

Plattformen müssen Verantwortung übernehmen

Der Digitale Medien-Staatsvertrag soll für Online-Angebote aller Medien gelten

geschrieben von Helmut Hartung

»Ragebait« ist das Jugendwort des Jahres 2026. Der Begriff bedeutet wörtlich übersetzt »Wutköder«. Damit sind hier Onlinebeiträge und -inhalte gemeint, die darauf abzielen, Polemik, Auseinandersetzungen und Aufregung zu erzeugen. Häufig handelt es sich um Falschmeldungen oder abstruse Meinungen, die Aufmerksamkeit und damit eine hohe Reichweite erzielen. Stimmberechtigt waren junge Menschen zwischen elf und 20 Jahren. Diese »Wutköder« kommen dem Steuerungssystem der Plattformen, den Algorithmen, sehr gelegen. Algorithmen bedienen das Nutzungsverhalten und bieten per PC, Laptop oder Smartphone passende Inhalte. Das ist zwar bequem, verzerrt aber die Wahrnehmung. Die Individualisierung der Informationen stimmt oft nicht mit der realen Umwelt überein. Ob eine Nachricht der Wahrheit entspricht, ist einem Algorithmus egal. Was für ihn zählt, ist, wie viele Reaktionen sie hervorruft. Kommentare, Likes und geteilter Content sorgen dafür, dass bestimmte Inhalte von dieser Programmvorschrift bevorzugt verbreitet werden. Insbesondere die großen, international agierenden Informationsintermediäre wie Google, YouTube, Facebook, Twitter oder Instagram vermischen öffentliche und persönliche Nachrichtenvermittlung. So wird unter anderem darüber entschieden, welche Meldungen über welche Personen in welcher Reihenfolge angezeigt werden.

Die politische Meinungsbildung Jugendlicher findet vor allem online statt. Besonders stark ausgeprägt ist die Nebenbei-Nutzung bei sozialen Medien, die vor allem bei Jüngeren eine große Rolle als Informationsquelle spielen, aber auch für Ältere immer relevanter werden. Im Newsletter 2/2026 der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ) stellten Melanie Weiser und Hannah Fecher dazu fest: »Die Ergebnisse unserer quantitativen Befragung zeigen, dass politische Meinungsbildung heute vor allem online, zum Beispiel über soziale Netzwerke, stattfindet. Junge Menschen, ganz egal welcher Bildungsgruppe zugehörig, geben an, am häufigsten online mit Politik (74%) in Kontakt zu kommen – noch vor der Familie (58%), dem Freundes- und Bekanntenkreis (56%) oder dem Ausbildungsort (60%). Traditionelle Offline-Medien liegen mit 46 Prozent deutlich unterhalb der Nutzung von digitalen Angeboten, was sich auch mit Ergebnissen aus anderen Studien deckt.«

Mehr als die Hälfte der deutschen Werbeeinnahmen kassieren inzwischen die Online-Plattformen. Damit schwindet auch die Finanzierungsbasis der klassischen, redaktionell arbeitenden Medien: Radio- und TV-Sender werden eingestellt oder reduzieren Sendezeiten, Zeitungen werden zusammengelegt, Lokalredaktionen werden geschlossen. Schritt für Schritt verringert sich die Medienvielfalt und es wird im Alltag immer schwieriger, zwischen falsch und richtig zu entscheiden. Die Medienangebote im Internet sind heute die wichtigste Quelle für die Meinungsbildung. Für über 40 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren ist es, nach der Mediengewichtungsstudie der Landesmedienanstalten, das relevanteste Informationsmedium.

Informationen auf digitalen Plattformen tragen zum Zweifel am demokratischen System bei. Die digitalen Plattformen und Intermediäre verändern nicht nur, wo und wie wir uns informieren, sondern sie skalieren auch die Glaubwürdigkeit der Information und damit letztendlich auch das Vertrauen in unsere gesellschaftlichen Strukturen. Mit der Zurückdrängung der klassischen Medien und der zunehmenden Bedeutung der Intermediäre wächst auch der Zweifel am Funktionieren der demokratischen Ordnung. Obwohl nur 20 Prozent der Bevölkerung TikTok, YouTube oder Facebook

für glaubwürdig halten und eine Mehrheit in der Personalisierung und Filterung von Inhalten in sozialen Netzwerken, in Hassrede und Desinformationskampagnen große Probleme für die Gesellschaft in Deutschland sieht, nimmt deren negativer Einfluss auf das politische Denken und Handeln zu. Während die klassischen Medien für ihre Inhalte die Verantwortung übernehmen, auch für deren Richtigkeit, lehnen das die Plattformen ab. Sie sehen sich nur als Verbreiter von News, die andere produziert haben. Zwar gibt es in den USA und Europa inzwischen Gerichte, die diese Auffassung nicht teilen, und es existieren auch EU-Verordnungen, die den Einfluss der Plattformen ein wenig begrenzen, aber insgesamt besteht weiterhin kein Zwang zu wahrer Berichterstattung.

Neues Gesetz soll Einfluss von Online-Angeboten auf die Meinungsbildung begrenzen
Diese Situation hat die Bundesländer jetzt zum Handeln gezwungen, die laut Verfassung für die Sicherung der Medien- und Meinungsvielfalt verantwortlich sind. Im September hat die Rundfunkkommission einen Vertragsentwurf des Digitalen Medien-Staatsvertrages (Teil II) vorgelegt, der auf 182 Seiten den Einfluss von Online-Angeboten auf die Meinungsbildung begrenzen will. Diese Vorschläge der Rundfunkreferenten aus den Staats- und Senatskanzleien stellen in mehrfacher Hinsicht einen Paradigmenwechsel dar. Es ist der Versuch, erstmals einen kohärenten Rechtsrahmen für alle Mediengattungen zu schaffen. Abweichend von der klassischen Regulierung in Rundfunk, Presse und Online wird digitaler Content jetzt abhängig von seinen Inhalten reguliert. Entscheidend ist, was auf den Benutzeroberflächen abgebildet wird. Die veränderte Regulierung ist ein abgestuftes Verfahren, je nachdem, wie relevant die Inhalte für die Meinungsbildung sind. Je mehr das Angebot auf die Meinungsbildung Einfluss nimmt, desto größer müssen auch die Sorgfalt bei der Erarbeitung und die Transparenz sein. Meinungsvielfalt soll durch Medienpluralismus und redaktionelle Unabhängigkeit erreicht werden. Die geänderten Regelungen betreffen damit die Online-Inhalte klassischer Medien, von Telemedien, Medienintermediären, Medienplattformen, Benutzeroberflächen und KI-Informationssystemen, die zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind. Einbezogen sind auch Einzelinhalte aus Angeboten der Medienplattformen. Der Staatsvertrag kann durch eine Reduzierung der Werbeverbote die Refinanzierung von Zeitungen oder Hörfunksendern verbessern. Zudem soll er die Sichtbarkeit der Angebote erreichen und sie vor algorithmischer Verdrängung schützen. Die Länder wollen so die Medienvielfalt in der Region fördern und trotz des Vormarsches der KI eine gut informierte Gesellschaft sichern. Durch das neue Gesetz soll eine objektive Meinungsbildung vor technischer Manipulation geschützt werden. Zudem erhalten die Landesmedienanstalten mehr Befugnisse und das fast 30 Jahre alte Medienkonzentrationsrecht, das noch von einer möglichen vorherrschenden Meinungsmacht von TV-Sendern ausging, wird erneuert. Klargestellt wird auch, dass bezahlte Inhalte Werbung sind. Auch in Telemedien gilt damit ein eindeutiges Trennungs- und Kennzeichnungsgebot. Damit muss jede Form gekaufter und damit fremdgesteuerter Inhalte gekennzeichnet werden. Das gilt ebenso für staatliche Informationen.

KI-Informationssysteme müssen für Transparenz sorgen
Die Vorschrift führt erstmals eine staatsvertragliche Begriffsbestimmung für journalistisch-redaktionell verantwortete Angebote ein. Die Definition umfasst sowohl Rundfunk als auch Telemedien, sofern diese regelmäßig nach journalistischen Grundsätzen erstellt werden und eine erkennbare redaktionelle Verantwortung besteht. Sie kann damit auch bei nichtklassischen Mediengattungen Anwendung finden, wie z. B. bei YouTube-Kanälen, Podcasts. Es ist dafür keine Zulassung durch eine Landesmedienanstalt geplant. Ergänzt werden die Sorgfaltspflichten. Hierzu gehören insbesondere transparente Verantwortlichkeiten und Entscheidungswege sowie bei Nachrichten interne Standards zur nachträglichen Korrektur von Fehlern. Die zusätzlichen Verpflichtungen konkretisieren, wie es in den Erläuterungen des Entwurfs heißt, die organisatorischen Anforderungen an Anbieter und Veranstalter. Neu ist auch ein Paragraph, der untersagt, durch Einsatz einer entsprechenden Software die Zahl der Nutzer künstlich nach oben zu treiben, obwohl deutlich weniger die Information konsumieren. Auch einem neuen Phänomen, den

per KI umgeschriebenen und damit »neuen« Informationen, will das Gesetz beikommen. Die KI-Informationssysteme werden künftig zu »Transparenz, Verantwortung für den Inhalt und die Quellenangabe« gezwungen.

Seit Ende September besteht die Möglichkeit, online zu dem Gesetzesentwurf Stellung zu nehmen. Ende nächsten Jahres könnte das Gesetz in Kraft treten, aber nur wenn alle Landtage zustimmen. Sollte die AfD in Sachsen-Anhalt den Ministerpräsidenten stellen, ist es allerdings ungewiss, ob das Landesparlament den Entwurf billigt und er damit überhaupt Gesetzeskraft erlangt.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 11-12/2026](#)