

Olaf Scholz

Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg

„Soziale Medien: Gefahr oder Chance für Rechtsstaat und Demokratie?!?“

Veranstaltung von Rechtsstandort Hamburg e.V.

Thema: „Handlungsoptionen von Staat, Gesellschaft und Politik“

16. Juni 2017

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrter Herr Mehmel,
sehr geehrte Damen und Herren,

als sich Bertolt Brecht 1927 an die Intendanten der Radios wandte, lästerte er über die geringe Qualität der Beiträge: Man habe mit dem Radio „plötzlich die Möglichkeit, alles zu sagen“, aber man habe „nichts zu sagen“. Am meisten missfiel ihm, dass das neue Medium nur eine Richtung der Kommunikation kannte: die des Sendens. Er empfahl, den „Distributionsapparat“ in einen „Kommunikationsapparat“ zu verwandeln: Ein Medium, das es verstünde, den „Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern in Beziehung zu setzen“, sei der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens.

Wir haben heute mit dem Internet einen solchen Kommunikationsapparat, aber er hat nicht nur die Kommunikation des öffentlichen Lebens, sondern das gesamte gesellschaftliche Leben verändert. Die Digitalisierung ist ein Megatrend, der nahezu alle Bereiche und den ganzen Globus erfasst. Der große, alles umfassende Kommunikationsapparat bietet enorme Chancen für das Wachstum, für Wohlstand und für die Verbesserung der Lebensqualität von vielen Millionen Menschen. Zugleich zeigt sich zunehmend aber auch die Vulnerabilität der digitalisierten Gesellschaft. Es gibt eben keine Chancen ohne Gefahren.

Da, wo es um Information und Kommunikation geht, wo immaterielle Güter wie Nachrichten, Musik oder Bilder im Zentrum des Interesses stehen, ist die Umstellung auf die Digitalisierung besonders weit fortgeschritten. Der Hamburger Senat hat deshalb 2011 den längst fälligen Schritt vollzogen und die Themen Digitalisierung und Medien zu einem Schwerpunkt der Politik gemacht.

Die private und die öffentliche Kommunikation erlebt in kürzester Zeit eine ungeheure Veränderung. Digitale Medien schaffen ungeahnte Informationsmöglichkeiten: Die

meisten Primärquellen stehen nahezu allen offen. Niemals zuvor war die Menge der Informationen so weltumspannend, vielfältig und damit auch – so unübersichtlich.

Für die digitalisierte und wissensbasierte Gesellschaft ist die Orientierung im Netz zu einer zentralen öffentlichen Aufgabe geworden. Digitale Mittler wie Suchmaschinen und soziale Netzwerke sind inzwischen unverzichtbar, sie sind wie die digitale „unsichtbare Hand“, die zwischen denen vermittelt, die etwas suchen und denen, die etwas anbieten. Wir nennen sie deshalb auch Intermediäre, der Begriff kommt vom lateinischen intermedius, „der Dazwischenliegende“. Die hohe Akzeptanz und enorme Funktionalität der Intermediäre zeigt sich in der täglich millionenfachen Anwendung.

Die Intermediäre sind Distributionsapparate der besonderen Art, denn sie sortieren, ordnen und vermitteln nicht nur, sie treten vermehrt an die Stelle der direkten Kommunikation zwischen Käufer und Verkäufer, Künstler und Fan, zwischen Zeitungsverleger und Leser. Und sie übernehmen dabei die Einschätzung darüber, was relevant ist.

Im Journalismus etwa gehört die Vermittlung der unterschiedlichen Vorstellung von Relevanz zum klassischen Aufgabenkern. Berichte und Kommentare sind getrennt, verschiedene Personen werden zitiert usw. Suchmaschinen hingegen diskutieren nicht. Stattdessen wird auf individuelle Vorlieben gesetzt, um die Treffer zu landen, die die User wollen. Algorithmen sind ein professioneller Weg, Relevanz zu vermitteln, aber sie verändern auch die vom traditionellen Journalismus beanspruchte und in der Öffentlichkeit selbstverständlich angenommene Orientierung auf öffentliche Relevanz. Und damit beginnen die Fragen: etwa nach der Qualität und Glaubwürdigkeit der empfohlenen Seiten, nach der Relevanz für die demokratische Gesellschaft und nach den Möglichkeiten der Beeinflussung.

Was also tun? Die Vorsortierung oder auch Gewichtung von Ergebnissen zu verbieten, wäre Unsinn. Es passt auch nicht zu einer offenen Gesellschaft, die Priorisierung bestimmter Inhalte einzufordern. Man muss schon darauf setzen, dass es mündige Bürgerinnen und Bürger sind, die die Medien nutzen.

Von einem Hamburger Impuls ausgehend haben wir in einer Bund-Länder-Arbeitsgruppe 2014 damit begonnen, Lösungen zu entwickeln. Bei großer Marktmacht muss die Transparenz erhöht werden. Zum Schutz der Meinungsvielfalt, zum Schutz des Wettbewerbs und zum Schutz der Verbraucher. Dabei geht es nicht darum, die Offenlegung von Algorithmen zu fordern. Es geht vielmehr um die Offenlegung der Kriterien. Bei den großen Anbietern im Netz muss klar sein, wo gewerbliche Interessen greifen, wo Schwerpunkte gesetzt werden und welche Gesichtspunkte einbezogen werden. Das betrifft die Kriterien Aggregation, Selektion und Präsentation. Man muss zum Beispiel auch erkennen können, welche Rolle Geschäftsbezie-

hungen zu Werbeträgern spielen und ob Inhalte darauf zielen, den User möglichst lange auf der Webseite zu halten.

Die Bevorzugung von Inhalten ist nicht verboten. Auch nicht bei marktbeherrschenden Unternehmen. Aber wir brauchen ein spezielles medienrechtliches Diskriminierungsverbot. Denn je mehr die angezeigten Ergebnisse auf Personen zugeschnitten sind, desto mehr wird mit Typisierungen gearbeitet. Es bekommen eben nicht alle automatisch das gleiche. Das müssen Nutzerinnen und Nutzer schlicht wissen, um Angebote einordnen zu können. Denn der Auswahl können sinnvolle Differenzierungen zu Grunde liegen, aber eben auch unzulässige Diskriminierungen. Deshalb ist auch hier mehr Transparenz notwendig. Intermediäre mit einem besonders hohen Nutzeranteil müssen deutlich machen, dass die Unterschiede, die gemacht werden, sachlich relevant sind und nicht aus politischen, religiösen und weltanschaulichen Gründen erfolgen.

Wir haben hier die wichtige und sehr klare Aufgabe, das Prinzip der Meinungsfreiheit und der kommunikativen Chancengleichheit zu sichern. Für die politische Umsetzung gibt es mehrere Ebenen. Die Ausgestaltung der Rundfunkordnung liegt in der Kompetenz der Länder. Aber auch auf europäischer Ebene arbeiten wir daran und es wäre effizienter, einheitlichere Richtlinien zu haben. Die Kommission ist in diesem Bereich aber eher zögerlich. Ich will es mal so sagen: Wenn wir das auf europäischer Ebene nicht schaffen, machen es die Länder. Hamburg wird sehr genau auf die Fortschritte achten.

Online-Angebote werden für die Meinungsbildung immer wichtiger, das Gewicht von klassischen Fernsehangeboten und Zeitungen sinkt. Nach einer Studie (MedienVielfaltsMonitor 2016) informieren sich 18 Prozent der Bevölkerung, in dem sie Google, YouTube, Facebook oder Twitter nutzen.

Das ist verständlich, denn Soziale Medien, Plattformen und Suchmaschinen können meist eine schnelle und kompakte Übersicht über die Nachrichtenlage vermitteln. Das Problem der Transparenz der Zusammenstellung habe ich schon erwähnt. Aber es kommt noch ein zweites dazu: Die Aggregatoren nutzen bisher zumeist Inhalte, die sie nicht selbst herstellen und verdienen daran.

Schon vor gut zehn Jahren warnte der Journalistik-Professor und Kolumnist des "New Yorker" Eric Alterman vor dem Sterben des amerikanischen Zeitungsmarktes: Seine Diagnose war, dass in einer fragmentierten, chaotischen Welt, Community Konversation an die Stelle von erstklassigem Journalismus treten werde. Diese Vision scheint sich an einigen Stellen zu bewahrheiten.

Viele, die sagen, das habe ich in der Zeitung gelesen, haben Beiträge im Internet genutzt. Und es ist den Usern schwer vermittelbar, warum sie für eine Nachricht zahlen müssen, die sie an anderer Stelle gratis lesen können. Damit geht eine Verschie-

bung der Werbeflächen ins Internet einher. Die Informationsintermediäre können heute den Großteil der Werbeeinnahmen, die auf Nachrichtenmedien entfallen, zu sich ziehen. Das hat zu einer ökonomischen Schwächung traditioneller Medien geführt. Besonders die Printmedien sind betroffen. Die Gefährdung des Geschäftsmodells des Nachrichtenjournalismus ist auch eine bedrohliche Schwächung der informierten Öffentlichkeit. Wir müssen dafür Sorge tragen, dass es auch in Zukunft Geschäftsmodelle gibt, die für einen vernünftigen Journalismus stehen. Wir können uns dabei nicht nur auf die wenigen digitalen Bezahlzeitungen verlassen, die funktionieren.

Wir haben ähnliche Probleme im Bereich der Musik und der Filme. Künstlerische, redaktionelle und journalistische Leistungen müssen respektiert werden. Die demokratische Öffentlichkeit muss die Entstehung und Verbreitung kreativer und journalistischer Produkte ermöglichen und sichern. Das Grundprinzip des Urheberrechts gilt auch im Internet. Anbieter, die größere Mengen künstlerischer oder journalistischer Leistungen zugänglich machen, müssen die Rechteinhaber ausgleichen.

Diese Regelungen müssen die Produktion und Auswahl von Inhalten sichern – und zwar medienunabhängig. Und wir müssen zugleich die technischen Möglichkeiten nutzen, um Reichweite und Relevanz sicherzustellen. Um dieses Gleichgewicht zu wahren, müssen auch die durchaus unterschiedlichen Interessen von Urhebern, Verwertern, Produzenten, Rundfunkveranstaltern und Kultureinrichtungen in ein Ausgleichssystem gebracht werden.

Soziale Medien und Plattformen führen zu einer enormen Verbreitung von Beiträgen und Artikeln, denn sie belohnen die Masse. Je mehr Klicks, je mehr Traffic, desto höher ist das Ranking. Quantität wird damit zu einem zentralen Aspekt von Relevanz. Das ist ja an sich kein Problem, wenn es einfach um Beliebtheit ginge. Aber mit dem Fokus der permanenten Aufmerksamkeit ist die Verlockung verbunden, die öffentliche Aufmerksamkeit auch mit unschönen Mitteln aufrechtzuerhalten: etwa mit Polemik, Übertreibungen, mit der Abkehr von objektiver Berichterstattung und einem fahrlässigen Umgang mit Fakten.

Es scheint, als sei in zu vielen Teilen der Öffentlichkeit die Fähigkeit zwischen richtig und falsch zu unterscheiden, kein Wert mehr. Kaum etwas zeigt diese verstörende Tendenz so deutlich, wie die Anwendung des Begriffs „Fake News“ ausgerechnet auf seriöse Nachrichtenmedien.

Wir haben erlebt, wie Falschinformationen von Politikern und Boulevard-Medien gezielt dazu genutzt wurden, große politische Veränderungen herbeizuführen. Fremdenfeindlichkeit und Populismus haben es so bis in die höchsten Ämter demokratischer Staaten geschafft.

Weil dabei soziale Medien und neue Technologien eine große Rolle gespielt haben, stehen sie in der Kritik. Sie scheinen für eine Verschärfung von Populismus, antidemokratischen Haltungen und einer Abkehr von Fakten verantwortlich zu sein. Dabei darf man nicht vergessen, zu Hate Speech und Propaganda waren auch traditionelle Medien fähig. Auch die Lüge als Mittel der Politik ist nicht neu, beim Brexit wurde sie per Bus durchs Land gefahren. Und es sind inzwischen zwei sehr verschiedene US-amerikanische Präsidenten mit Twitter ins Amt gekommen.

Dennoch kann man in Foren, Kommentarspalten und in den Sozialen Medien manchmal den Eindruck bekommen, als sei das Bedürfnis nach Information, dem der Meinungsäußerung gewichen. Es gäbe, so schrieb es Hannah Bethke in der FAZ (26.04.2017) einen „Überschuss an spontaner, oftmals unreflektierter und stark werbender Kommunikation, die teilweise in Hassbeiträgen auf sozialen Netzwerken und anderen Leserforen ihren Ort hat und generell zu einer Beliebigkeit und Entwertung von Inhalten führt.“

Wenn keine echte Diskussion mehr stattfindet, wenn einseitige, private Meinungsäußerung an die Stelle von öffentlicher und diskursiver Meinungsbildung tritt, fehlt ein wichtiges Element für den gesellschaftlichen Konsens. Aber gerade die, die sich für eine wertebezogene Offenheit im Netz engagieren, denen der demokratisch verfasste öffentliche Raum und die Meinungsfreiheit am Herzen liegen, müssen bei diesem Thema für Differenzierungen werben. Wir müssen den Mut haben zu unterscheiden und zu gewichten und nicht alles für gefährlich erklären, was nicht der eigenen Hoffnung auf Qualität entspricht. Juristinnen und Juristen ist das sehr vertraut, das Abwägen und die Verhältnismäßigkeit.

Wenn täglich Millionen User Bilder aus ihrem privaten Umfeld posten, mag das eine Veränderung des gesellschaftlichen Diskurses sein, weil es „vorher“ nicht so viele solche Bilder gab, aber es ist sicher kein Grund sich Sorgen zu machen.

Auch Gossip gehört zur Kommunikation. Soziale Medien wie Facebook und Twitter haben die öffentliche Sprechfähigkeit für einen großen Teil der Bürger erst ermöglicht. Und neue Publikationsformen wie Blogs sind entstanden. Sehr viele Diskussionen im Netz finden auf hohem Niveau statt. Ein weltweites Abkommen, wie das zum Klimaschutz in Paris, wäre ohne die digitale Vernetzung von Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik nie möglich gewesen.

Dagegen sind diejenigen, die in Kommentarspalten online ihre Meinung kundtun, eine Minderheit von maximal 15 Prozent. Das sich davon einige besonders krass und abfällig äußern, sollte nicht für das Ganze genommen werden. Die sozialen Medien zeigen an vielen Stellen nur das, was auch vorher schon da war: Randgruppen, die Probleme mit der Akzeptanz von Grundrechten haben, wie wir sie etwa aus den Studien zur „Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit“ kennen. Personen, die ihrem

Hang zur Distinktion durch die Abwertung von Frauen, Homosexuellen oder Migranten nachgehen. Die sozialen Medien bringen diese Diskurse in die Öffentlichkeit.

Eine Gesellschaft muss auch mit Teilöffentlichkeiten klar kommen. In einer offenen und pluralistischen Gesellschaft wird der große gesellschaftliche Konsens auf einer allgemeinen Ebene gefunden, nicht bei einzelnen Themen. Der Zusammenhalt läuft über Werte, wie die, die das Grundgesetz hergibt.

Und dabei spielen die traditionellen Medien eine sehr große Rolle: Eine Studie über die Nutzung von deutschen Nachrichtenmedien im Netz hat jüngst gezeigt, wie breit ihre Akzeptanz ist. Die Auswertung der „Likes“ von Facebook-Usern zeigte dichte, fast spinnennetzartige Verbindungen zwischen unterschiedlichen politischen Milieus. Anhänger verschiedener Parteien nehmen auf nahezu die gleichen traditionellen Nachrichten-Medien Bezug. Allein der rechts-populistische Rand hat sich davon abgekoppelt. Man kann also nicht sagen, durch die Nutzung sozialer Medien werde eine Filterblase geformt, die eingeschränkte Perspektive, der persönliche Echoraum, lässt sich möglicherweise nur verstärkt daran ablesen.

Die Meinungsfreiheit erlaubt auch Lügen, hässliche Kommentare oder polarisierende Äußerungen. Die Grenzen sind klar definiert und – wie Sie wissen - in Deutschland noch enger als etwa in den USA: Wer über andere Menschen falsche Nachrichten verbreitet, Personen droht oder sie beleidigt, kann und sollte strafrechtlich belangt werden. Und das geschieht ja auch.

Die Intermediäre sind wie Straßen, öffentliche Plätze aber auch Wohnzimmer der digitalen Gesellschaft: an diesen Orten geschieht viel Gutes und Interessantes. Aber das Netz ist auch das Medium von Gewalttätern und Demokratieverächtern. Nach terroristischen Angriffen in Europa, Berichten von gezielten Wahlbeeinflussungen und Hackern, die sich durch eine anonyme Internetwährung bezahlen lassen, stehen die Intermediäre wiederholt am Pranger.

Sie werden verdächtigt, Falschmeldungen zu verteilen, das Zuhause von Tyrannen zu sein, Eiferer und Trolle zu fördern, Extremisten ein Sprachrohr zu bieten und geistiges Eigentum nicht zu respektieren. Geldverdienen auf Kosten der Öffentlichkeit und der Grundwerte lautet die Anklage, die, das ist selbstverständlich, ausführlich und mit aller Kraft auch über die Sozialen Medien und Plattformen verschickt wird.

Vor allem in Deutschland und in der Europäischen Union wird von den großen digitalen Unternehmen mehr Verantwortung für das, was sie verbreiten, verlangt. Das ist eine klare und richtige Botschaft, aber, wie heißt es so schön über den Beziehungsstatus auf Facebook: Es ist kompliziert.

Anbieter wie Facebook und Google gehören zu den mächtigsten und kapitalstärksten Unternehmen der Welt. Selbstverständlich haben sie eine Verantwortung. Und diese

zu übernehmen, ist auch in ihrem eigenen Interesse, denn das Vertrauen der Kunden gehört zu ihrem Grundkapital. Und sie haben an vielen Stellen in der Vergangenheit gezeigt, wie groß ihre Möglichkeiten sind.

Natürlich müssen wir Plattformen an vernünftiges Benehmen gewöhnen, dafür gibt es zum Beispiel die Möglichkeit, Anforderungen in den E-commerce Richtlinien zu formulieren. Schon vor Jahren ist es Privatpersonen und zivilgesellschaftlichen Gruppen gelungen, dass diskriminierende Auto-Vervollständigungen von Suchbegriffen abgeschaltet wurden. Und das funktioniert. Es gibt ausreichende und klare Kriterien dafür, was verboten ist. Und dabei darf es nicht nur um die US-amerikanische Prüderie gehen, sondern um die Werte des Grundgesetzes. Bei uns sind Volksverhetzung und üble Nachrede verboten, auch die sogenannten „memes“ gehören dazu. Das muss schnell entfernt werden und es muss auf nationaler Ebene Ansprechpartner geben, die für die Strafverfolgungsbehörden ebenso wie für Antidiskriminierungsverbände und Betroffene gut erreichbar sind.

Aber wir müssen uns davor hüten, komplexe gesellschaftliche Probleme wie Hass, Fundamentalismus und Kriminalität in den Verantwortungsbereich von Internetunternehmen zu schieben.

Die staatlichen Reaktionen müssen die Balance zwischen Freiheit und Sicherheit finden. Wir müssen die neuen Formen der zerstörerischen Einflussnahme genau verstehen, um eine zugleich wehrhafte und aufgeklärte digitale Öffentlichkeit zu gewährleisten. Das ist ein großer, herausfordernder Gestaltungsauftrag.

Er richtet sich an den Staat, die Parteien und politisch Aktiven, an die Zivilgesellschaft und jeden Einzelnen. Damit sind Anforderungen an Bildungspläne verbunden, wir brauchen zum Beispiel mehr Mädchen in MINT-Fächern, und ebenso sind die Hochschulen angesprochen. Wir brauchen eine Kultur, in der Wahrheit etwas zählt und nicht eine, in der schon das Bemühen, etwas Wahres zu sagen, als Ideologie gilt.

Wichtig sind auch Think-Tanks und NGOs, die sich für ein demokratisches Netz engagieren. Und ganz besonders wichtig ist es, dass sich immer mehr Juristinnen und Juristen mit dem Thema beschäftigen, die Steuerjuristen, die Strafrechtler, die Verfassungsjuristen usw. Sie sind diejenigen, die kenntnisreich abwägen, Überregelungen vorbeugen und gute Konzepte liefern können.

Und immer geht es auch um die Medien. Eine freie Gesellschaft braucht Medien, denen sie vertrauen kann. Sie braucht Medien, die Fakten recherchieren, zusammenfassen und verständlich präsentieren. Eine zentrale Rolle für die Grundversorgung mit glaubwürdigen und seriösen Inhalten spielen übrigens in Deutschland ganz wesentlich die gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Gegen die Tendenz Wahrheit, Objektivität und Fakten zu negieren, gibt es erfreuliche Gegenbewegungen: „I can't believe I'm marching for facts!“, stand auf einem der Schilder zum March for Science. Eine ähnliche Refokussierung auf Fakten und objektive Berichterstattung zeigt sich jetzt auch im Journalismus, etwa in den Redaktionen, die, wie die BBC, fact checking Abteilungen aufbauen. Dass auch Leserinnen und Leser das zunehmend mehr honorieren, sehen wir an den steigenden Abonnentenzahlen etwa beim Wall Street Journal oder der New York Times.

Die Antwort auf kostenlose User und Meinungen auf Falschinformationen im Netz wird sowohl in Boulevardmedien als auch in der Nachrichtenpresse eine Steigerung der Qualität sein müssen. Die Presse muss sich bei den von ihr *recherchierten* Informationen um Vollständigkeit bemühen. Und darf eben nicht bloß die der eigenen Meinung dienlichen Tatsachen berichten. Denn das gibt es umsonst im Internet.

„When they go low, we go high“ – war einer der Kernsätze des letztjährigen US-Wahlkampfes, gesprochen von Michelle Obama. Und dieses Prinzip ist auch im Umgang mit neuen Medien eine gute Orientierung.

Vielen Dank!