

Stakeholder-Sitzung

4. Mai 2024, Online



In der 3. Online-Sitzung des Bürgerrates am 4. Mai 2024 haben die Bürger:innen mit Stakeholdern über die vorläufigen Empfehlungen diskutiert.

Teilnehmende Stakeholder nach Thema

Sensibilisierung und Bildung

- Andreas Pankratz (Referent Bundeszentrale für politische Bildung)
- Kirsten Limbecker (Referentin Sächsische Landeszentrale für politische Bildung)
- Katharina Kunze (Projektleitung Deutschland sicher im Netz e.V.)
- Sophia Becker (Projektleitung Business Council for Democracy, Gemeinnützige Hertie-Stiftung)

Social Media

- Dr. Eva Flecken (Direktorin der Medienanstalt Berlin-Brandenburg)
- Sven Winter (Chief Community Officer, Gutefrage.net)

Teilnehmende Stakeholder nach Thema

Einfluss fremder Staaten

- Jan Beyer (Senior Digital Methods Manager and Technical Lead, Institute for Strategic Dialogue)
- Sarah Bressan (Research Fellow, Global Public Policy Institute)

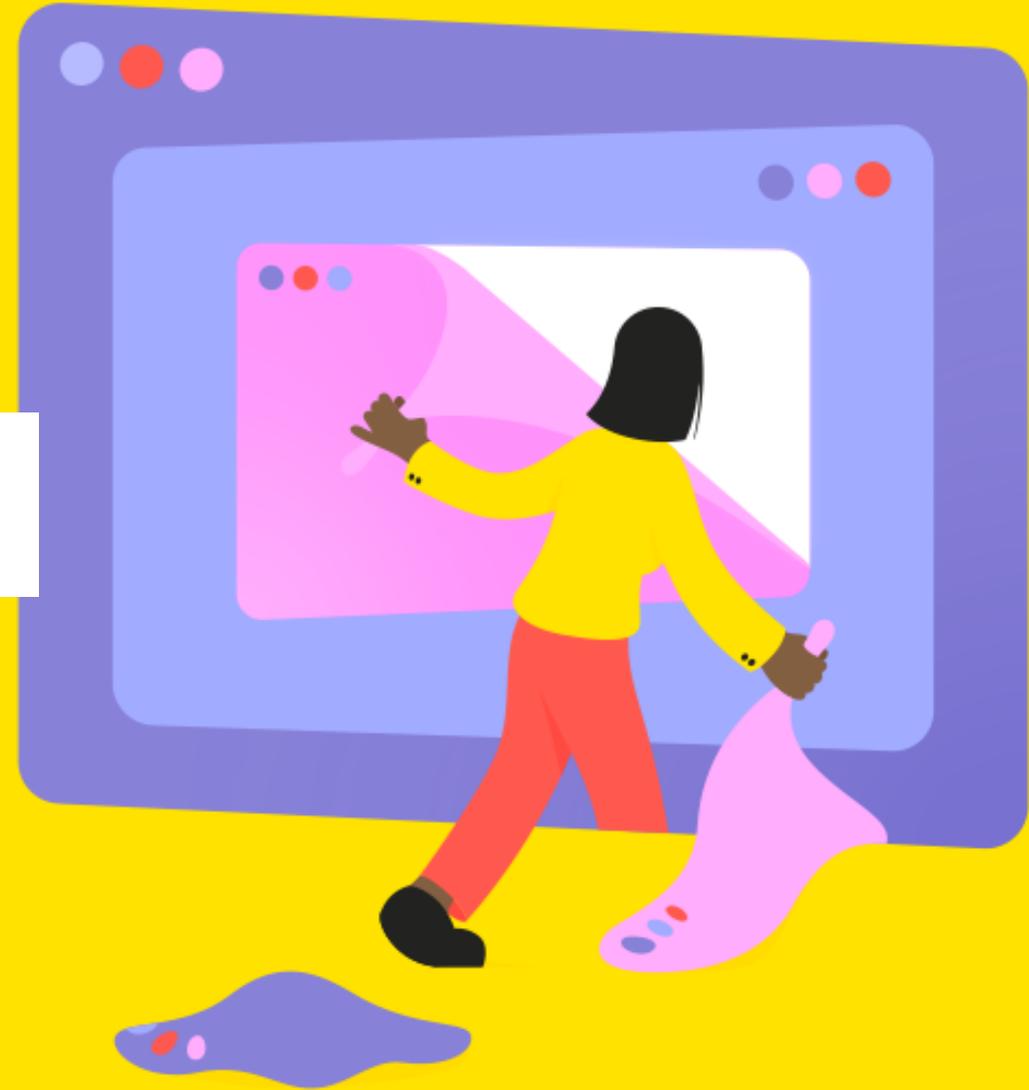
Künstliche Intelligenz

- Matthias Spielkamp (Geschäftsführer, AlgorithmWatch)
- Jeanette Gorzala (Vizepräsidentin, European AI Forum)

Medienpraxis und Journalismus

- Anja Pasquay (Leiterin Kommunikation, Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger)
- Thomas Borgböhmer (Referent, Landesanstalt für Medien NRW)
- Tobias Blanken (Referent Chefredaktion, WELT)
- André Schünke (Journalist, Tagesschau)

Zentrale Punkte
aus der Diskussion
mit Stakeholdern



Einrichtung parteiunabhängiger zentraler Stellen zur Meldung, Prüfung und Richtigstellung von Desinformationen



Die Forderung nach zentralen Stellen ist laut der Expert:innen wichtig und richtig

- Die geforderte staatliche Stelle braucht Informationen von Geheimdiensten und Behörden und muss daher zentral angesiedelt sein
- Zentrale Frage: Wo ist diese Stelle zu verorten und wer kontrolliert sie?
- Die Zusammenwirkung einer zentralen staatlichen Stelle und einer unabhängigen Expertenkommission ist wichtig
- Betonung der Parteiunabhängigkeit und politischer Unabhängigkeit

Zusammenarbeit mit bzw. Verpflichtung von Unternehmen

- Es sollte eine Schnittstelle zu Plattformen eingerichtet werden, dafür sind klare Regeln notwendig

Einrichtung parteiunabhängiger zentraler Stellen zur Meldung, Prüfung und Richtigstellung von Desinformationen



Herausforderungen

- Ausländische vs. Inländische Desinformationskampagnen: Das Erkennen von staatlicher Einflussnahme im Bereich der Desinformation ist schwierig - Desinformation kommt nicht immer von fremden Staaten
- Die Trennung von Desinformationen, die in- und ausländisch sind, ist nicht immer möglich - daher sollte es eine übergeordnete Institution geben, zusammengesetzt aus unabhängigen Fachleuten und Vertreter:innen des deutschen Staates
- Kapazitäten: Wie kann mit der Flut von Informationen umgegangen werden?
- Bereits existierende Strukturen vernetzen

Kampagne zur Sensibilisierung und Bildung der breiten Öffentlichkeit zum Thema Desinformation

Sensibilisierung
und Bildung

Ergänzungen für die Ausformulierung der Empfehlung

- Es gibt bereits viele Initiativen: Bisherige Beispiele für Kampagnen richten sich primär an jüngere Menschen und nicht an die älteren Bevölkerungsgruppen und dringen nicht ausreichend ins öffentliche Bewusstsein durch
- Die Kampagne soll auch analoge Wege nutzen, um Vertrauen zu bilden
- Wichtig für eine längerfristige Wirkung ist, dass die Kampagne an weiteren Maßnahmen andockt
- Die Etablierung einer Plattform kann eine verbindende Maßnahme zwischen der Kampagne und gezielten zielgruppenspezifischen Angeboten sein (z.B. Faktenchecks, Kontaktdaten zu Bildungseinrichtungen, Vermittlung weiterer Bildungsangebote)
- Vielsprachige Kommunikation ist wichtig, um mehr Leute zu erreichen

Medienkompetenz stärken

Sensibilisierung
und Bildung

Grundsätzlich: keine politische Einflussnahme bei Medienkompetenzstärkung als wichtige Basis

- Es braucht weniger die Aufklärung zu konkreten Informationen, sondern es geht eher allgemein darum, das Verhalten ausländischer Akteure, die Desinformationen verbreiten, zu verstehen

Herausforderungen

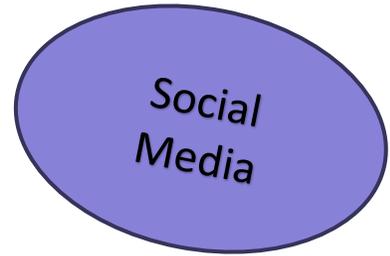
- Die Mehrheit der Bevölkerung wird mit den bestehenden Kampagnen nicht erreicht
- Spannungsfeld: Einfache Sprache vs. Klare Darstellung von komplexen Sachverhalten
- Die Finanzierung von Kampagnen als zentrale Herausforderung: Es braucht Kooperation von vielen Akteuren aber auch die Eigenverantwortung der Bürger:innen

Zielgruppenorientierung und Sensibilisierung

Sensibilisierung
und Bildung

Eine zielgruppengerechte Ansprache ist wesentlich

- Hier muss v.a. das Alter mitgedacht werden, da die Mediennutzung höchst unterschiedlich ist
- Es gibt bereits Kampagnen, Angebote, Bildungsformate etc., die auf die Sensibilisierung und Befähigung der Bevölkerung abzielen, diese erreichen aber noch nicht alle Menschen
- Verschiedene Vereine, Institutionen und Initiativen sollten bei der Verbreitung von Maßnahmen und Informationeneinbezogen werden
- Zielgruppenspezifische Multiplikator:innen können dabei helfen, die Bekanntheit zu verstärken
- Eine Aktionswoche könnte Aufmerksamkeit erregen und eine Kette an Maßnahmen binden



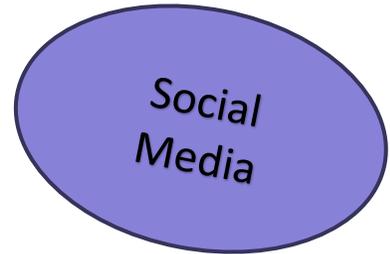
Aktive und schnellere Aufklärung über konkrete Desinformationen

Konkretisierung der Maßnahme

- Spielerische, ansprechende und zielgruppengerechte Aufarbeitung der Richtigstellung von Desinformationen auch auf Social Media
- Antworten müssen schnell kommen: Man benötigt zertifizierte Moderator:innen, die zuständig sind

Herausforderung

- Häufig geht es nicht um eine konkrete Information, sondern um die schrittweise Erosion in das Vertrauen in Demokratie
- Frage nach Ressourcen zur Verarbeitung von großer Informationsflut



Plattformen stärker in die Verantwortung nehmen

Es ist wichtig, Plattformen zur Übernahme von Verantwortung zu verpflichten

- Plattformen agieren auch schon in der Arbeit gegen Desinformation, z.B. durch KI-Kennzeichnung, sollten im Fokus bleiben, da öffentliche Aufmerksamkeit Handlungsdruck verstärkt
- Idee: Eine Art Plattform-TÜV, der nicht weisungsgebunden sein darf (im Spannungsfeld zur staatlichen Finanzierung einer solchen Stelle)
- Transparenz von Plattformen und ihren Algorithmen muss verbessert werden (AI-Act)

Neue Funktionen für mehr Bewusstsein auf Plattformen

- Erinnerung an Posts, die man bereits geschrieben hat: Soll der Post öffentlich bleiben?
- Vereinfachte Löschung von Posts
- Verzögerte Verbreitung von Posts: KI-Tools zur Prüfung einsetzen

Künstliche
Intelligenz

Kennzeichnung KI-generierter Inhalte

Die Entwicklung von KI und ihre Nutzung ist hochdynamisch

- KI-generierte Inhalte sind bereits stark im Einsatz, es muss definiert werden: Wann ist KI eigenständige Quelle und muss genannt werden?
- Kennzeichnungspflicht, sobald KI genutzt wird (z.B. Bildbearbeitung, Erstellung von Texten)
- Pflicht zur einheitlichen Kennzeichnung sollte EU-weit und auf internationaler Ebene erfolgen
- Hinter der Kennzeichnung sollte ein Zertifikat als technische Lösung hinterlegt sein

Medienpraxis und Journalismus



Das Vertrauen in öffentliche Medien und seriöse Medien muss gestärkt werden

- Vorhandene Institutionen (Presserat, Medienaufsicht) sollten sichtbarer werden
- KI-Zertifikat, um Änderungen von Inhalten nachzuvollziehen - Medienhäuser können damit ihre Inhalte schützen
- Technischen Hilfsmittel und künstliche Intelligenz sind noch nicht in der Lage, adäquat gegen Desinformation eingesetzt zu werden: "Werkzeuge" sind in den richtigen Händen hilfreich in den falschen schädlich

Herausforderung

- Viele Menschen werden durch Qualitätsmedien bereits jetzt nicht mehr erreicht

Feedback

aus der Politik

Zusätzlich zu dem Feedback der Stakeholder wurde schriftliches Feedback von Bundestagsabgeordneten eingeholt.



Schriftliches Feedback aus der Politik

Folgende Bundestagsabgeordnete haben sich schriftlich geäußert:

- **Catarina dos Santos-Wintz**, MdB, Bundestagsabgeordneter für die CDU/CSU-Bundestagsfraktion, u.a. Mitglied im Ausschuss für Digitales sowie im Ausschuss für die Angelegenheiten der Europäischen Union
- **Lamya Kaddor**, Bundestagsabgeordnete für Bündnis 90/Die Grünen, u.a. innenpolitische Sprecherin der Bundestagsfraktion
- **Thomas Hacker**, Bundestagsabgeordneter für die Fraktion der Freien Demokraten (FDP), u.a. Europapolitischer Sprecher und Medienpolitischer Sprecher der Fraktion
- **Carmen Wegge**, Bundestagsabgeordnete für die SPD-Fraktion, u.a. Berichterstatterin für Überwachungsbefugnisse der Sicherheitsbehörden, Datenschutz und Informationsfreiheit, Kriminalität im Internet, die Digitalisierung der Verwaltung und das Waffenrecht.



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Medienkompetenz und Öffentlichkeit

Lamy Kaddor, Die Grünen: „Die Idee einer Sensibilisierungskampagne empfinde ich als sehr wertvoll. Hier wäre aus meiner Sicht zu klären, wer eine solche Kampagne durchführen soll. Sollen dies die Bundesregierung bzw. die Landesregierungen oder zivilgesellschaftliche Organisationen übernehmen? Ich würde für einen vernetzten Ansatz plädieren, in dem verschiedene Akteur*innen, der Staat, NGO, aber auch die Wirtschaft eine solche gemeinschaftliche Sensibilisierungskampagne tragen.“

Catarina dos Santos-Wintz, CDU/CSU: „Im vergangenen Jahr hat Youtube eine große Kampagne in verschiedenen europäischen Ländern zur Sensibilisierung gegen Fake News, zusammen mit verschiedenen NGOs und wissenschaftlich begleitet, auf den Weg gebracht. Das ist aus meiner Sicht ein gangbarer Weg. Wir müssen uns aber darüber bewusst sein, wie so etwas finanziert werden kann. Auch seitens der EU laufen verschiedene Kampagnen, insbesondere mit Blick auf die kommenden EU-Wahlen. Hierzu gab es intensive Arbeitsgruppen Gespräche mit den zuständigen Regierungen der EU-Staaten (auch Deutschland) im letzten Jahr.“



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Medienkompetenz und Öffentlichkeit

Thomas Hacker, FDP: „Die Kampagnen zur Sensibilisierung können wir generell gutheißen. Die gesamte Bevölkerung sollte für den Umgang mit Desinformationen umfassend befähigt und vorbereitet werden. Was hier zu ergänzen wäre, ist die Bedeutung einer generell zielgruppenorientierten Ansprache aller Teilnehmer:innen. Genau wie sich die unterschiedlichen Arten von Desinformationen an ein bestimmtes Zielpublikum richten, sollte sich dies bei Aufklärungsmaßnahmen ebenso verhalten, um nicht mit dem Gießkannenprinzip Ressourcen zu verschwenden. Dafür sind die von Ihnen präsentierten unterschiedlichen Maßnahmen bereits ein guter erster Schritt, lassen sich doch durch variierende Formate unterschiedliche Menschen ansprechen. Diese unterschiedlichen (zielgruppenorientierten) Maßnahmen, wie das angeführte Quiz oder die Video-Kampagnen, sollten durch mit an sie angepasste inhaltliche (zielgruppenorientierte) Schwerpunkte gefüllt werden.“



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Medienkompetenz im Bildungssystem

Lamy Kaddor, Die Grünen: „Diese Maßnahmen lassen sich wirklich gut hören. Zu klären wäre aus meiner Sicht hier, welche Stelle diese Zertifizierung von Journalist*innen und Medien durchführt. Wichtig ist hier zu betonen, dass dies eine staatsferne, unabhängige Stelle sein muss. Es darf nicht so wirken, als dass hier staatlich eine Qualitätskontrolle oder Rangliste durchgeführt wird, die die Unabhängigkeit der freien Presse und deren Rolle als "vierte Gewalt" untergräbt.“

Catarina dos Santos-Wintz, CDU/CSU: „Wichtig ist vor allem, dass jeder dazu befähigt wird, sich selbst und sein Verhalten zu hinterfragen. Und zwar in allen Altersstufen. Zudem sind nach wie vor journalistische Standards zentral, damit Medien Desinformation nicht unwissentlich weiterverbreiten. Auf der anderen Seite ist eine Nachrichtenkompetenz bei Bürgerinnen und Bürgern von großer Bedeutung, zumal sich viele vermehrt online informieren.“



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Medienkompetenz im Bildungssystem

Thomas Hacker, FDP: „Ein aktuelles Gutachten der Landesmedienanstalten verweist auf die Notwendigkeit von technologischen Kompetenzen als Grundlage für Medienkompetenz (<https://www.die-medienanstalten.de/service/gutachten/kuenstliche-intelligenz/>) Den Resultaten der Studie folgend, sollte eine Stärkung der Medienkompetenz mindestens mit einer Verbesserung der technologischen Kenntnisse einhergehen, wenn diese technologischen Kompetenzen der geforderten Medienkompetenz nicht sogar vorgeschaltet sein sollten. Somit gilt es den zuständigen Entscheidungsträger:innen auf Landesebene die notwendigen Informationen an die Hand zu geben und die Maßnahmen mit der gebotenen Dringlichkeit flächendeckend einzufordern.“



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Transparenz und Quellen

Carmen Wegge, SPD: „Die Plattformen müssen aus meiner Sicht noch zu deutlich mehr Transparenz verpflichtet werden und sollten zudem ihre Geschäftsmodelle auch dahingehend überdenken, wie sie diesen Entwicklungen entgegenwirken können. Auch zeigt sich, wie verkürzt die Debatte um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geführt wird: Er sollte eine stärkere Bedeutung bei der Ermöglichung einer digitalen europäischen Öffentlichkeit bekommen und mehr Raum für demokratischen Austausch schaffen.“

Catarina dos Santos-Wintz, CDU/CSU: „Die Möglichkeiten einer Gesetzesinitiative zur Richtigstellung von Desinformation könnte durchaus diskutiert werden. Beide Anregungen zur Offenlegung von Quellen und die Zertifizierung von Medien sehe ich mit Blick auf die Pressefreiheit (Quellenschutz) als schwierig an.“



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Verantwortung der Plattformen

Lamy Kaddor, Die Grünen: „Diese Maßnahmen unterstütze ich sehr. Hier wäre es wahrscheinlich spannend einmal querzulesen, inwieweit das in die gesetzlichen Vorgaben des Digital Services Act eingearbeitet und ergänzt werden könnte.“

Thomas Hacker, FDP: „Die Plattformen werden aktuell bereits durch den DSA (Digital-Services-Act) auf europäischer Ebene dazu verpflichtet, Standards einzuhalten. Hierdurch werden die Verbraucher:innen und Mitglieder, insbesondere auch Kinder, geschützt, Grundrechte werden gewahrt und die Verbreitung von Desinformationen und illegalen Inhalten wird eingedämmt. Dies führt insgesamt zu einer faireren und damit freieren Online-Umgebung.“

Catarina dos Santos-Wintz, CDU/CSU: Da das Problem komplex ist, braucht es verschiedene Strategien, wie beispielsweise die Selbstverpflichtung großer digitaler Plattformen und Technologiekonzernen zu mehr Transparenz, Faktencheck-Programme, Strategien zur Steigerung der Medienkompetenz und sicherlich auch mehr Forschung.



Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Verantwortung der Plattformen

Carmen Wegge, SPD: „Desinformationen und sog. Fake News werden im Lichte der Meinungsfreiheit vom DSA nicht pauschal als illegale Inhalte betrachtet. Um trotzdem die Verbreitung zu begrenzen, müssen Plattformen zukünftig jährlich ihre Algorithmen hinsichtlich ihrer systemischen Risiken in Bezug auf die Verbreitung von Fake News analysieren, bewerten und anschließend angemessene, verhältnismäßige und wirksame Maßnahmen treffen, um diese Risiken zu bekämpfen. Zu solchen Maßnahmen zählen Content-Moderation, Änderungen in den AGB, um gegen Fake News und Desinformation vorgehen zu können, und die Erstellung von Verhaltenskodizes. Zudem müssen Plattformen in ihren AGB die wichtigsten Parameter offenlegen, die sie für ihre Beitragsempfehlungen nutzen, und Nutzer*innen eine Option zur Auswahl stellen, die Empfehlungen nicht auf Grundlage von Nutzer*innen-Profiling vornimmt. Zentral für die weitere Erforschung von Desinformationskampagnen ist der Zugang zu Daten der sozialen Plattformen. Nur so können Forscher*innen untersuchen, mit welchen Daten und Algorithmen welche Kampagnen besonders mächtig oder gefährlich werden. Diesen Forschungszugang schafft der DSA endlich, aber wir müssen in den nächsten Monaten genau beobachten, ob die Wissenschaftler*innen diesen Zugang wirklich bekommen.“

Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Rechtsgrundlagen stärken und umsetzen

Lamy Kaddor, Die Grünen: „Auch hier könnte man die Forderungen noch einmal mit dem AI-Act der EU gegenlesen.“

„Die Idee eines jährlichen Berichts möchte ich sehr unterstützen. Dabei wäre vielleicht noch überlegenswert, hier die Sensibilisierung für die Tätigkeiten fremder Staaten miteinzubeziehen.“

Auszüge aus dem
schriftlichen
Feedback

Bewusstes Posten

Thomas Hacker, FDP: „Eine sehr interessante Idee, die der affektiven Natur und dem darin liegenden Gefahrenpotential von einigen Social-Media Anwendungen entgegenwirken kann. Daraus ergibt sich allerdings die Frage, ob ein wesentlicher Aspekt von Social-Media, nämlich die Unmittelbarkeit und die Möglichkeit eines sehr zeitnahen Reagierens auf Ereignisse, aufgehoben wird. Eine Abwägung von Chancen und Risiken ist hier notwendig.“

FORUM GEGEN FAXES

Initiiert und durchgeführt von:

| BertelsmannStiftung

In Kooperation mit:



Bundesministerium
des Innern
und für Heimat

STIFTUNG
MERCATOR

**Michael Otto Foundation
for Sustainability**

Mit Unterstützung von:

Nachrichtenportal T-Online,
Initiative #UseTheNews und Projektbeirat.