



PRESSEMITTEILUNG

26. Oktober 2021

MEDIENTAGE MÜNCHEN 2021 vom 25. bis 29. Oktober

Die Vermessung der Meinungsmacht: Warum Medienintermediäre eine holistische Regulierung brauchen – Stay alert: Medienintermediäre im Fokus

Intransparente Gatekeeper und überforderte Nutzer:innen

München – Der aktuelle Medienstaatsvertrag verpflichtet Digitalkonzerne wie Google, Apple, Facebook und Amazon, Kriterien, die über Zugang, Selektion und Präsentation von Inhalten entscheiden, offenzulegen. Untersagt ist, bestimmte Inhalte systematisch zu bevorzugen oder zu diskriminieren. Doch was helfen beispielsweise ausführliche Informationen zum Schutz der Privatsphäre, wenn sich Nutzer:innen durch deren bloße Masse erschlagen fühlen oder sie Fachbegriffe und Zusammenhänge nicht verstehen? Die Regulierung von Intermediären muss um Handlungs- und Erklärungsmuster erweitert werden, die sich am Alltag der Nutzer:innen orientieren. Dabei sind Co-Regulierung und die Zusammenarbeit mit Akteuren der Zivilgesellschaft gefragt: Weder staatliche Regulierung noch Selbstkontrollmechanismen in den Digitalunternehmen können Meinungsmacht alleine begrenzen. Das sind die zentralen Ergebnisse einer Veranstaltung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und der Gremiovorsitzendenkonferenz der Medienanstalten (GVK) im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN.

„Intermediäre sind *die* Gatekeeper im Internet“, stellte der Präsident der BLM, Dr. Thorsten Schmiede, fest. Gemeinsam mit dem Bayerischen Forschungsinstitut für Digitale Transformation und einem Konsortium von verschiedenen Wissenschaftler:innen will die BLM die tatsächliche Meinungsmacht von Intermediären neu vermessen. Professor Dr. Birgit Stark von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Mitglied im Konsortium, beschrieb, wie komplex Themen und Meinungen im Internet auf verschiedenen Ebenen vermittelt werden. Um Gegenmacht zu entwickeln und Nutzer:innen einen selbstbestimmten Umgang mit digitalen Daten zu ermöglichen, sollte aus staatlicher Regulierung und Co-Regulierung in den Unternehmen ein holistisches Maßnahmenpaket geschnürt werden, schlug die Wissenschaftlerin vor. Suchalgorithmen beispielsweise müssten vielfältige Meinungen widerspiegeln, journalistische Arbeit müsse gefördert und die Nachrichtenkompetenz von Nutzer:innen gestärkt werden.

Eine Grundlage der Themenvermittlung bilden Algorithmen in Suchmaschinen. Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) und die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) initiierten dazu die „Google Schlagzeilenstudie“. Dr. Tilman Lang von der MA HSH berichtete, dass auf der Basis aller ausgewerteten Schlagzeilen in Deutschland etwa 10 bis 15 Prozent der nationalen Medienmarken im Internet – wie Spiegel.de, T-Online.de oder Welt.de – über 80 Prozent der Nachrichten dominierten.

Dr. Gergana Baeva von Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) konstatierte, dass die Nachrichtenkompetenz von Internetnutzer:innen in Deutschland eher mittelmäßig ausgeprägt sei. Grundlage für ihre Aussage bildete die Studie „Quelle: Internet“? der Stiftung Neue Verantwortung, die unter anderem von der mabb und Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen unterstützt wurde.

Das Alter der Befragten und ihre formale Bildung spielten eine große Rolle dabei, wie gut die Nachrichtenkompetenz ausgeprägt sei, erläuterte Gergana Baeva, die als Referentin des Forschung Media Policy Lab der mabb arbeitet. Die Kompetenz, politische Informationen von Meinung und Werbung zu unterscheiden, beeinflusst auch das Wahlverhalten von Menschen. Die Schwerpunktstudie der Medienanstalten zur politischen Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken im Superwahl 2021 zielte darauf, den Einfluss von Facebook, Instagram, Twitter oder Tiktok auf den Meinungsbildungsprozess im Vorfeld der Wahlen zu erfassen. Das lineare Fernsehen verteidigte zwar bei knapp zwei Dritteln der Befragten seine Spitzenstellung unter den wichtigsten Medien. Insgesamt 43 Prozent bezeichneten originäre Online-Angebote als wichtigste Informationsquelle. Das betreffe vor allem Erst- und Zweitwähler, erläuterte Regina Deck von der BLM. Während der Corona-Pandemie sei die Bedeutung politischer Kommunikation im World Wide Web gestiegen.

Häufig können Nutzer:innen selbst nicht präzise beschreiben, welche Informationen sie über die Funktionen von Plattformen benötigen. Im Auftrag der Gremienvorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten wurden deshalb Expert:innen von fünf Nichtregierungsorganisationen, darunter das iRights.lab und die Stiftung Neue Verantwortung, befragt, wie Transparenzangaben im Hinblick auf ihre Verständlichkeit gestaltet werden müssten. Die Organisationen fanden die Transparenzangaben häufig nicht vollständig oder präzise genug, teilweise schwer verständlich oder schwer auffindbar. Dr. Abel Reiberg, Referent für Plattformen und Intermediäre bei der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Landesmedienanstalten, forderte daher, dass sich das Niveau der Angaben verbessern müsse. Digitalunternehmen müssten dabei die Spannweite unterschiedlicher Vorkenntnisse berücksichtigen und den Nutzer:innen Handlungsmöglichkeiten aufzeigen.

Professor Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der GVK und der Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, will den gesellschaftlichen Diskurs über das Aufsichtshandeln der Landesmedienanstalten aus Nutzersicht weiterführen. Denjenigen, die ihre eigene Nachrichtenkompetenz testen wollen, empfahl er den digitalen Nachrichtentest der mabb aus der Studie „Quelle: Internet?“ (www.mabb.de/news-test.html). Allerdings erwarte er schon von den Besuchern der MEDIENTAGE MÜNCHEN, dass sie ein „etwas höheres Niveau“ erreichten als die Befragten der Studie.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.medientage.de.