

Unterrichtsmaterial zur aktuellen Lage / Stand: 10.02.2025

RAPID

RESPO

NSE



FAKE NEWS, HASS UND KLIMAKRISE

Folgen aktueller Big-Tech-Entwicklungen in den USA
Verstehen, Einordnen, Handeln

Big Tech, Social Media und KI – Aktuelle Entwicklungen in den USA und deren Folgen



Eine Studie aus dem Jahr 2023 fand heraus, dass für knapp ein Drittel der Menschen in Deutschland unter 30 Jahren die Angebote sozialer Medien wichtigste Quelle für Informationen zum aktuellen Zeitgeschehen sind.

» Aus großer Macht folgt große Verantwortung« – dieses Sprichwort wird häufig dann zitiert, wenn über jüngste Entwicklungen rund um die Social-Media-Plattformen der großen Digitalkonzerne berichtet wird: Meta und X stellen das Faktenchecken in den USA ein, Meta lockert Regeln gegen Hassrede, und viele Big-Tech-Unternehmen verzeichnen trotz Klimakrise steigende Treibhausgasemissionen. Gleichzeitig profitieren polarisierende Politiker:innen von öffentlicher Unterstützung sowie teils auch großen Spenden von Digitalkonzernen und deren Managern. Die Macht der Tech-Milliardäre wächst und stellt Demokratie und Gesellschaft vor Herausforderungen.

Kurz nach Beginn der zweiten Amtszeit von Donald Trump als US-Präsident im Januar 2025 erklärte das Social-Media-Unternehmen Meta, Faktenchecks auf seinen Plattformen wie Facebook und Instagram in den USA einzustellen. Meta kündigte Verträge mit professionellen Faktenchecker-Organisationen, was auch eine bedeutende Kostenersparnis für das Unternehmen mit sich bringt. Stattdessen soll nun die Meta-Community in den USA, also die Gemeinschaft der Plattform-Nutzer:innen, darüber entscheiden, ob Aussagen wahrheitsgemäß sind oder nicht.

Meta begründete den Schritt damit, dass mit der Zeit zu viele Inhalte überprüft wurden, die die Menschen als legitime politische Rede und Debatte verstünden. Auch Faktenchecker-Expert:innen, so Meta, hätten, wie jeder Mensch, ihre eigenen Vorurteile und Sichtweisen. Die Moderation sei zu fehlerhaft und gefährde die freie Meinungsäußerung.

Gleichzeitig wurden die Regeln gegen Hassrede auf US-Meta-Plattformen gelockert. Zum Beispiel strich Meta mit der Aktualisierung seiner Richtlinien vom 7. Januar 2025 den Abschnitt, der zuvor die Bezeichnung von Frauen »als Haushaltsgegenstände oder Eigentum oder Objekte im Allgemeinen« ausdrücklich verbot. Des Weiteren erlaubt Meta den Plattform-Nutzer:innen in den USA nun explizit, dass homosexuelle oder transgeschlechtliche Personen als psychisch krank und abnormal diffamiert werden dürfen.

Auch in den Unternehmen selbst sind ähnliche Entwicklungen zu beobachten. So fahren Meta und Amazon derzeit ihre Diversity-Programme zurück oder stellen sie sogar komplett ein. Diese hatten einmal den



Laut Bundeslagebild „Geschlechtsspezifisch gegen Frauen gerichtete Straftaten“ aus dem November 2024 stieg die digitale Gewalt gegen Mädchen und junge Frauen im Jahr 2023 um 25% gegenüber dem Vorjahr.

Social Media und künstliche Intelligenz

Abbau von Diskriminierung und die Förderung von Chancengleichheit in den Unternehmen zum Ziel.

Entwicklungen, die eine Verbreitung von Fake News, gefälschten Bildern und Videos – sogenannten Deepfakes, Hatespeech und diskriminierenden Inhalten über Social Media in den USA förderten, ließen sich bereits in den vergangenen Jahren beobachten. So wurde 2022 von Donald Trump eine eigene Social-Media-Plattform namens Truth Social gegründet. Im gleichen Jahr übernahm Elon Musk die Social-Media-Plattform Twitter, benannte sie in X um und entließ viele Mitarbeiter:innen, die für die Entfernung extremer Inhalte zuständig waren und gegen Hass- und Gewaltaufrufe auf der Plattform vorgingen.

Seither gab es laut dem US-amerikanischen Center for Countering Digital Hate einen massiven Anstieg auf der Plattform X an Hass gegen Frauen, gegen People of Color, gegen Homosexuelle, gegen muslimische und jüdische Menschen.

Die Deregulierung, also der Wegfall von Regeln, auf den Social-Media-Plattformen, geht einher mit der schnellen technischen Weiterentwicklung von künstlicher Intelligenz (KI). Soziale Netzwerke setzen zunehmend auf KI, um Inhalte basierend auf den Interessen und dem Verhalten der Nutzer:innen zu personalisieren. So lassen sich Dauer und Anzahl der Plattformbesuche durch die Nutzer:innen und damit auch die Werbeeinnahmen der Plattformbetreiberfirmen erhöhen.

Plattformen betreibende Big-Tech-Unternehmen wie Meta, X, Microsoft oder Google bauen so ihre Marktmacht und Dominanz auch in neuen Technologiebereichen wie der KI weiter aus. Kurz nach seiner Amtseinführung hob Trump ein von seinem Vorgänger Joe Biden erlassenes Dekret auf, wodurch eine Reihe von Schutzmaßnahmen gegen KI-Risiken hinfällig wurde.

Big Tech und die Klimakrise

Eine Folge des schnellen Wachstums im Bereich der KI sind die steigenden Kohlendioxid-Emissionen der Branche. Entsprechend veröffentlichten viele Big-Tech-Unternehmen derzeit steigende Zahlen im Hinblick auf Treibhausgas-Emissionen, obwohl deren Senkung vor dem Hintergrund der Klimakrise dringend notwendig wäre.

KI-Modelle verbrauchen beim Training und dann insbesondere bei der Nutzung durch Milliarden von Nutzer:innen sehr viel Energie. So wird der allgemeine Energieverbrauch für Rechenzentren in den nächsten Jahren aufgrund von KI erheblich ansteigen. Laut Internationaler Energie Agentur (IEA) könnte sich der Strombedarf der Rechenzentren bis 2026 verdoppeln. Dieser zusätzliche Energiebedarf entspräche etwa dem jährlichen Stromverbrauch Deutschlands.

Microsoft und Google haben angekündigt, diesen Energiebedarf statt aus 100 Prozent erneuerbaren Energien auch mit fossilen Energieträgern decken zu wollen, was die Klimakrise weiter verstärken wird.

Neben dem Strombedarf steigen auch die Wasserverbräuche für die Kühlung der Rechenzentren. Der Microsoft-Nachhaltigkeitsbericht 2024 zeigt einen Anstieg des Wasserverbrauchs um 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist insbesondere im Kontext der Klimakrise ein erhebliches Problem in Regionen mit extremer Trockenheit.

Doch nicht nur die ressourcenintensive Infrastruktur der Big-Tech-Unternehmen wirkt dem Klimaschutz entgegen. Das gesellschaftliche Engagement gegen die Klimakrise braucht einen konstruktiven Diskurs auf Basis von wissenschaftlichen Fakten und einer von unabhängigen Medien informierten Öffentlichkeit. Die derzeitige Konzentration von Medienmacht verbunden mit mangelnder Bekämpfung von Fake News fördert Desinformation bei Naturkatastrophen und die Leugnung des menschengemachten Klimawandels.

Big Tech: Einfluss und Nähe zur politischen Macht

Die heutige Social-Media-Welt wird von sehr wenigen Unternehmen, deren superreichen Inhabern und/oder Top-Managern bestimmt. Fast alle Big-Tech-Milliardäre haben Zugriff auf selbst entwickelte Kommunikationskanäle mit sehr großer Reichweite oder haben sich diese gekauft. Tesla- und SpaceX-Gründer Elon Musk besitzt die Plattform X, Mark Zuckerbergs Meta betreibt Facebook, Instagram, Threads und WhatsApp, Google-CEO Sundar Pichai verantwortet neben Suchmaschine und Chrome-Browser auch die Video-Plattform Youtube und Microsoft-CEO Satya Nadella kaufte das soziale Netzwerk LinkedIn. Auch Amazon-Gründer Jeff Bezos zählt zu den reichsten und einflussreichsten US-Tech-Milliardären. Neben dem Internethandel gehört auch der marktführende Rechenzentrumsbetreiber Amazon Web Services (AWS) zu Bezos' Unternehmen und seit dem Jahr 2013 außerdem die traditionsreiche amerikanische Tageszeitung Washington Post.



Tech-Milliardäre bei der Amtseinführung von Donald Trump: Mark Zuckerberg (l.), Jeff Bezos (M.), Sundar Pichai (2.v.r.) und Elon Musk (r.)

Die enorme Reichweite und der enorme Reichtum der Tech-Milliardäre machen diese zu äußerst einflussreichen Akteuren in der US-amerikanischen Politik. Derzeit ist die enge Zusammenarbeit zwischen Elon Musk und dem amerikanischen Präsidenten ein prominentes Beispiel für die wechselseitigen Beziehungen zwischen Big Tech und der Politik. Unternehmer Musk spendete mehr als 250 Millionen Dollar (rund 236 Millionen Euro) für den Wahlkampf des Präsidentschaftskandidaten Trump. Dies zahlte sich in mehrfacher Hinsicht für Musk aus, denn direkt nach der Wahl Trumps stieg die Aktie von Musks Unternehmen Tesla und machte den Unternehmer auf einen Schlag 21 Milliarden Dollar reicher. Ebenso erhielt Musk von Präsident Trump eine wichtige Beraterrolle für die Senkung von Regierungsausgaben.

Neben den Unternehmen Meta, Google, Microsoft und Amazon unterstützen weitere Big-Tech-Milliardäre die Feierlichkeiten zur Amtseinführung Donald Trumps mit hohen Summen – so zum Beispiel OpenAI-CEO Sam Altman und Apple-CEO Tim Cook. Sie alle spendeten 1 Million Dollar, und einige von ihnen saßen während der Amtseinführung in den ersten Reihen – vor Trumps designierten Minister:innen.

Kurz vor der Amtsübergabe richtete sich der scheidende Präsident Joe Biden mit einer Abschiedsrede an die Nation und warnte seine Landsleute vor einer Oligarchie der Superreichen: »Heute nimmt in Amerika eine Oligarchie extremen Reichtums, extremer Macht und extremen Einflusses Gestalt an, die buchstäblich unsere gesamte Demokratie, unsere Grundrechte und Freiheiten und eine faire Chance für jeden, voranzukommen, bedroht.« Eine Oligarchie (aus dem Griechischen: Herrschaft von wenigen) beschreibt eine Staatsform, in der eine kleine Gruppe von Personen einen Staat beherrscht.

Tech-Einflussnahme außerhalb der USA

Verschiedene politische Konflikte um Social-Media-Plattformen reichen weit über die Grenzen der USA hinaus.

Streitfall TikTok

TikTok und die chinesische Konzernmutter ByteDance stehen in den USA wegen ihrer Nähe zur chinesischen Regierung unter Spionageverdacht. Daher verabschiedete der US-Kongress 2024 ein Gesetz, das ByteDance dazu verpflichtete, sein US-Geschäft bis zum 19. Januar 2025 zu verkaufen. Das Unternehmen kam dieser Verpflichtung nicht nach und stellte TikTok am 19. Januar 2025 in den USA offline. Präsident Trump reagierte unmittelbar nach seiner Amtseinführung am 20. Januar 2025 und gab per Erlass TikTok in den USA weitere 75 Tage, um eine Lösung für den Konflikt zu finden. Es bleibt unklar, ob die chinesische Regierung einem Verkauf (und damit der Herausgabe von Algorithmen) zustimmen wird. Trump hat kürzlich ein Joint-Venture zwischen den USA und China ins Spiel gebracht, nachdem er während seiner ersten Amtszeit noch ein Verbot von TikTok in den USA gefordert hatte. Der amerikanische Präsident äußerte sich ebenso positiv zu einem möglichen Kauf des TikTok US-Geschäfts durch Elon Musk. Dieser hat wiederum erhebliche geschäftliche Interessen in China: In Shanghai steht ein großes Werk des von ihm geführten Elektroauto-Herstellers Tesla.



Auch in der Europäischen Union (EU) machte TikTok jüngst Schlagzeilen. Im Zusammenhang mit der später annullierten Präsidentenwahl in Rumänien am 24. November 2024 hat die Europäische Kommission ein Verfahren gegen die Onlineplattform eröffnet. Es soll geprüft werden, ob der chinesische Konzern bei Wahlen ausreichend gegen die Einmischung von ausländischen Akteur:innen vorgeht.

Regulierung von Big Tech in Australien und Europa

Normalerweise greift der Staat rechtlich ein, um eine zu starke Dominanz einzelner Unternehmen zu verhindern oder zu regulieren. Bei der Regulierung der Big-Tech-Unternehmen geschah lange wenig, bis 2024 weitreichende Gesetze in Australien und in der EU in Kraft traten. So verpflichtet das australische Gesetz die Plattformbetreiberfirmen eine Alterskontrolle einzuführen, die unter 16-Jährigen die Nutzung von Social Media verwehrt. Gesetzesziel ist der Schutz des Wohlergehens von Kindern und Jugendlichen.

In der EU trat im November 2022 das Gesetz über digitale Dienste (englisch: Digital Services Act – DSA) in Kraft. Nach einer Übergangsfrist gilt dieses seit Februar 2024 vollumfänglich und verpflichtet die Big-Tech-Unternehmen auf dem europäischen Markt, gegen Desinformation, illegale Inhalte und Hassrede vorzugehen. Ebenso gibt es mittlerweile Regulierungen zu digitalen Märkten (Digital Markets Act – DMA) sowie für den Einsatz von KI (den EU Artificial Intelligence Act – EU AI Act).

Die Big-Tech-Unternehmen müssen gemäß DSA analysieren, welche Risiken im Zusammenhang mit illegalen Inhalten bestehen: Gibt es Gefahren für die Grundrechte wie Meinungsfreiheit, Medienfreiheit und Pluralismus? Können Inhalte diskriminieren? Ist der Verbraucher:innen-schutz gewährleistet? Bestehen Risiken für Kinderrechte, die öffentliche Sicherheit oder Wahlprozesse? Die Plattformen müssen diese Risiken nicht nur ermitteln, sondern auch Maßnahmen gegen bestehende Risiken ergreifen. Im Gegensatz zu den jüngsten Entwicklungen in den USA ist die Situation in Europa eine andere: Hier können die Social-Media-Unternehmen wegen des DSA nicht einfach den Faktencheck abschaffen.

Wegen Missachtung des Gesetzes führt die EU seit 2023 ein Verfahren gegen Elon Musks Unternehmen X. Musk kritisierte den DSA aufgrund der dadurch entstehenden Mehrkosten und des gesteigerten Verwaltungsaufwandes für sein Unternehmen scharf. Auch der amerikanische Vizepräsident J.D. Vance äußerte sich in der Sache. In einer Wahlkampfrede drohte er den EU-Staaten bezüglich der Regulierung von Musks Plattform X und verknüpfte das Thema mit amerikanischen Beiträgen zum NATO-Verteidigungsbündnis.

Google informierte die Europäische Kommission kürzlich mit einem Schreiben, dass das Unternehmen den gesetzlichen Anforderungen der EU in Sachen Fact-Checking nicht nachkommen werde. Die geforderte Integration der Faktenprüfung sei „einfach nicht angemessen oder wirksam“ für Dienste des Unternehmens wie die Google-Suchmaschine oder YouTube.

Meta-CEO Zuckerberg wandte sich an Präsident Trump und forderte diesen auf, die Tech-Firmen vor Geldstrafen in der EU zu schützen. Diese hätten in den vergangenen zwei Jahrzehnten in der EU mehr als 30 Milliarden Dollar an Strafen gezahlt. Zudem warf er der EU aufgrund des digitalen Regulierungssystems »Zensur« vor. Auf die EU wächst so der Druck aus den USA, ihre digitale Regulierung gegen Big Tech zu überdenken.

Da den Big-Tech-Unternehmen in Europa nach derzeitigen Gesetzen empfindliche Geldstrafen drohen, ist es kein Wunder, dass sie mittlerweile zu den Top-Lobbyisten in der EU gehören, um die europäische Gesetzgebung zu beeinflussen. Google, Amazon, Meta, Microsoft und Apple sind die Konzerne mit den höchsten Lobbyausgaben. In den USA und der EU investieren diese fünf mehr als 89 Millionen Euro im Jahr.



Das ist mehr, als die Top-10-Unternehmen im Finanzsektor oder in der Automobilindustrie für ihre Lobbyinteressen ausgeben.

Big-Tech-Einfluss auf Wahlen

In vielen Ländern der Welt ist die Beeinflussung von Wahlen durch die großen Social-Media-Plattformen zu einem viel diskutierten Thema geworden – auch in Deutschland. So fanden Forschende der Ludwig-Maximilians-Universität München gemeinsam mit weiteren Forschenden heraus, dass die Algorithmen von Meta im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 offenbar Inhalte bevorzugten. Die AfD erhielt für ihr Geld bei Weitem die meisten Impressionen, die Grünen hingegen erzielten bei gleichem Budget die geringste Reichweite.

Auch gilt X als besonders anfällig für gezielte politische Meinungsmanipulation. Die Rostocker Sicherheitsfirma Somtxt etwa entdeckte im Vorfeld der Landtagswahl in Brandenburg 2024 ein Pro-AfD-Netzwerk von 2.500 offenbar automatisiert angelegten X-Accounts, die mutmaßlich die Reichweite von Mitgliedern der Partei erhöhen sollten.

Eine andere Form der Einflussnahme ist im aktuellen deutschen Bundestagswahlkampf vor der Wahl am 23. Februar 2025 zu beobachten. Hier engagiert sich der Tech-Milliardär und Trump-Vertraute Elon Musk prominent für einen Wahlerfolg der AfD. Musk lud die AfD-Kanzlerkandidatin Alice Weidel zu einem 75-minütigen Talk auf seiner Plattform X ein und bot Weidel damit eine reichweitenstarke Bühne. Das Gespräch zwischen Musk und Weidel wurde weltweit verfolgt und stand wegen Vorwürfen der Wahleinmischung und eines möglichen Gesetzeskonflikts auch unter besonderer Beobachtung der Bundestagsverwaltung.

Auch beim offiziellen Wahlkampfauftakt der AfD in Halle (Saale) wurde Musk live aus den USA zugeschaltet und sagte, dass die AfD die beste Hoffnung für Deutschland sei. Ähnlich äußerte er sich mit Beiträgen auf seiner Plattform X.

Aufgabe 1

Erstelle eine grafische Übersicht über die aus deiner Sicht bedeutendsten Big-Tech-Entwicklungen in Form einer Mindmap.

Ergänzt und markiert die für euch erkennbaren Vor- und Nachteile.





Experteninterview mit Prof. Dr. Martin Andree

Martin Andree ist habilitierter Medienwissenschaftler und Buchautor und unterrichtet digitale Medien an der Universität Köln. Er ist zudem Gründer des Unternehmens AMP Digital Ventures mit Fokus auf KI und digitaler Innovation. Andree ist Interviewpartner, Sprecher und Gastautor zu Fragen der Geschäftsmodelle großer Digitalkonzerne und deren Auswirkungen auf Politik und Gesellschaft.

Herr Andree, wenn es um das Internet geht, sprechen wir heute oft von nur einer Handvoll Unternehmen und deren Einfluss. Wie frei ist das Internet?

Das Internet ist zunächst als Befreiungsbewegung angetreten – erstmals konnte jeder Mensch seine Meinung potenziell einem Millionenpublikum mitteilen, so das Versprechen. Diese neue Form der Medienfreiheit ist aber durch die Plattformökonomie zerstört worden. Denn durch verschiedene unfaire und manchmal sogar illegale Tricks und Kniffe haben die Plattform-Betreiberfirmen fast die ganze Nutzung des Internets, den sogenannten Traffic, in den Plattformen konzentriert, wie wir durch wissenschaftliche Messungen bis ins letzte Detail nachgewiesen haben. Damit haben die Big-Tech-Monopole und -Oligopole den Rest des Internets quasi von Traffic leer gesaugt.

Welche Folgen hat das für uns Nutzer:innen?

Auf den Plattformen herrschen die Tech-Giganten – durch alle möglichen Formen von Algorithmen, Filtern und Manipulationen. Das ist deshalb so gefährlich, weil man es nicht auf den ersten Blick erkennt. Auf der Angebotsseite sieht ja alles prima aus, denn es gibt viele unabhängige Angebote jenseits der Plattformen, auch wenn dort kaum Traffic ist.

Wie lässt sich das Internet befreien?

Die Tech-Giganten wollen, dass wir Nutzer:innen auf keinen Fall bemerken, dass sie durch die Monopolbildung bestimmen können, wer welche Inhalte sieht. Ihnen gehört jetzt die digitale Öffentlichkeit – sie selbst führen sich gleichzeitig als Verteidiger der Meinungsfreiheit auf.

Zunächst einmal ist unmissverständlich klarzustellen: Medienmonopole müssen ein absolutes Tabu sein, sie sind auch verfassungsrechtlich nicht vorgesehen. Ein einziger Fernsehsender darf zum Beispiel niemals 90 Prozent des Fernsehens kontrollieren, und dasselbe muss auch für die demokratierelevanten digitalen Mediengattungen gelten, also zum Beispiel für Suchmaschinen, Social Media oder kostenlose Video-on-Demand-Angebote.



Klicktipp:

Bundeszentrale für politische Bildung:
Funktionen der Medien in einer demokratischen Gesellschaft

Welche Maßnahmen würden der Gefahr der Monopolisierung entgegenwirken?

Konkret würde das zum Beispiel die Einführung offener Standards erfordern, sodass Nutzer:innen Inhalte nahtlos über Plattformgrenzen hinweg teilen könnten. Weiterhin müssten Plattformen gezwungen werden, Links zu Inhalten außerhalb der eigenen Plattform, sogenannte Outlinks, überall zuzulassen. Und vor allem müssten wir die Plattformen zwingen das »Herunterdrehen« von Inhalten mit Outlinks, also die gezielte Einschränkung der Reichweite solcher Inhalte durch die Plattform-Algorithmen, zu unterlassen. So könnte Traffic auch außerhalb der Plattformen stattfinden. Bei unabhängigen Angeboten würde automatisch eine Haftung für Inhalte greifen, was viel ausgewogenere und qualitativ höherwertige Beiträge zur Folge hätte.

Monopolisten und Oligopolisten, die mehr als 30 Prozent Meinungsmacht in einer Mediengattung kontrollieren, sollten durch rechtliche Maßnahmen für den Wettbewerb geöffnet werden – denn das Internet muss allen Menschen gehören und nicht nur einer Handvoll Tech-Konzerne.

Worin sehen Sie die größten Herausforderungen durch die Entwicklung von Social Media, insbesondere für junge Menschen?

Das Kernproblem ist, dass die Tech-Riesen über ihre Plattformen hundertfach mehr Aufmerksamkeit bündeln, als es andere Institutionen in der Lebenswelt junger Menschen, allen voran die Schule, können. Wir haben den Plattformen erlaubt, die digitale Öffentlichkeit frei nach dem Motto »Flood the zone with shit« zu gestalten – so das bekannte Diktum des ehemaligen Trump-Beraters Steve Bannon. Junge Menschen nutzen derzeit kaum digitale Inhalte jenseits der großen Plattformen, deren Algorithmen besonders Hämme, Hass und Hetze antreiben. Die Verengung und Zuspitzung von Inhalten in polarisierenden sozialen Netzwerken erschwert eine differenzierte politische Meinungsbildung, wovon insbesondere die junge Generation betroffen ist.

Der Erhalt einer gut informierten politischen Öffentlichkeit braucht deshalb auch das Engagement junger Menschen und Visionär:innen, die eine neue, bessere, demokratischere und ausgeglichene Medienwirklichkeit einfordern.

Aufgabe 2

»Die Öffentlichkeit hat eine unersättliche Neugier, alles zu wissen, außer dem Wissenswerten.«

Oscar Wilde (1854–1900), irischer Lyriker, Dramatiker und Bühnenautor

»Die Kraft der öffentlichen Meinung, diese allgemeinste und unzerstörbarste Gewalt, besiegt den, der das Schwert führt, und den, der das Geld hat.«

Johannes von Müller (1752–1809), Schweizer Geschichtsschreiber, Publizist und Staatsmann

Wähle eines dieser historischen Zitate. Welche Bedeutung kommt dem Zitat deines Erachtens nach in der heutigen Zeit zu? Begründe deine Auswahl.

Welche Lösungsansätze gibt es?

Trotz der großen Marktmacht führender Big-Tech-Unternehmen gibt es eine Vielzahl von Lösungsansätzen und Handlungsoptionen, mit denen Akteur:innen aus Politik und Gesellschaft, inklusive eurer Schulgemeinschaft und uns allen als Nutzer:innen digitaler Angebote, den negativen Entwicklungen im digitalen Raum entgegenwirken können.

Handlungsfeld Politik

Die Parlamente in unseren demokratischen Gesellschaften bestimmen als gesetzgebende Instanzen die Regeln und setzen Rahmenbedingungen für die Entwicklung und Nutzung digitaler Dienste. Die EU hat diese Rahmenbedingungen unter anderem mit dem Gesetz für digitale Dienste oder dem Gesetz für künstliche Intelligenz geschaffen. Jetzt kommt es darauf an, dass die Einhaltung dieser Gesetze fortlaufend überprüft und eine Aufweichung der Gesetze verhindert wird.

Handlungsoptionen finden politische Entscheidungsträger:innen auch der Medienforschung. Maßnahmen zur Wiederherstellung von Vielfalt und Wettbewerb in digitalen Medienmärkten beschreibt beispielsweise Prof. Dr. Martin Andree im Interview auf [→ Seite 8](#).

Eine Demokratie lebt von der aktiven Beteiligung ihrer Bürger:innen und zivilgesellschaftlichen Organisationen. So können Forderungen für Gesetzesinitiativen zur Regulierung im digitalen Raum auch aus der Bevölkerung, zum Beispiel durch Petitionen, an Politiker:innen herangetragen werden. Auch können zivilgesellschaftliche Organisationen die Einhaltung geltenden Rechts einklagen. Ein Beispiel dafür ist die österreichische Nichtregierungsorganisation noyb, die mit strategischen Klagen und Beschwerden daran arbeitet, das Recht auf Privatsphäre von Menschen in Europa durchzusetzen.

Handlungsfeld Organisationen und Unternehmen

Auch Unternehmen und Organisationen können eine wertebasierte Digitalisierung vorantreiben, indem sie beispielsweise ihre Werbeausgaben auf Plattformen, die nicht ausreichend gegen Desinformation vorgehen, herunterfahren oder einstellen. Ein Umschichten von Werbebudgets auf andere Plattformen und in vielen Fällen das Verlassen der Plattform hat bei X bereits zu sinkenden Werbeeinnahmen geführt.

Auch stehen Big-Tech-unabhängige Plattformen als Alternativen bereit – wenn auch mit teilweise noch geringen Nutzer:innenzahlen. So hat der ehemalige Mitgründer und CEO von Twitter Jack Dorsey eine neue Plattform namens Bluesky ins Leben gerufen. Diese ist seit Anfang 2024 für die breite Öffentlichkeit zugänglich. Die Plattform Mastodon ist eine vom deutschen Software-Entwickler Eugen Rochko entwickelte, open source-basierte und dezentral organisierte Software, die verschiedene, von Privatpersonen oder Institutionen eigenverantwortlich betriebene Server, miteinander vernetzt. Der Messenger-Dienst Signal ist eine Tochter der Signal Technology Foundation, die der Kryp-

tograph Moxie Marlinspike im Jahr 2018 zusammen mit dem WhatsApp-Mitgründer Brian Acton gegründet hat. Signal bietet eine kostenlose durchaus verbreitete Messenger-Alternative zu Meta's WhatsApp.

Handlungsfeld Schule

Für viele Schulen ist eine engagierte Öffentlichkeitsarbeit im Internet fester Bestandteil des Schullebens. Mit Berichten, Fotos und Videos lässt die Schulgemeinschaft Eltern, Schüler:innen und die Menschen im Stadtteil an vielfältigen Initiativen wie Klimaschutzmaßnahmen, Schulfesten oder Kunst- und Kulturprojekten der Schule teilhaben.

Dafür können Schulen die Nutzung von Social-Media-Plattformen immer wieder neu bewerten. Angebote wie zum Beispiel Vimeo oder Loom zum Teilen von Videos oder die Foto-Plattformen flickr, Bluesky Flashes oder Pixelfed bieten interessante Alternativen abseits der Big-Tech-Plattformen. Eine naheliegende Möglichkeit, Inhalte direkt mit der Öffentlichkeit zu teilen, ist zudem die schuleigene Webseite.

Neben den Diensten der Schul-Cloud läuft viel Kommunikation im Schulalltag über Messengerdienste, zum Beispiel die Elternkommunikation oder Klassenchats, für die Signal als Alternative zu WhatsApp genutzt werden kann. Bei der Entscheidung für einen Kommunikationskanal sollte zumindest darauf geachtet werden, dass die Dienste der großen Digitalkonzerne nicht zwingend genutzt werden müssen.

Handlungsfeld Nutzer:innen

Mit unseren Freund:innen tauschen wir uns über viele Themen von Schule bis Politik aus. Dabei könnten auch die Kommunikationsplattformen selbst zum Thema werden: Was spricht für die Plattformen, die wir nutzen, und was dagegen? Kommen Alternativen wie Tagebuch-Apps – zum Beispiel Snapchat, BeReal., oder Journi – oder lokale Apps – zum Beispiel Nebenan.de, Jodel oder MOLO – für uns infrage?

Auch bei der Auswahl der Informationsquellen für Nachrichten und politische Inhalte ist es ratsam, auch unabhängige Medienangebote außerhalb der großen Social-Media-Plattformen für eine möglichst differenzierte Meinungsbildung zu nutzen. Hierzu bieten sich zum Beispiel die digitalen Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender (ARD, ZDF, Deutschlandradio) oder die Onlinenachrichten der britischen Tageszeitung The Guardian in englischer Sprache an.

Aufgabe 3

Diskutiert in Kleingruppen:

- Welche Erfahrungen habt ihr persönlich bereits bei der Nutzung von Social Media-Plattformen gemacht? Betreffen euch die oben beschriebenen Entwicklungen persönlich?
- Würdet ihr Maßnahmen für ein freieres, unabhängigeres Internet unterstützen oder ausprobieren? Wenn ja, welche?
- Welche Informationsquellen nutzt ihr für eure politische Meinungsbildung? Hinterfragt diese kritisch und überlegt, inwiefern diese ggf. durch weitere Quellen ergänzt werden sollten und warum.

Warum sind die Big-Tech-Unternehmen so mächtig?

Für das **schnelle Wachstum** und die marktbeherrschende Stellung der Big-Tech-Unternehmen gibt es einen zentralen Grund: den Netzwerkeffekt. Damit gemeint ist, dass der Nutzen eines Produkts oder einer Dienstleistung für einzelne Teilnehmende sich mit jeder Person vergrößert, die das Produkt oder die Dienstleistung ebenfalls nutzt.

Der **Netzwerkeffekt** ist für digitale Plattformen, auf denen sich Menschen austauschen möchten, besonders stark. Das zeigt sich am Beispiel WhatsApp: Je mehr Menschen WhatsApp nutzen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch alle deine Freund:innen und Kontakte bereits bei WhatsApp sind und du über WhatsApp mit ihnen kommunizieren kannst. Wenn das Netzwerk wächst, wächst also auch dein individueller Nutzen durch die Plattform.

Umgekehrt haben es kleinere Netzwerke schwer, Nutzer:innen zu finden und zu wachsen: Wenn du dich für einen neuen, datensparsameren Messenger wie Signal entscheidest, stellst du vielleicht fest, dass nur wenige deiner Freund:innen den Dienst bereits nutzen.

Normalerweise greift der Staat durch das **Kartellrecht ein, um Monopole zu verhindern** oder zu regulieren. Das hat bei den neuen digitalen Geschäftsmodellen nicht gut geklappt, da das Kartellrecht nicht mit der dynamischen Entwicklung der IT-Branche mithalten konnte und nicht rechtzeitig an die digitalen Dienste angepasst wurde.

Es gibt typische Merkmale von klassischen Monopolen: Preissteigerungen, eingeschränkte Produktion und Innovationsrückgang. Die digitalen Geschäftsmodelle basieren auf anderen Mechanismen, sie blieben zunächst kostenfrei (bezahlt wurde zum Beispiel mit persönlichen Daten oder Werbung) und schränkten auch ihr Angebot nicht ein. Dadurch wurde ein Eingreifen der Politik verzögert.

Mittlerweile müssen aber auch die Big-Tech-Unternehmen auf veränderte rechtliche Rahmenbedingungen reagieren. So führte Meta Ende 2023 **bezahlte Geschäftsmodelle** für die Dienste Facebook und Instagram ein. Wie auch bei vielen anderen Medienverlagen können Nutzer:innen jetzt wählen, ob sie für die Dienste bezahlen oder ihre persönlichen Daten zu Werbezwecken freigeben. Diese Änderung war eine **Reaktion auf neue EU-Gesetzgebungen** wie den DSA.

Kritische Infrastruktur unserer Gesellschaft

Durch die **Bereitstellung von technologischen Leistungen** wie dem Betrieb großer Rechenzentren, Softwarelösungen und von digitalen Kommunikations- und Serviceangeboten **dringen Big-Tech-Unternehmen in immer mehr Bereiche des gesellschaftlichen Lebens ein** und gestalten diese profitorientiert um. So spielen zum Beispiel die Firmen Tesla, Google (beziehungsweise Google Maps) oder Microsoft als Partnerunternehmen von Volkswagen und TÜV eine zunehmend wichtige Rolle im Bereich Mobilität. Angebote wie Apple Health, Google Fit oder Meta Quest gewinnen im Gesundheitssektor an Bedeutung, indem einige Krankenkassen ihre Bonusprogramme an diese Gesundheitsapps koppeln. Auch staatliche Behörden greifen auf die Dienstleistungen der großen Digitalkonzerne zurück. So nutzt die Agentur für Arbeit beispielsweise auch Clouddienste von Microsoft. Mehrere Bundesländer setzen bereits Microsoft-Clouddienste ein, beziehungsweise planen ihre Einführung.

Durch die Nutzung der digitalen Infrastruktur weniger großer Tech-Anbieter wächst die Abhängigkeit des gesellschaftlichen Lebens, selbst hoheitliche Aufgaben des öffentlichen Gemeinwesens werden von diesen privatwirtschaftlichen Unternehmen erfüllt, was mit einem fortschreitenden **Verlust staatlicher Souveränität** einhergeht.

Aufgabe 4

Demokratie, Werte und Big Tech

Eine gesunde Demokratie entsteht nicht allein durch Wahlen und die Politik. Sie lebt vor allem durch geteilte Werte, die uns verbinden und in der gemeinsamen Entwicklung leiten. Sie entscheiden darüber, ob und wie das demokratische Zusammenleben funktioniert: Wie gehen wir mit unterschiedlichen Ansichten und Meinungsverschiedenheiten um? Wie streiten wir miteinander und sehen wir uns einander dabei weiterhin als Menschen? Welche gemeinsame Grundlage haben wir, obwohl wir unterschiedliche Geschichten und Erfahrungen, Kulturen und Meinungen haben? Nicht umsonst spielen gemeinsame Werte im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland, in den Verfassungen der Bundesländer sowie den EU-Verträgen eine große Rolle.

Die gemeinsamen Werte – die Grundlage der Demokratie sind – wirken oft abstrakt, obwohl sie ganz konkrete Auswirkungen auf unser Leben haben.

Gemeinsame Werte



Setzt Euch mit den Werten auseinander, auf denen unsere Demokratie aufgebaut ist. Bewertet die Plattform-Angebote der Big-Tech-Unternehmen vor dem Hintergrund dieser Werte.

- Bildet Kleingruppen und wählt jeweils einen der Werte aus, mit dem ihr euch intensiver auseinandersetzen möchtet.
- Bearbeitet gemeinsam einen **Wertesteckbrief**.
- Stellt eure Steckbriefe in der Klasse vor. Diskutiert nach jeder Vorstellung kurz die Ergebnisse und ergänzt, falls nötig.
- Diskutiert in der Klasse, was die Werte miteinander verbindet und inwiefern sich eure Einschätzungen decken oder voneinander unterscheiden.
- Diskutiert, inwiefern der Wertesteckbrief um weitere Werte, die euch wichtig sind, ergänzt werden sollte. Begründet euren Vorschlag.

Wertesteckbrief

Definition

→ Recherchiert, was dieser Wert bedeutet.

Grenzen

→ Wann stößt dieser Wert an seine Grenzen bzw. wo endet er?

Wert

Folgen für den digitalen Alltag

→ Welche Folgen hat dieser Wert für eure Nutzung digitaler Plattform-Angebote? Was passiert, wenn der Wert nicht zählt?

Bilder

→ Findet ein bis drei Bilder, die etwas mit dem Wert zu tun haben. Ihr könnt sie im Internet suchen, selbst malen oder mit Worten beschreiben.

Erlebnis

→ Schildert mindestens ein individuelles Erlebnis aus eurer Gruppe, bei dem der Wert eine besondere Rolle gespielt hat.

Weiterführende Informationsquellen

Die folgende, keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebende Link-Liste dient der weiteren Recherche und Vertiefung von Themen bezüglich der Gestaltung unserer digitalen Gesellschaft.

Initiativen, die versuchen, eine andere digitale Welt zu denken und aufzubauen

- Social Media Watch Blog (SMWB) socialmediawatchblog.de
- Andree, Martin; Nikolaus Peifer: Vorschläge für Maßnahmen zur Wiederherstellung von Vielfalt und Wettbewerb in digitalen Medienmärkten, Medienstaatsvertrag mstv2go.de
- Free our Feeds (engl.) freeourfeeds.com
- Global Coalition for Tech Justice (engl.) globaltechjustice.org
- people vs. Big-Tech; Beyond Big-Tech: A manifesto for a new digital economy (engl.) peoplevsbig.tech/beyond-big-tech-a-manifesto-for-a-new-digital-economy
- Save Social; Soziale Netzwerke als demokratische Kraft retten savesocial.eu
- Green Digital Action (engl.) itu.int/initiatives/green-digital-action
- Digitale Souveränität und Zukunft durch demokratische Kontrolle! bits-und-baeume.org/assets/images/pdfs/Bits-und-Baeume_Politische-Forderungen-2025-Kurzfassung.pdf
- Ein Manifest für eine neue digitale Wirtschaft lobbycontrol.de/macht-der-digitalkonzerne/big-tech-muss-weg-ein-manifest-fuer-eine-neue-digitale-wirtschaft-117544

Initiativen gegen Hass, Hetze und Belästigung auf Social Media

- #ichbinhier – ein Hashtag in Aktion ichbinhier.eu
- Hate Aid hateaid.org
- Cybermobbing Hilfe cybermobbing-hilfe.de
- Neue deutsche Medienmacher:innen gegen Desinformation und Hatespeech neuemedienmacher.de/no-hate-speech-movement

- Helpdesk: Konkrete Hilfe beim Umgang mit Hass im Netz neuemedienmacher.de/helpdesk
- Dickstinction: Für Nutzer:innen, die auf Social Media ungewollte Dickpics erhalten dickstinction.com
- Zebra: konkrete und individuelle Unterstützung bei allen Medienfragen innerhalb von höchstens 24 Stunden fragzebra.de
- Amadeu Antonio Stiftung: Hatespeech und Debattenkultur amadeu-antonio-stiftung.de/digitale-zivilgesellschaft
- Jugendschutz im Netz: medienanstalt-nrw.de
- Waldschule Hatten: Ausführliche Linkliste zu Sicherheit im Netz wsh-hatten.de/sicherheit-im-netz
- Social Media Watch Blog: Hass und Hetze auf Social Media: So bist du vorbereitet socialmediawatchblog.de/hass-und-hetz-auf-social-media-so-bist-du-vorbereitet-takeover-mit-franzi-von-kempis
- Love Storm: Tipps und Materialien, um angemessen auf Hass im Netz zu reagieren love-storm.de
- Digitale Helden: Medienpädagogische Angebote für junge Menschen digitale-helden.de
- Klicksafe: EU-Initiative zur Förderung der Online-Kompetenz klicksafe.de

Literatur

- Andree, Martin; Thomsen Timo: [Atlas der digitalen Welt](#), Frankfurt 2020
- Andree, Martin: [Big Tech muss weg! – Die Digitalkonzerne zerstören Demokratie und Wirtschaft – wir werden sie stoppen](#), Frankfurt 2023
- Bösch, Markus; Köver, Chris: [Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation](#), Berlin 2021
- Lange, Steffen; Santarius, Tilman: [Digital Reset – Redirecting Technologies for the Deep Sustainability Transformation](#), Berlin 2022
- Steinert Janina; Koch Luise; Voggenreiter Angelina: [Angegriffen & alleingelassen. Wie sich digitale Gewalt auf politisches Engagement auswirkt. Ein Lagebild](#). Berlin 2025

RAPID RESPO NSE



Greenpeace ist international, überparteilich und völlig unabhängig von Politik und Wirtschaft. Mit gewaltfreien Aktionen kämpft Greenpeace für den Schutz der Lebensgrundlagen. Mehr als 620.000 Fördermitglieder in Deutschland spenden an Greenpeace und gewährleisten damit unsere tägliche Arbeit zum Schutz der Umwelt, der Völkerverständigung und des Friedens.

Impressum

Greenpeace e.V. Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg, T 040 306 189, mail@greenpeace.de, www.greenpeace.de, **Politische Vertretung Berlin** Marienstraße 19–20, 10117 Berlin, **V.i.S.d.P.** Karen Paul, **Autor:innenteam** Karen Paul, Markus Power, **Fotos** Viktollio / Shutterstock.com (Titel, S. 1, 2, 10); David Preiras / Shutterstock.com (S. 3); Julia Demaree Nikhinson / Ap / dpa (S. 4); Ikhsansaputra / Shutterstock.com (S. 5); Oliver Graumnitz / pixabay (S. 6); caseyjadew / Shutterstock.com (S. 7 l); Shutterstock.com (S. 7 r); © Florian Lechner (S. 8), **Gestaltung** BRENNWERT Kommunikation mit Zündung GmbH, www.brennwert.design, **Code** GPOSU4BR1, **Stand** 10.02.2025

Hinweis Wir erklären mit Blick auf die genannten Internetlinks, dass wir keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und Inhalte der Seiten haben und uns ihre Inhalte nicht zu eigen machen.