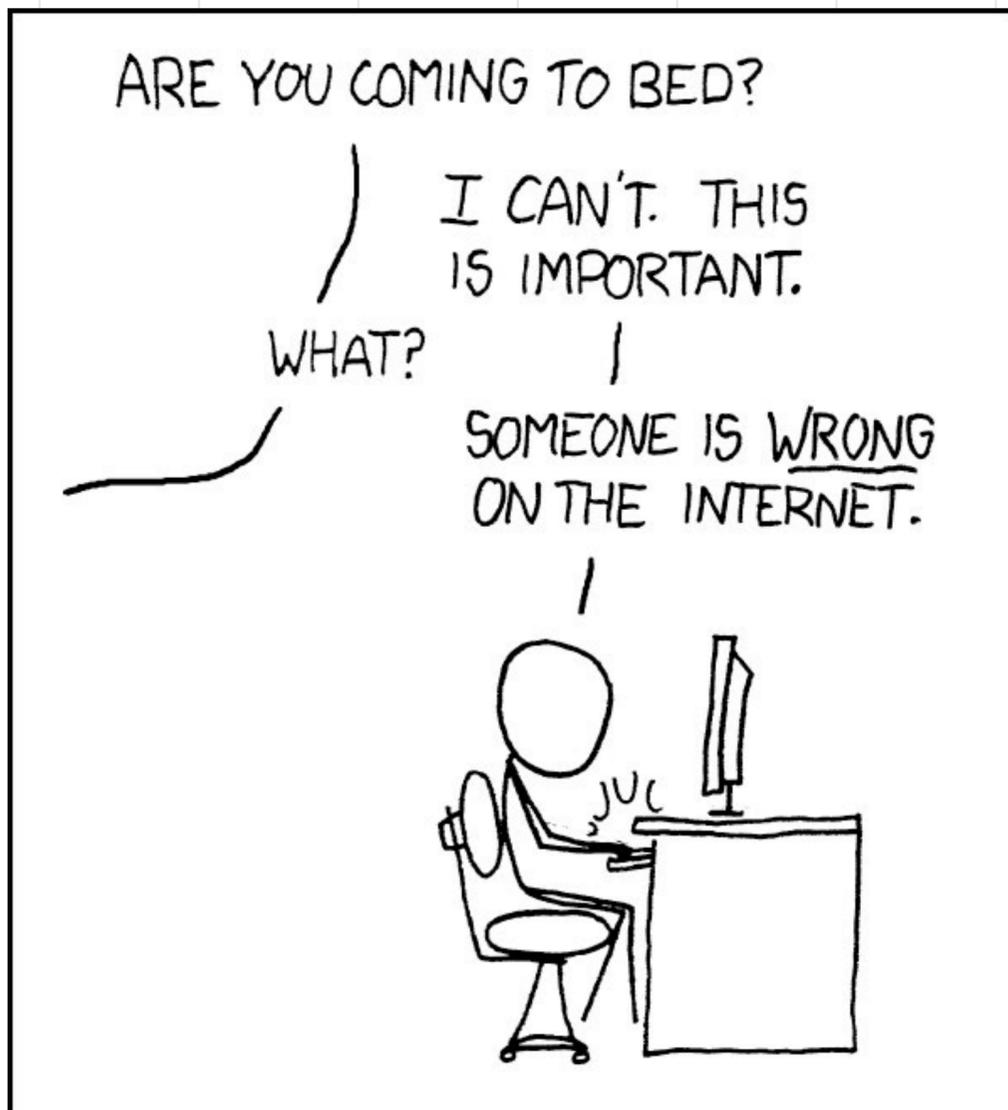
### **Die Akteur:innen – Das Informationsökosystem ist aus dem Gleichgewicht**

Es wäre zu einfach, die Schuld an der Misere des digitalen Diskurses leichtfertig einer oder einem einzelnen Akteur:in zuzuschreiben. Verantwortlich sind weder allein das Gewinnstreben der Big-Tech-Konzerne, die die Kommunikationsplattformen betreiben, noch die Politik, die das vermeintliche „Neuland“, trotz ständiger Beteuerungen, es sei kein rechtsfreier Raum, einfach nicht in den Griff bekommt. Auch autoritäre Regime oder Extremist:innen im In- und Ausland tragen nicht allein die Schuld am Zustand des digitalen Diskurses. Ebenso wenig liegt es allein an der menschlichen

Psyche, die zwangsläufig zu den schlimmsten Verwerfungen in der Online-Kommunikation führt.

Tatsächlich ist es das toxische Zusammenspiel all dieser Akteur:innen, mit ihren jeweiligen Intentionen, Handlungen, Reflexen und Mechanismen, das den aktuellen Zustand erzeugt. Das Informationsökosystem, also all jene Teile, die nur gemeinsam existieren können und den öffentlichen Diskursraum erzeugen, befindet sich in einer Dysbalance. Für Tech-Unternehmen ist die Zeit, die Nutzer:innen auf ihren Plattformen verbringen, geldwert. Darum haben sie ihre Algorithmen auf dieses Ziel hin optimiert. Im Newsfeed reiht sich ein Beitrag an den anderen, neuen Inhalten werden nach Vorlieben vorgeschlagen, und das Versprechen lautet stets, hinter jedem Wischen oder Klicken warte die bessere Unterhaltung, die größere Überraschung, die neuere Nachricht oder der skandalösere Aufreger. Es ist wie mit zuckersüßen Leckereien oder fettigen Chips: Hat man einmal angefangen, fällt es schwer, aufzuhören. Nur geht es hier um Emotionen, nicht um Zucker oder Fett. Alles, was Emotionen auslöst, funktioniert. Mag der Mechanismus an sich schon problematisch sein, so wäre es fast egal, wenn es nur um Spaß, Unterhaltung oder Sex ginge. Aber – und damit wären wir bei skrupellosen und mitunter böswilligen Akteur:innen, die den Mechanismus schnell verstanden und für ihre Zwecke genutzt haben – Angst, Wut, Neid und Gier funktionieren als Treibstoff in den sozialen Medien noch viel besser.

**„Someone is wrong on the internet“ oder 90, 9, 1**  
Unter diesen Bedingungen ist Verständigung, zivilisierter Austausch oder konstruktive Debatte schwer möglich. Es ist jedoch eine Illusion zu glauben, dass der digitale Diskurs die gesamte öffentliche Meinung abbildet. Eine Zeitlang gab es den Reflex, aus den Trending-Topics bei Twitter (heute X) oder einzelnen Postings ein allgemeines Stimmungsbild herauszudeuten. Vermutlich jedoch war das in Online-Communities gängige 90, 9, 1-Schema zutreffender. Auch wenn jeder das Potenzial hat, aktiv an der digitalen Öffentlichkeit teilzunehmen, machen nur die wenigsten davon Gebrauch. Der Daumenregel nach sind 90 Prozent der Nutzer passiv. Rund 9 Prozent beteiligen sich aktiv, durch Kommentare oder Formen des standardisierten Engagements wie Liken, Teilen usw. Für die eigentlichen Inhalte sind aber nur sehr wenige, etwa 1 Prozent der Nutzer:innen verantwortlich. Diese haben oft eine klare Position. Ein berühmtes Meme von XKCD zeigt dies treffend: Die 1 Prozent Inhaltsproduzent:innen und die 9 Prozent, die interagieren, tun dies meist aus dem Impuls der starken Zustimmung oder – womöglich häufiger – der vehementen Ablehnung heraus. Das Meme zeigt ein Strichmännchen, das nicht schlafen gehen will, weil es noch wichtige Dinge zu tun hat – „Someone is wrong on the internet.“



[Quelle: <https://xkcd.com/386> Creative Commons, Attribution-NonCommercial 2.5 License]

Dies führt dazu, dass Diskussionen in den sozialen Medien oder den Kommentarbereichen von Nachrichtenwebsites eher polarisieren und den Konflikt befeuern, statt durch den Austausch von Argumenten konstruktiv zu wirken. Artikel, Postings, Videos und Kommentare erhalten mehr Aufmerksamkeit, je stärker sie eine emotionale Reaktion auslösen. Die Debatten erscheinen dadurch online polarisierter, konfliktreicher und emotionaler, als sie gesamtgesellschaftlich und analog geführt werden.

## Weniger Berichterstattung und ganz viel Meinung

Wer unter diesen Bedingungen Reichweite erreichen will, ob als private:r Nutzer:in, halb- oder vollprofessioneller Content-Creator oder als Medienunternehmen,

kann auf Zuspitzung, Emotionalisierung und kontroverse Meinung setzen. Aus dem Potenzial, umfassende transparente Informationen und Hintergründe zu erfahren, wird schnell die Realität der meinungsstarken Kommentierung und Einordnung. Dabei geht auch oft das Maß dafür verloren, was tatsächlich Fakten und was Meinungen sind. Lautstark wird dann für Meinungsfreiheit getrommelt, und damit ist häufig aber nur gemeint, ungestört und ohne Widerspruch behaupten zu dürfen, was man will: etwa dass Chlorbleiche gegen Covid hilft, dass Wirtschaftseliten die Bevölkerung austauschen wollen oder dass der Klimawandel eine Lüge sei.

### **Gespaltener Nachrichtenkonsum?**

Vom Trend zu meinungsstarken und emotionalen Inhalten sind auch redaktionelle Medien nicht ausgeschlossen. Traditionell hat der Journalismus mit all seinen Standards und ethischen Regeln vornehmlich die Aufgabe, aus der unendlichen Menge an berichtenswerten Dingen auszuwählen, was wichtig und was unwichtig ist. Dazu gehört seit jeher auch die Einordnung und Deutung der Lage der Welt in Kommentaren und Meinungsstücken. Aber je mehr auch Redaktionen und Verlagshäuser unter Druck geraten, desto mehr sind sie verleitet, der Logik der Aufmerksamkeitsökonomie zu folgen. Clickbait, Emotionalisierung und immer stärkere Zuspitzung sind die Folge. Zwar sind diese Phänomene im Journalismus nicht neu (Stichwort „Boulevard“), aber sie breiten sich dennoch immer weiter aus. Und dort, wo es gelingt, erfolgreich Digitalabos zu verkaufen, findet der hochwertige Qualitätsjournalismus, der nun auf eine solide Finanzierung angewiesen

ist, hinter Paywalls statt. So droht eine zusätzliche Spaltung zwischen denen, die sich redaktionell kuratierte Nachrichten leisten können, und jenen, die sich mit kurzen Schnipseln und dubiosen Websites arrangieren müssen. Für einige nationale oder gar internationale Qualitätsmedien wird es mit Sicherheit auch in Zukunft tragfähige Geschäftsmodelle und interessierte Konsumenten geben, aber ob dies in der Breite der Lokal- und Regionalmedien gelingt, bleibt offen.

Der nächste Schritt: KI-generiert und personalisiert  
Während Nachrichtenmedien noch nach Wegen der ökonomischen Verwertung ihrer Inhalte im Internet suchen, sind Tech-Unternehmen hier bereits einen Schritt weiter. Statt den journalistischen Angeboten Reichweite zu bieten, spielen sie mit Mitteln und Wegen, nachrichtlichen Inhalt unmittelbar weiterzugeben. KI kann ihren Nutzer:innen personalisierte Nachrichten – je nach Interesse, Wohnort oder Tageszeit – direkt in die Timeline oder Suchanfrage spielen. Woher die Informationen stammen, ob sie von Journalisten recherchiert wurden und ob man dabei die gleichen Nachrichten oder denselben Spin erhält wie die eigene Nachbar:in, lässt sich kaum noch nachvollziehen. Zumal den algorithmisch gesteuerten sozialen Medien der soziale Aspekt sukzessive abhandenkommt. Es ist somit weniger das eigene Netzwerk, das die Weltsicht prägt, sondern an die Stelle einer Vielzahl journalistischer Gatekeeper droht nun eine kleinere Anzahl technologischer Gatekeeper zu treten, die Nachrichten und Informationen vermitteln und dabei womöglich weniger an deren gesellschaftlichem Wert als an deren Geschäftspotenzial

interessiert sind. Hier droht eine weitere Gefahr für den Zustand des öffentlichen Diskurses.

Wie der digitale Diskursraum beruhigt werden kann All das bedeutet jedoch nicht, dass nichts getan werden könnte. Der aktuelle Zustand der digitalen Öffentlichkeit ist das Ergebnis eines komplexen Zusammenspiels verschiedener Akteure, und hier können auch Änderungen angreifen. Ein zentraler Schritt wäre, die Plattformbetreiber, die diese digitalen Räume in weiten Teilen beherrschen, stärker in die Pflicht zu nehmen. Plattformen müssen reguliert und die Regeln, unter denen sie ihre Algorithmen einsetzen, transparent und überprüfbar gemacht werden. Der europäische Digital Services Act liefert hierfür die ersten Werkzeuge. Dies allein wird aber nicht ausreichen. Es braucht weitere politische Maßnahmen, um den Einfluss von Desinformation, gezielter Polarisierung und böswillige:r Akteur:innen zurückzudrängen. Dies könnte durch die Unterstützung von unabhängigen Faktenchecker:innen und Bildungseinrichtungen geschehen, die Medienkompetenz fördern.

Auch die Medien selbst sollten Verantwortung übernehmen. Dazu gehört, sich auf ihre ethischen Standards zu besinnen und widerstandsfähig gegen die Verlockungen der Aufmerksamkeitsökonomie zu bleiben. Journalistische Qualität darf nicht dem schnellen Klick geopfert werden. Letztlich müssen auch die Nutzer:innen selbst Verantwortung tragen. Es ist wichtig, kritisch zu hinterfragen, welche Inhalte wir konsumieren und wie wir selbst zur Qualität des Diskurses beitragen.

Diese Maßnahmen sind zwar nicht erschöpfend, aber sie stellen wichtige Schritte dar, um den digitalen Diskursraum zu stabilisieren. Sie erfordern ein Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft – denn nur gemeinsam kann es gelingen, den digitalen Raum zu einem Ort des Austauschs, der Verständigung und der demokratischen Teilhabe zu machen.

Denn eines ist klar: Eine Demokratie braucht eine Öffentlichkeit, in der kritischer Diskurs und politischer Streit möglich sind. Zugrunde geht sie aber, wenn die Öffentlichkeit von Hass, Verschwörungstheorien und gezielter Manipulation geflutet ist.

### Zum Weiterlesen und Vertiefen

- *Digital Turbulence: Challenges facing Democracies in Times of Digital Turmoil* [↗](#)
- *Social Media and Democracy. The State of the Field and Prospect for Reform* [↗](#)
- *Truth Decay and National Security. Intersections, Insights, and Questions for Future Research* [↗](#)
- *Generative Artificial Intelligence and Political Will-Formation* [↗](#)
- *Digital Discourses and the Democratic Public Sphere 2035* [↗](#)



## Impressum:

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh,  
September 2024

Bertelsmann Stiftung  
Carl-Bertelsmann-Straße 256  
33311 Gütersloh

### Verantwortlich für das Konzept:

Cathleen Berger

Co-Lead Upgrade Democracy

[cathleen.berger@bertelsmann-stiftung.de](mailto:cathleen.berger@bertelsmann-stiftung.de)

[upgradedemocracy.de](http://upgradedemocracy.de)

Autor:innen sind in den einzelnen Kapiteln  
angeführt.

Design:

nach morgen, Köln