

Holt Euch das Netz zurück!

Martin Andree, Uni Köln /
AMP Digital Ventures GbH



PURPOSE???

**MEDIEN
sind die
Grundlage
unserer
Demokratie.**

MEDIEN



FUNKTION



INFORMATION

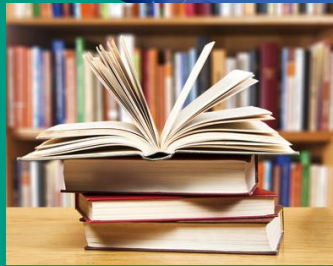
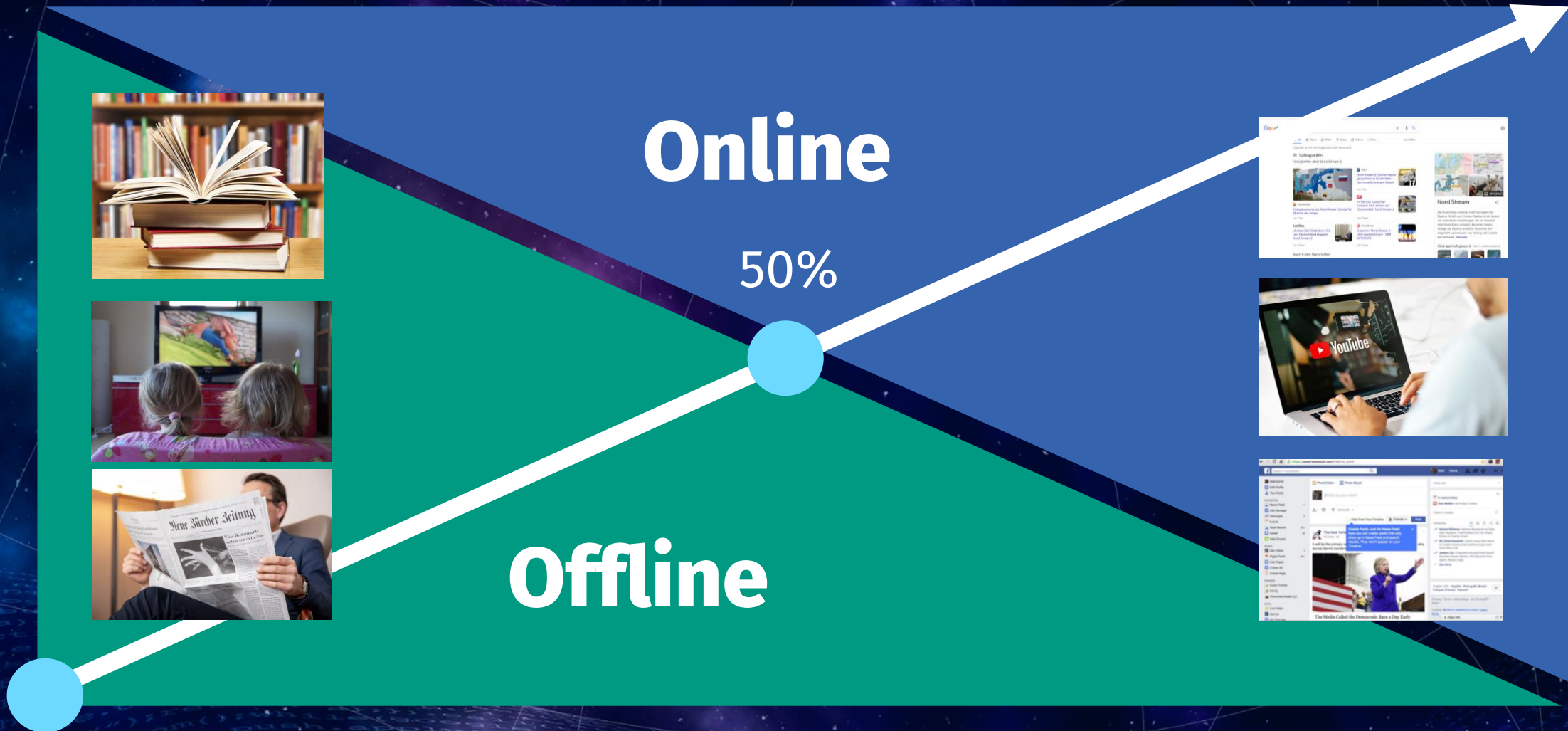


MEINUNGSBILDUNG



KONTROLLE STAAT/POLITIK

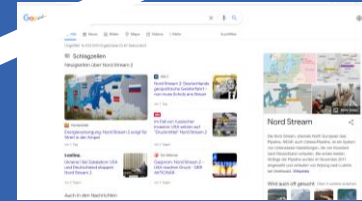
2020ff. > Digitale Medien sind Leitmedien



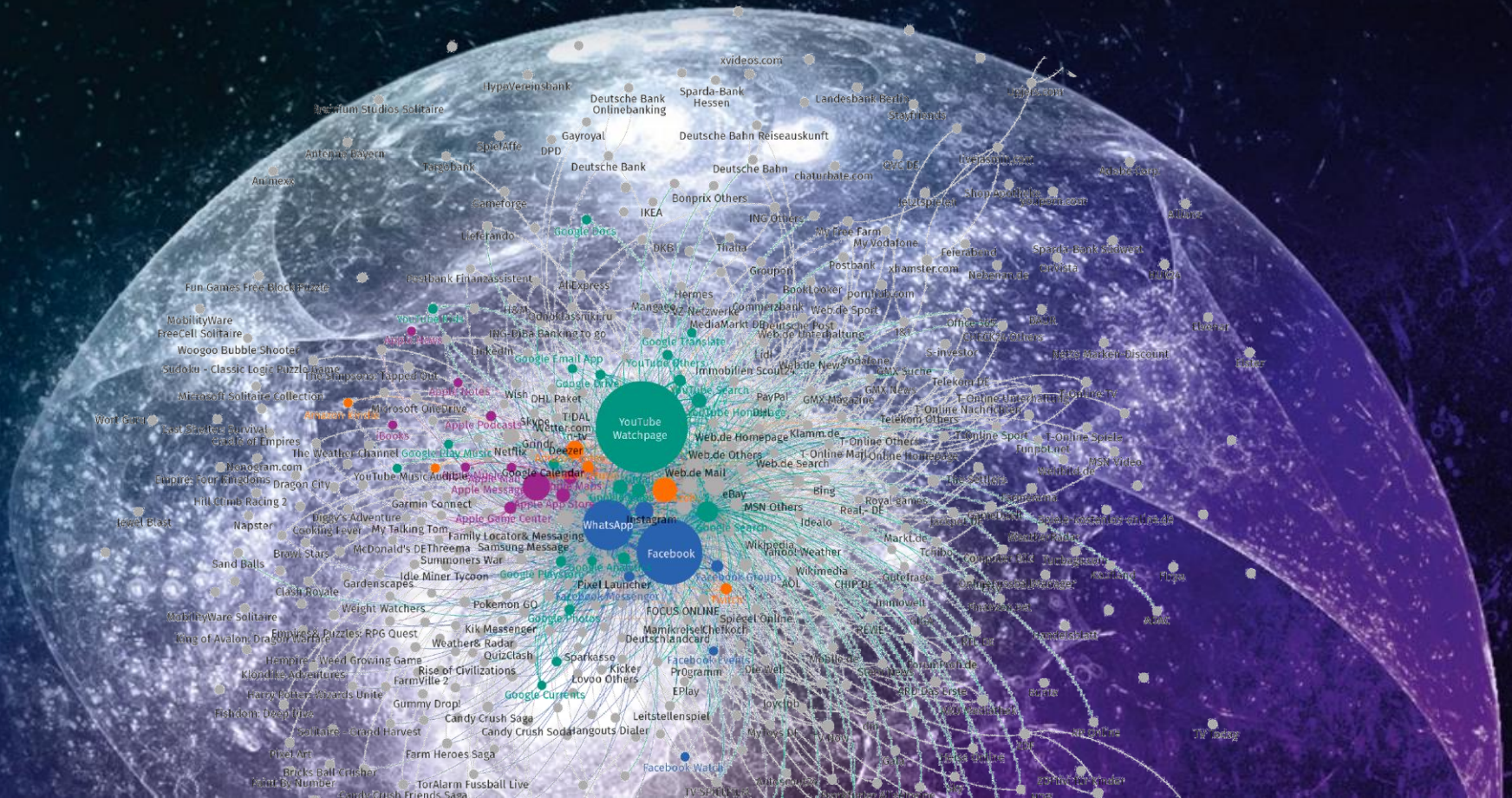
Online

50%

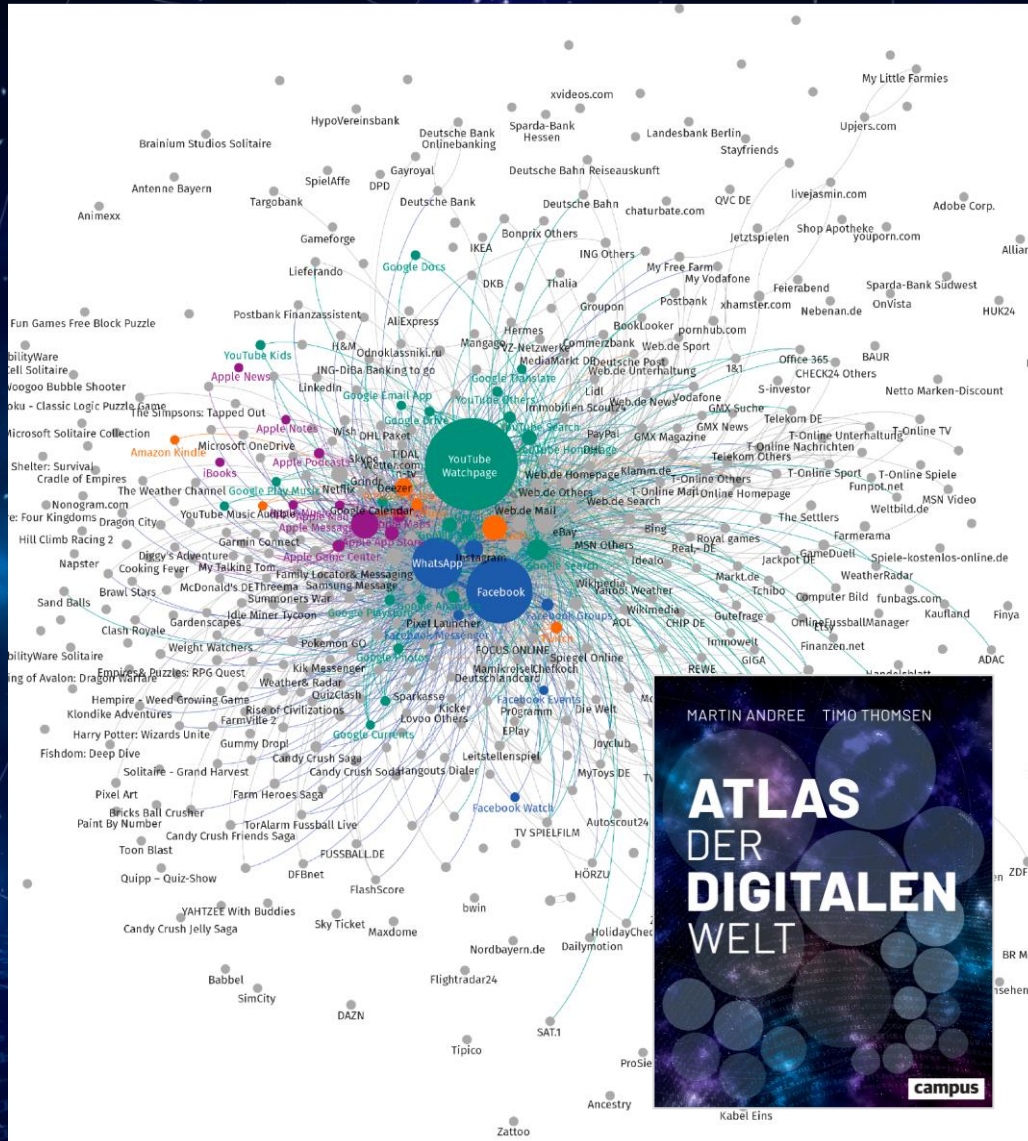
Offline



Zukünftige digitale Welt?

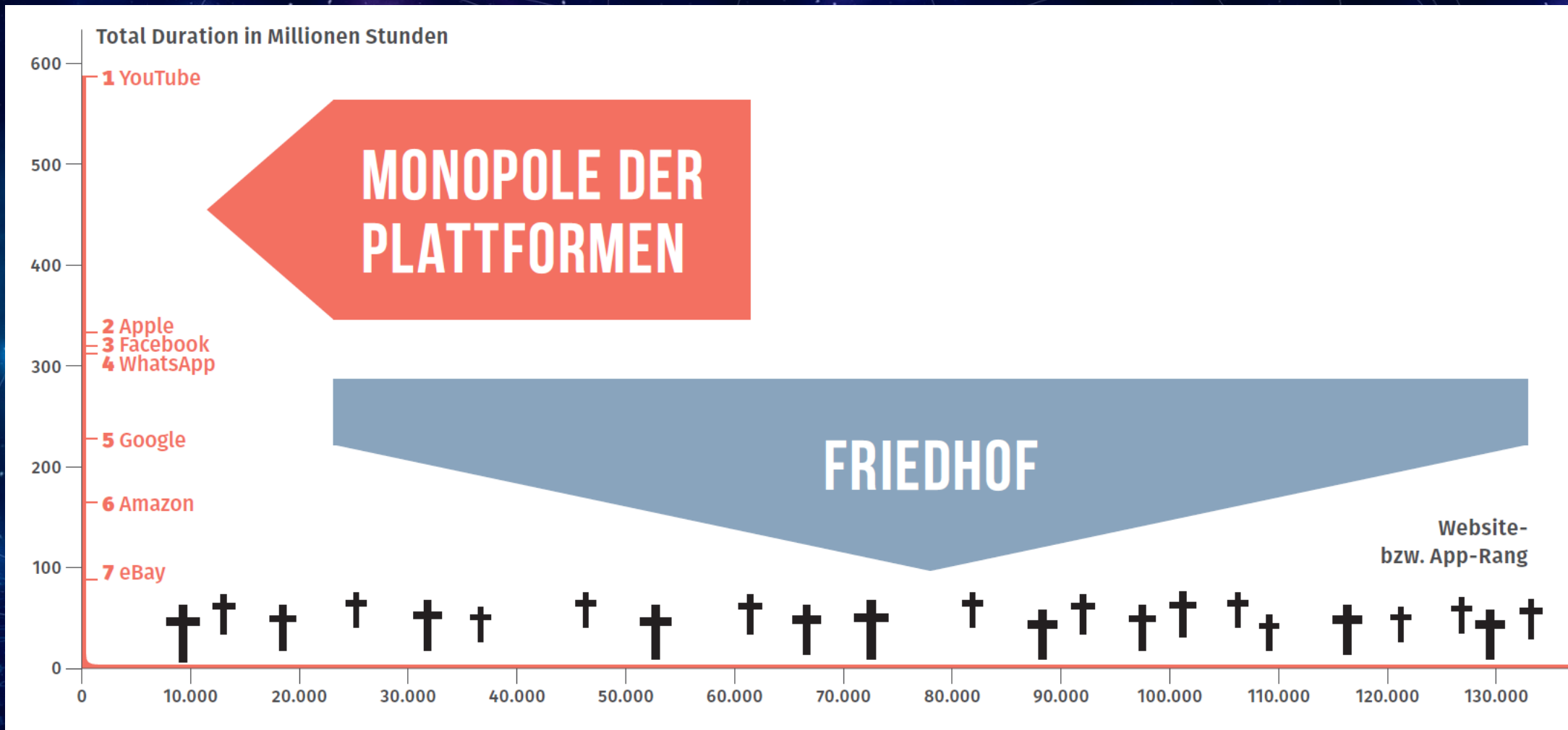


Datenbasierte „Nullmessung“ der digitalen Mediennutzung (Realnutzung, Gesamtmarkt, Deutschland)

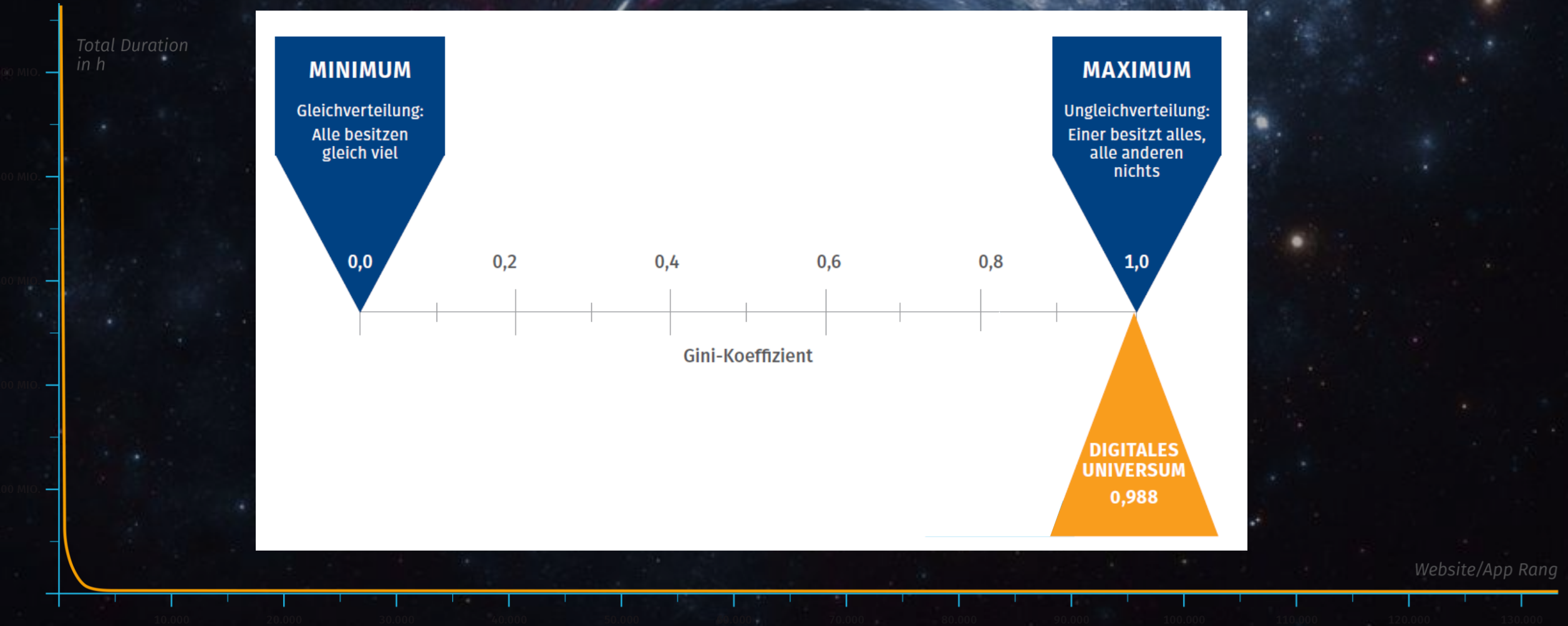


www.atlasderdigitalenwelt.de

Digitale Mediennutzung - Deutschland



Traffic – Konzentration?



Alle sind betroffen:





Total Duration
in h

100 MIO
80 MIO
60 MIO
40 MIO
20 MIO
0 MIO

**Es gelingt weltweit KEINEM PLAYER,
den Sog der digitalen Giganten zu überwinden.**

Website/App Rang

10.000 20.000 30.000 40.000 50.000 60.000 70.000 80.000 90.000 100.000 110.000 120.000 130.000



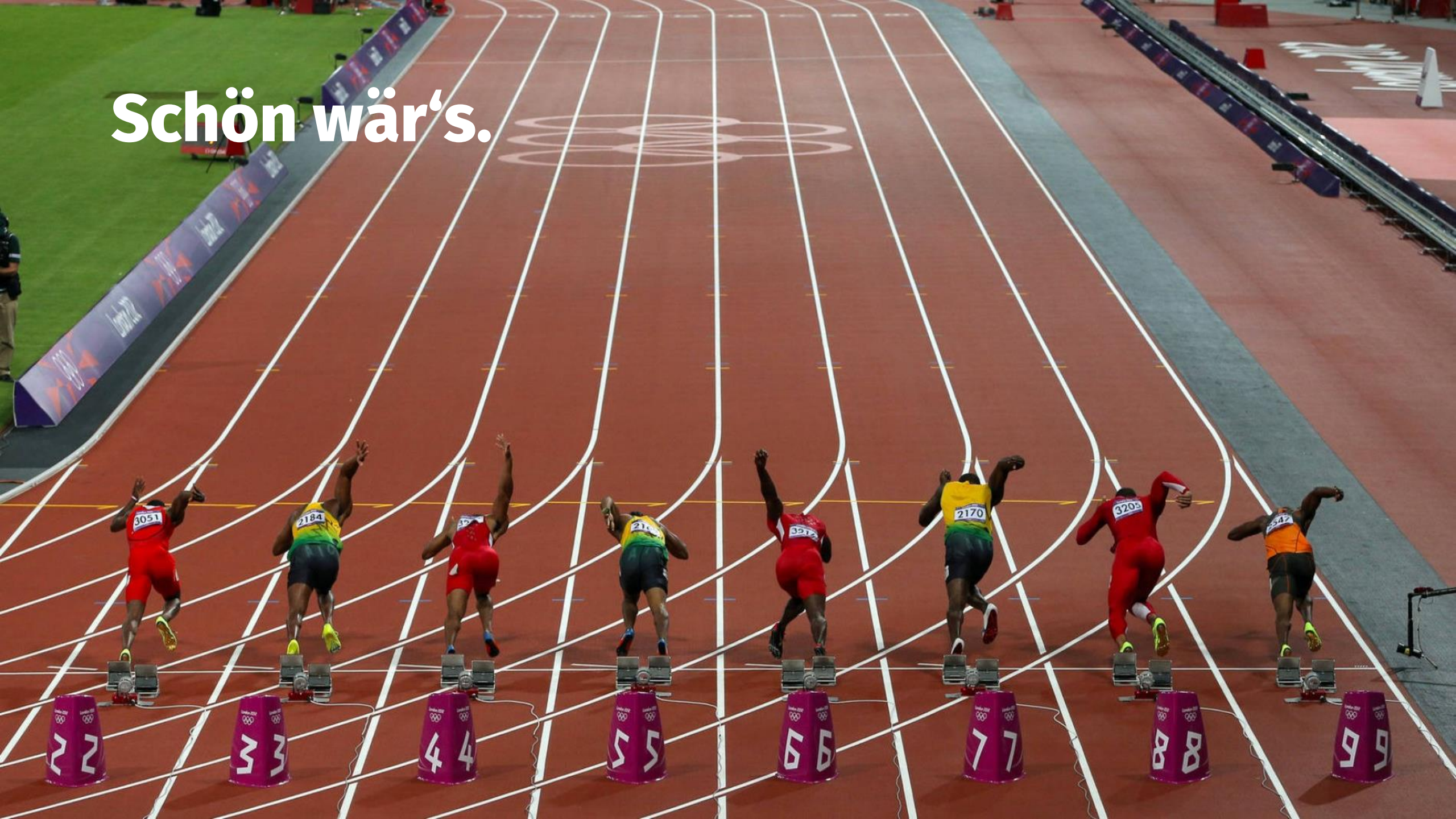
**Fairer und freier Wettbewerb
wurde im Markt der digitalen Medien
vollständig abgeschafft.**

Total Duration
in h


Website/App Rang

10.000 20.000 30.000 40.000 50.000 60.000 70.000 80.000 90.000 100.000 110.000 120.000 130.000

Schön wär's.



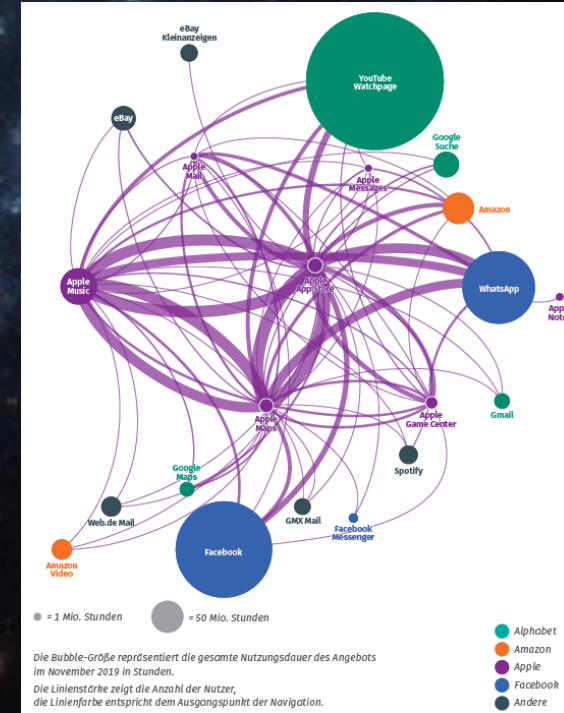
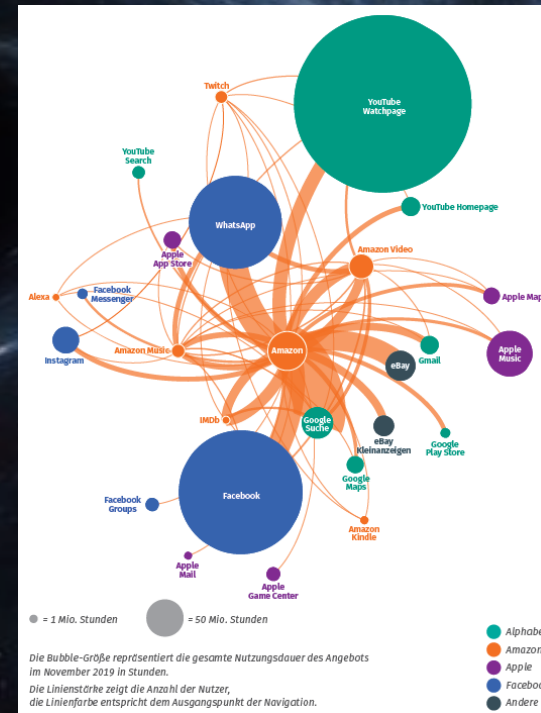
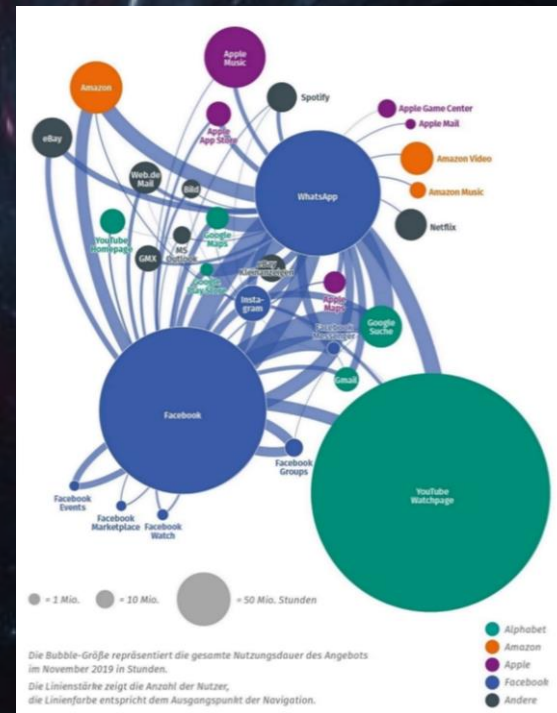
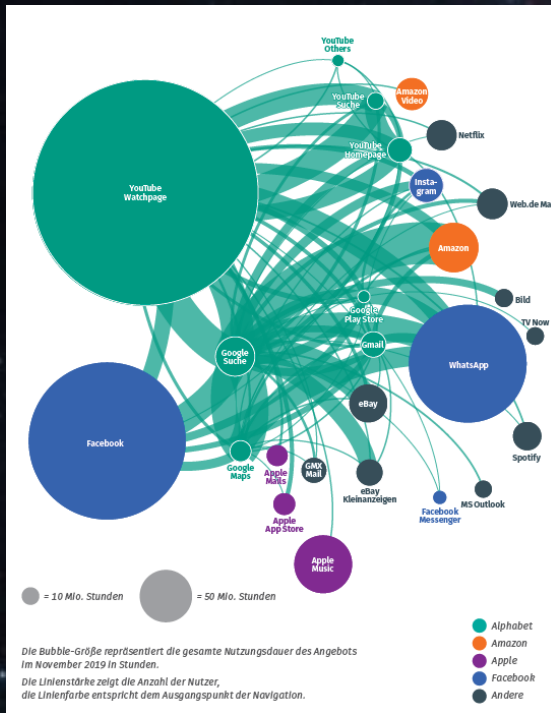
Wie hat Big Tech den Wettbewerb abgeschafft?

1. Netzwerkeffekte
2. Geschlossene Standards 
3. Herunterregelung Outlinks
4. User Generated Content ohne Honorare
5. Keine Übernahme inhaltlicher Verantwortung
6. Monopolmißbrauch / Expansion von Monopolen

Gateways: Selbstzuteilung Traffic

Total Duration
in h

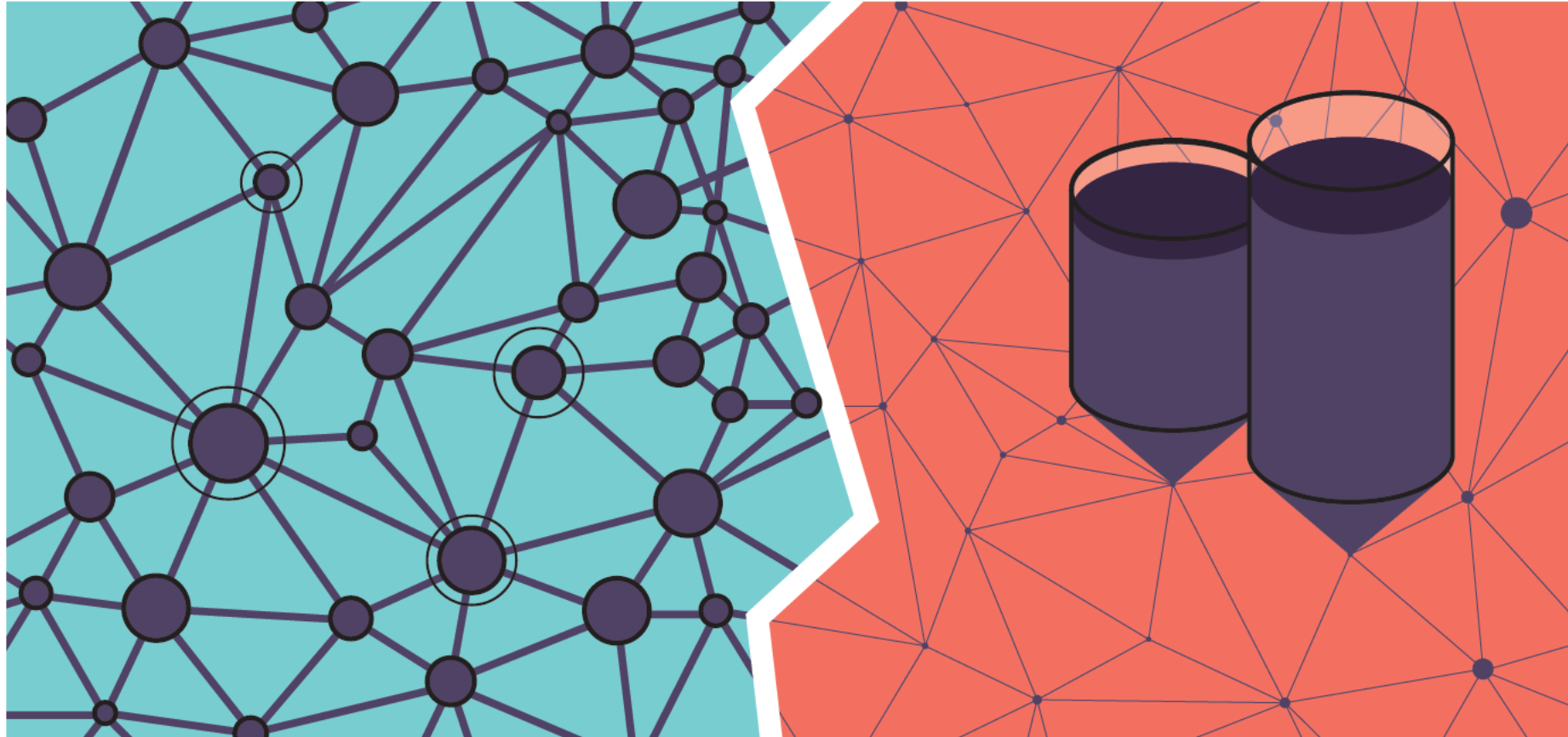
500 Mio.
400 Mio.
300 Mio.
200 Mio.
100 Mio.



Website/App Rang

10.000 20.000 30.000 40.000 50.000 60.000 70.000 80.000 90.000 100.000 110.000 120.000 130.000

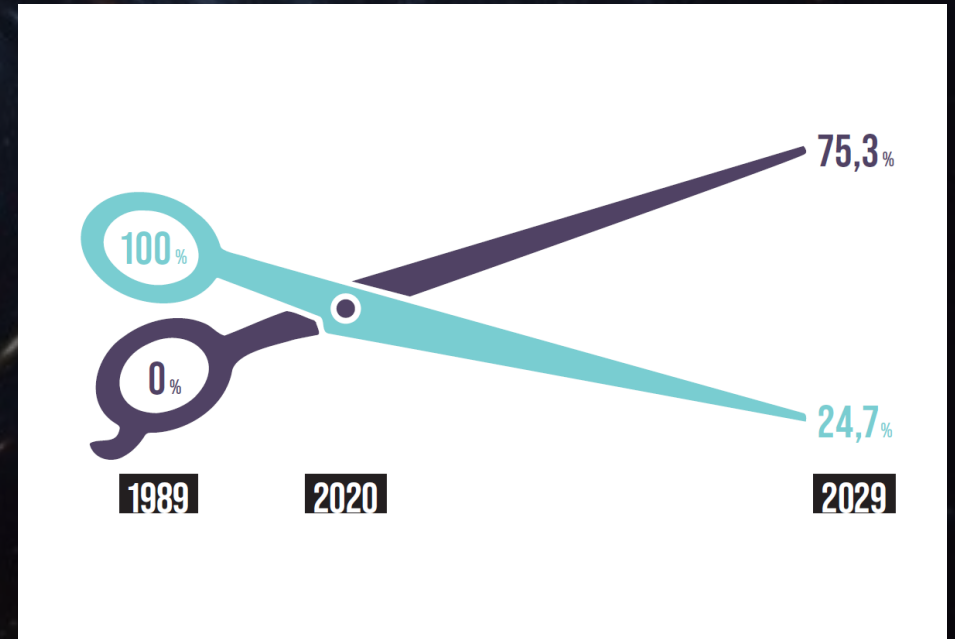
Das freie Internet wurde abgeschafft



Transformation, Prognose

- Zeithorizont: ca. 5-10 Jahre
- Wir haben keine rechtlichen Möglichkeiten, uns zur Wehr zu setzen

(Grund: unzureichendes Kartellrecht!!!)



Freie Medien – Zukunft?

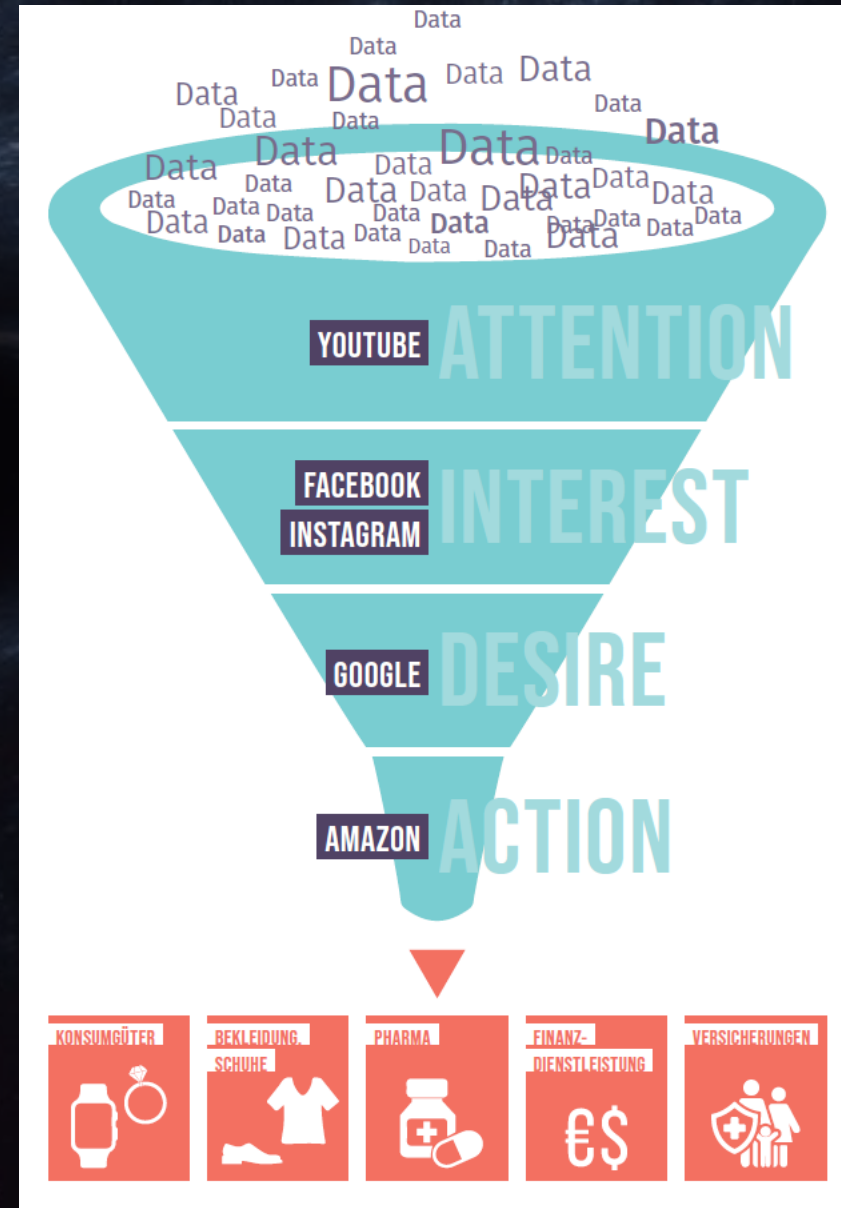
- ~~Unabhängigkeit~~
- ~~Pluralismus / Vielfalt~~
- ~~Staatsferne~~
- ~~Journalismus / Redaktionen~~
 - ~~A. Privat finanziert~~
 - ~~B. Öffentlich-rechtlich~~

**Verfassungs-
widrig**

**Es geht
NICHT NUR
um unsere
Demokratie**



Tech- Monopole kontrollieren digitale Wirtschaft



Und sonst so?

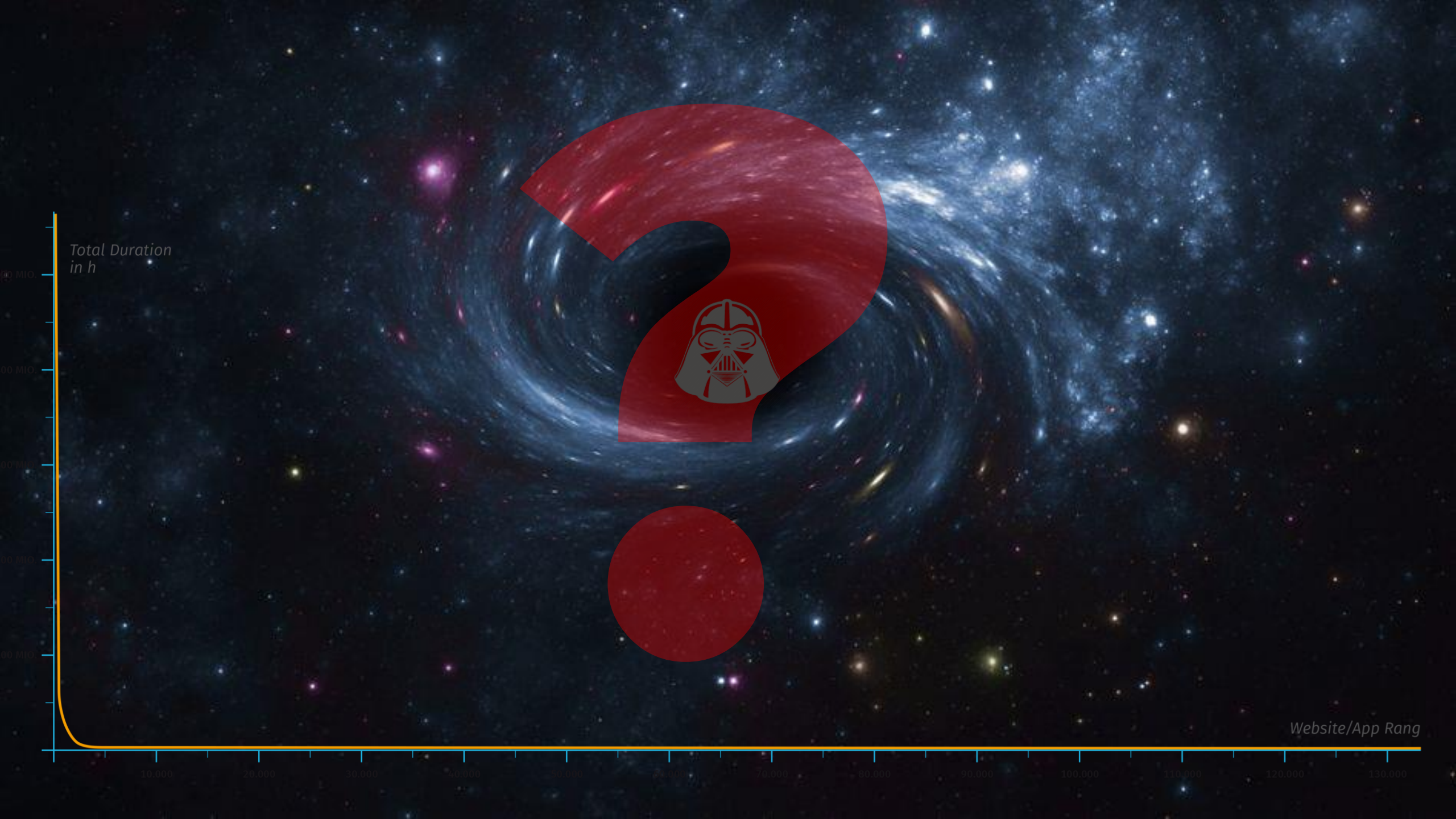
- Boosting Hass, Häme und Hetze
- Fake News
- Datenüberwachung
- Kooperation mit US Geheimdiensten
- Manipulation und Erpressung Medien / Wissenschaft
- Intentionale Gesetzesübertretungen
- Prekäre Arbeitsbedingungen
- Manipulation Wahlen



POWERED BY



...



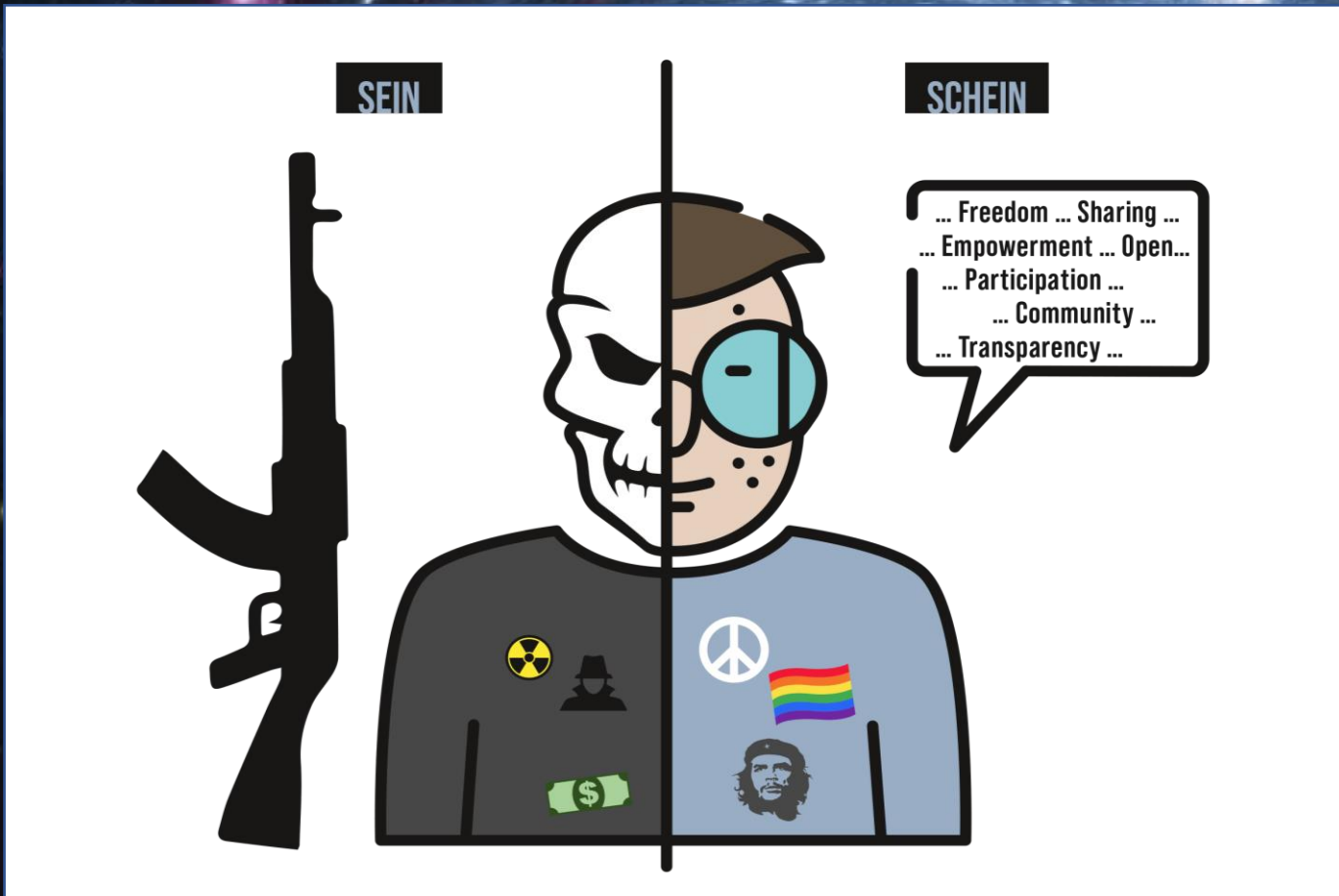
Total Duration
in h

100 MIO
80 MIO
60 MIO
40 MIO
20 MIO

10,000 20,000 30,000 40,000 50,000 60,000 70,000 80,000 90,000 100,000 110,000 120,000 130,000

Website/App Rang

Ideologie des Internet



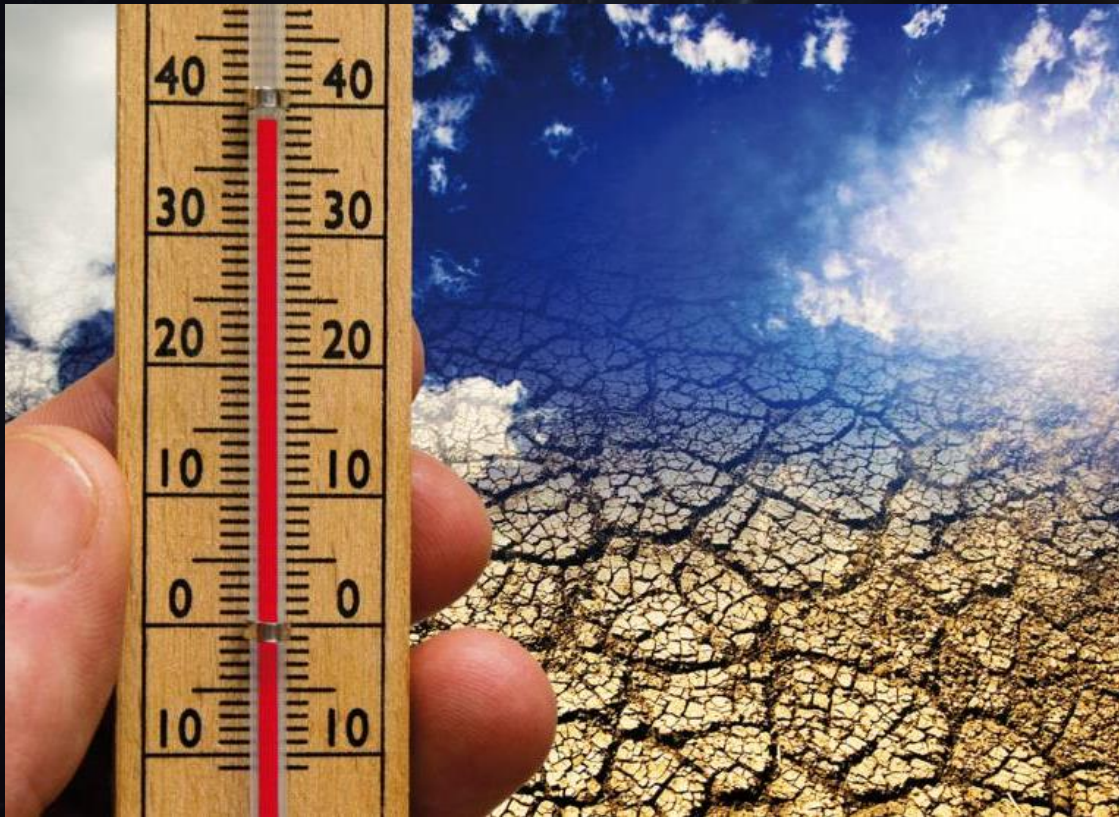
Total Duration
in h

Website/App Rang



**WIE KÖNNEN WIR
DAS PROBLEM LÖSEN?**

Gesellschaftliche Probleme – schwierig zu lösen



**Unser Problem lässt sich schnell und
ohne Kosten lösen**

Es wäre leicht, das Internet zu befreien.

1

Freiheit für Outlink Gestaltung
auf Plattformen



2

Offene Standards für Plattform
Content / Interoperabilität



3

Wirtschaftliche Trennung
von Übertragungsweg und Inhalt



4

Obergrenze 30 % Marktanteil
auch für digitale Medien



5

Verbot der Monetarisierung
strafbarer Inhalte



Es wäre leicht, das Internet zu befreien.

MARTIN ANDREE

BIG TECH MUSS WEG!

Die Digitalkonzerne zerstören Demokratie und Wirtschaft

Wir werden sie **STOPPEN**

campus

Standpunkt

Digitaler Neustart für freien Wettbewerb und Vielfalt in digitalen Märkten

Durch den Vormarsch digitaler Medienmonopole gerät der Status Quo unseres Mediensystems in einen Widerspruch mit den demokratischen Prinzipien unserer Verfassung. Deshalb brauchen wir einen konkreten Maßnahmenplan, durch den wir das Netz befreien und die Freiheit der Medien für die digitale Zukunft sichern können. Der Beitrag schlägt demgemäß neue Leitlinien für das Feld der digitalen Medienregulierung vor. Die vorgeschlagenen konkreten Maßnahmen betreffen vier Aspekte – sie sollen:

- (1) Vielfalt im Markt der digitalen Medien wiederherstellen,
- (2) digitale Meinungsmacht in demokratisierbaren Kategorien ausbalancieren,
- (3) das Prinzip der Staatsferne auch auf dem Feld der digitalen Medien sichern sowie
- (4) Transparenz von Markt- und Meinungsmacht herstellen. Die mögliche Umsetzung wird durch einen Zeitplan illustriert.

PD Dr. Martin Andree
Universität zu Köln
Medienwissenschaft mit Schwerpunkt digitale Medien
martin.andree@uni-koeln.de

Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer
Universität zu Köln
Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht
medienrecht@uni-koeln.de

Schlüsselbegriffe: Regulierung | Medienregulierung | Digitale Monopole | Digitalkonzerne | Konzentratorbildung | Medienrecht | Verfassung | Mediensystem | Öffentliche Meinung

Der vorliegende Text ist ein Gedankenexperiment. Das Internet ist mit großen Hoffnungen auf Freiheit und Entfaltung gestartet, es wird allerdings zunehmend verrechtlicht. Kommunikation wird weniger und gefiltert. Die Regeln dafür sind mehr und mehr algorithmengesteuert, die Werkzeuge befinden sich unter der Kontrolle und in der Hand weniger Unternehmen. Das macht Sorgen. Viele Menschen, die auf Freiheit getauft haben, fühlen sich ausgebeutet und machtlos. Wir sollten das Heiß des Handwerks wieder in die Hand nehmen. Die nachfolgenden Überlegungen verbinden Sorgen mit Lösungen. Vieles hängt von Richtigem ab. Diese Regeln so auszuprägen, dass das Netz wieder befreit wird, ist möglich. Manches erscheint utopisch, Vieles aber hängt nur von einem starken politischen Willen ab. Der Text präsentiert Lösungen und einen Zeitplan. Letzterer hängt an der typischen Dauer von Gesetzgebungsprozessen, Gerichts- oder Verwaltungsentscheidungen.

1. Hintergrund

Wir alle wissen, dass die analoge Medienwelt aus Zeitungen, Fernsehen und Radio immer weiter absinkt. Sie wird ersetzt durch digitale Medien. Vieles spricht dafür, dass die digitalen Medien bereits die Leitmedien sind. Dies lässt sich indirekt an der Verteilung der Werbeverhältnisse ablesen, denn seit 2020 ziehen digitale Medien mehr Aufmerksamkeitsanteile an als alle analogen Medien zusammen (vgl. Jarke 2021 und 2022; Statista 2022; Navaro 2022). Typischerweise investieren werbetreibende Unternehmen dort, wo sie die Aufmerksamkeitsanteile des Publikums vermuten – weshalb Werbeinvestitionen einen guten indirekten Indikator für die relative Bedeutung und Relevanz der jeweiligen Mediengattungen und Kanäle liefern.

Diese digitale Transformation wies an sich nicht zu beklagen. Allerdings belagern Messungen (Darstellung nach Andree/Thomson 2020) eine erhebliche Konzentration des Traffics auf die Plattformen bzw. Portale, YouTube, Facebook, Instagram, Google, TikTok etc.), wohingegen die vielen Millionen unabhängige Anbieter kaum Traffic erhalten. Das heißt: Die zukünftige digitale Medienwelt wird hauptsächlich von einigen Plattformen („Intermediären“) kontrolliert, die von wenigen großen US-Digitalkonzernen aus den USA, zunehmend aber auch aus China betrieben

4022 MedienWirtschaft 37

Standpunkt

Digitalmonopole gerade dann zu verwenden, wenn die massive Störung des Marktprinzips aufgrund der Besonderheiten digitaler Netzwerkeffekte eintritt. Daraus folgt ...

Leitlinie 1: Wir sprechen von spezifischen Monopolgefahren, wenn ein Portalbetreiber selbst oder durch von ihm kontrollierte weitere Portale auf der Meinungsbildung in den digitalen Märkten (z.B. Suchmaschinen, Social Media, Gratis-Video-on-Demand) mehr als 50 % der Nutzeraufmerksamkeit steuern und kontrollieren kann, und von einem Duopol, wenn zwei Anbieter mehr als 70 % der jeweiligen Nutzeraufmerksamkeit steuern und kontrollieren können.

2. Die aktuelle Fehlgeregulierung der digitalen Märkte basiert ganz wesentlich auf einer irreführenden Unterscheidung zwischen Inhaltserstellern und sogenannten „Intermediären“ (Deutscher Bundestag 2019). Die Unterscheidung ist schon im Ausgangspunkt fragwürdig (vgl. allgemein Jansen/Neuberger 2020). Zunächst einmal greift das Kompositum „Intermediäre“ wesentliche Definitionsmerkmale des etablierten Medienbegriffs auf (ein „Medium“ ist typischerweise ein Mittleres (medium), das sich zwischen (inter) Sender und Empfänger befindet (Münker/Roesler 2008; Hoffmann 2002; Krüger 2021)). Auch medienhistorisch ist die Unterscheidung fragwürdig: Die Nutzer haben früher aus Zeitungen, dann aus dem Rundfunk die Inhalte bezogen, aktuell tun sie dies über SoV. Hier sind die Nutzer also die eigentlichen Adressaten von Experten kaum weiter (vgl. 2023). Entscheidend wäre also die porxis der aktuellen Mediennutzung. Hier ist danklich, dass Nutzerinnen und Nutzer nicht zwischen Medien und Intermediären. Eine entsprechende Befragung (hier eindeutige Befunde (siehe Abbildung 1) markierung im Anhang!) Nutzer basieren foranziert aus verschiedenen Medien, e oder digital, gleich ob sie als redaktionsliche oder als nur scheinbar technische auftraten, gleichwohl aber Inhalte ordnen und kommerzialisieren. Aus der P Medienpraxis sind Plattformen also in Besonders faszinierend ist, dass die dig als bei Zugrundlegung einer medien) Perspektive eindeutig als Inhaltsersteller sind. Klassische offene redaktionell arbeitende (z.B. Zeitungen, lineare Fern) auf dieselbe Weise inhaltlich an, welche kat bündeln, die dann wieder an v Unternehmen verkauft wird. Man erkant die Monetarisierung bei Plattformen e gleich ist. Dass digitale Medien heute v Intermediäre behandelt werden, ist an s nisis einer regulatorischen Ausweichstrat auf die scheinbar nur passiven Dienst durch eine „Distanzierung als Geschäfte

Abbildung 1: Medien aus Sicht der Nutzer (Wordcloud, Größe gewichtet nach Häufigkeit)

Wie eingangs erwähnt mag man diesen Vorschlag als unrealistisch und utopisch ersehen. Aber ist denn wirklich so? Vieles erfordert einen starken politischen Willen zum Schutz unserer demokratischen Ordnung, manches auch europäische Initiativen. Ausdrücklich ist betont, wenn wir tatsächlich die verfassungskonforme Gestaltung der digitalen Medienmärkte zu unserer gemeinsamen Priorität machen, dann können wir einiges bewegen. Selbst das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland ist in neuen Moratorien entstanden. Wir – außer wir selbst – würde uns davon abhalten, einen überschätzten Teilbereich unserer Lebenswelt gemeinsam inhaltlich und demokratisch für unsere Gesellschaft zurückzugeben?

Uns sollte zusätzlich motivieren, dass eigentlich alle demokratischen Parteien dem vorgeschlagenen Maßnahmenpaket schnell und vorbehaltlos zustimmen dürfen.

40 MedienWirtschaft 4022

Standpunkt

Abbildung 2: Umsetzung Maßnahmen – Mögliche Timeline

erfüllen und auf aggregierter Nutzungsdauer basieren (Rechwerbebeziehungen sind hier nicht ausreichend). Sie können abgelehnt werden mit den Daten, die uns von den Plattformen zur Verfügung gestellt werden (vgl. Punkt 1).

- Politische Umsetzung und Zuständigkeit: Deutschland
- Prozess / Verantwortlichkeiten: Bundesländer, Erweiterung des Kompetenzbereichs der KKK
- Schwierigkeit: hoch
- Zeitfenster: 2025

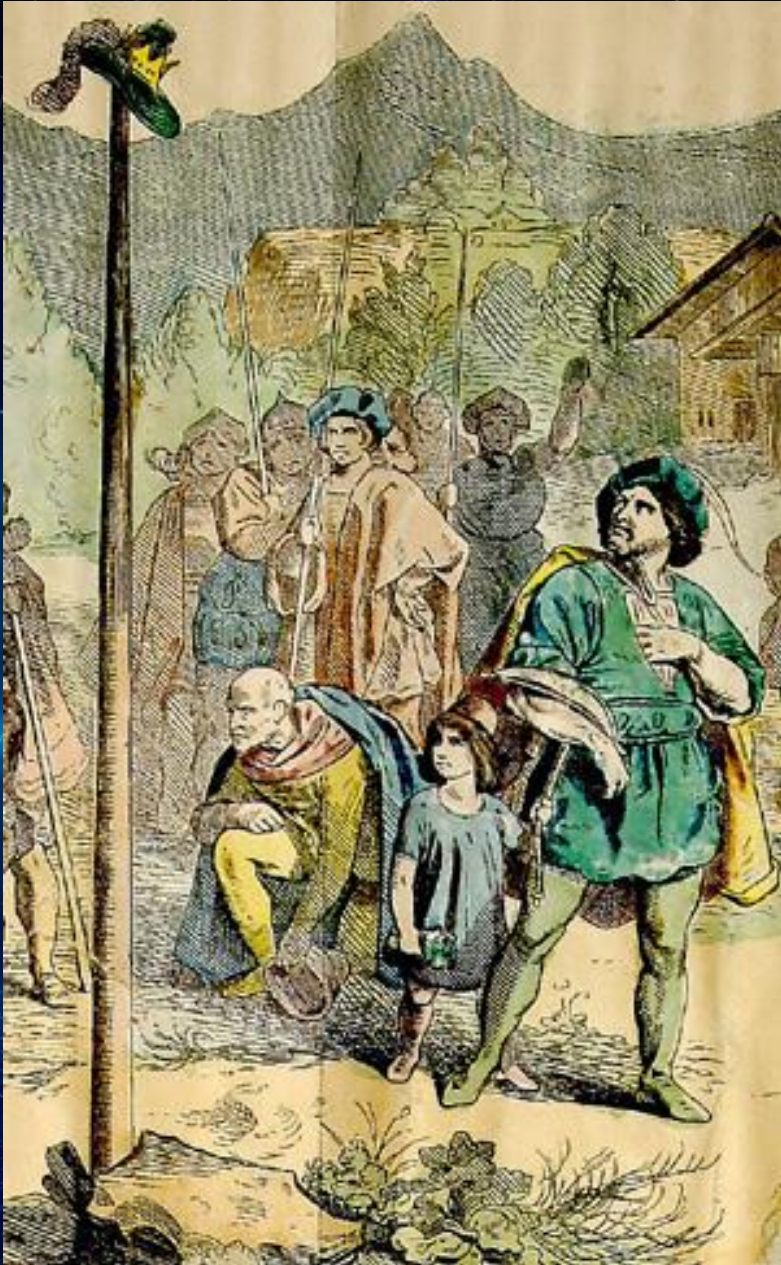
V. Umsetzung: Zeitplan

Die Umsetzung des Zeitplans zeigt das folgende Schaubild, inklusive der farblich markierten Zuständigkeiten.

Wie eingangs erwähnt mag man diesen Vorschlag als unrealistisch und utopisch ersehen. Aber ist denn wirklich so? Vieles erfordert einen starken politischen Willen zum Schutz unserer demokratischen Ordnung, manches auch europäische Initiativen. Ausdrücklich ist betont, wenn wir tatsächlich die verfassungskonforme Gestaltung der digitalen Medienmärkte zu unserer gemeinsamen Priorität machen, dann können wir einiges bewegen. Selbst das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland ist in neuen Moratorien entstanden. Wir – außer wir selbst – würde uns davon abhalten, einen überschätzten Teilbereich unserer Lebenswelt gemeinsam inhaltlich und demokratisch für unsere Gesellschaft zurückzugeben?

Uns sollte zusätzlich motivieren, dass eigentlich alle demokratischen Parteien dem vorgeschlagenen Maßnahmenpaket schnell und vorbehaltlos zustimmen dürfen.

4022 MedienWirtschaft 47



Swiss Perspectives ...

What would
WILHELM TELL
do?

Wie können Sie helfen?

www.bigtechmussweg.de



- Webseite besuchen
- Webseite weiter empfehlen / teilen
- Buch kaufen (25€ - Honorare werden gestiftet!!)
- Buch weiterempfehlen / teilen
- Veranstaltungen besuchen (siehe Webseite!)
- Mit Freunden und Bekannten darüber diskutieren



www.bigtechmussweg.de

Vielen Dank

PD Dr. Martin Andree, Uni Köln