EP-W-01-759

A – Was Wohlstand schützt

BÜNDNIS 90 DIE GRÜNEN

49. Ordentliche Bundesdelegiertenkonferenz
Karlsruhe, 23. - 26. November 2023

Antragsteller*in:	BAG Digitales und Medien
Beschlussdatum:	11.10.2023

Änderungsantrag zu EP-W-01

Von Zeile 759 bis 774:

Plattformregulierung

Desinformation und Hass bedrohen die Demokratie. Algorithmen und Targeting dominanter Digitalplattformen tragen dazu wesentlichen bei, indem sie Hassnachrichten und Desinformation verstärkt verbreiten.

~~Die zunehmende Relevanz von Software und digitalen Plattformen muss sich im Verbraucher*innenschutz widerspiegeln. In den vergangenen Jahren hat die EU hier bedeutende Fortschritte gemacht. Mit dem DSA und dem DMA haben wir in Europa die Grundsteine gelegt, um klare Regeln im Internet zu schaffen und Wettbewerb wiederherzustellen. Die Big-Tech-Konzerne müssen nun regelmäßig das Risiko bewerten, das ihre Algorithmen für die Gesellschaft darstellen – und wo nötig Gegenmaßnahmen vorschlagen. Auf unseren Druck hin erhalten Wissenschaftler*innen und NGOs Zugang zu den Daten der Plattformen, um deren Wirkungsweise zu erforschen und öffentlich zu machen. Diese Regeln gilt es jetzt, in Deutschland und Europa konsequent durchzusetzen und aufgrund der durch Datenzugänge gewonnenen Erkenntnisse weiterzuentwickeln. Gesetze zum Schutz von Verbraucher*innen im digitalen Raum müssen durchgesetzt und angewendet werden; hierzu wollen wir auf nationaler und europäischer Ebene die Verbraucherschutzstellen stärken. Die Regulierung digitaler Plattformen muss die Dominanz großer digitaler Marktplätze stärker in den Blick nehmen. Immer stärker kommt es in diesem Zusammenhang auch zu Grundrechtsverletzungen dieser Plattformen, wenn Nutzer*innen grundlos gesperrt werden.~~

Mit dem Digital Services Act und dem Digital Markets Act haben wir in Europa die Grundsteine gelegt, um mit Nutzer*innenrechten, Transparenz und klaren Regeln ein demokratischeres Internet zu schaffen und Wettbewerb wiederherzustellen. Die Big-Tech-Konzerne müssen nun regelmäßig das Risiko bewerten, das ihre Algorithmen für die Gesellschaft darstellen – und wo nötig Gegenmaßnahmen vorschlagen. Auf unseren Druck hin erhalten Wissenschaftler*innen und NGOs Zugang zu den Daten der Plattformen, um deren Wirkungsweise zu erforschen und öffentlich zu machen. Diese Regeln gilt es jetzt, in Deutschland und Europa konsequent durchzusetzen und aufgrund der durch Datenzugänge gewonnenen Erkenntnisse weiterzuentwickeln.

Um die Probleme an der Wurzel zu packen, muss sich das Geschäftsmodell der Plattformen ändern. Aktuell beruht es auf Werbung, die nicht mehr passend zu Inhalten platziert wird, sondern individuell an Nutzer*innen ausgespielt wird. Anhand ihrer Datenprofile können Nutzer*innen im Netz anhand ihrer Datenprofile verfolgt werden. Um Nutzer*innen länger auf der Plattform zu halten und mehr Werbung auszuspielen, wird Inhalt, der Wut und Angst auslöst, stärker verbreitet als andere Inhalte. Diese Inhalte erzeugen mehr Interaktion und damit

längere Verweilzeiten auf den Plattformen, was die Einnahmen der Plattformen steigert. Dies begünstigt extremistische Inhalte, Verschwörungstheorien, Desinformation und Hass.

Es schadet aber auch der Pressefinanzierung, da es dazu führt, dass Werbeeinnahmen, die früher an Verlage und Medienhäuser gegangen sind, nun an zwei marktdominierende Konzerne fließen. Diese Unternehmen kontrollieren einen Großteil des Werbemarktes und können den Wettbewerb einschränken. Dadurch geraten viele Verlage und Medienhäuser unter finanziellen Druck – gerade dann, wenn Qualitätsjournalismus im Kampf gegen Desinformation am dringendsten gebraucht wird. Der Anteil der Verlage an den Einnahmen durch das auf personenbezogenen Daten basierende Werbemodell ist deutlich geringer als bei traditionellen Werbemodellen. Durch die Umstellung von personenbezogener auf kontextbezogene Werbung wie in klassischen Printmedien oder im TV werden wieder Werbeträger attraktiv, die durch Inhalte anstatt durch Datenprofile punkten können. So stellen wir sicher, dass Medien solide finanziert werden und verringern die Anreize für Desinformation.

Dazu bedarf es eines Verbot von sogenannter Überwachungswerbung und eines stärkeren Wettbewerbs im Online-Werbemarkt durch strengeres Wettbewerbsrecht. Gesetze zum Schutz von Verbraucher*innen im digitalen Raum müssen durchgesetzt und angewendet werden; hierzu wollen wir auf nationaler und europäischer Ebene die Verbraucherschutzstellen stärken.

Begründung

Diesen Antrag stellt die BAG Digitales und Medien mit Unterstützung von Alexandra Geese MdEP.

Dieses Kapitel hat nichts mit der Digitalisierung von Verbraucherschutz zu tun, hier geht es um Plattformregulierung und Nutzer*innenrechte. Entsprechen schlagen wir eine passendere Überschrift vor und ergänzen wichtige Punkte zur Wirkung von DSA und DMA, die wir als wichtigen grünen Erfolg entsprechend hervorheben. Hass und Desinformation stehen direkt mit dem Werbemodell und der überbordenden Marktmacht der Unternehmen im Zusammenhang.

Editorische Anmerkung:
Die Überschrift "Verbraucherschutz digitalisieren" soll gestrichen und durch diesen Vorschlag ersetzt werden. Außerdem soll im nächsten Absatz (Z. 777/778) der Satz "Dafür werden wir nötigenfalls das Wettbewerbsrecht nachschärfen." gestrichen werden, da wir das bereits in dieser Änderung fordern.