



Impulse zur Absicherung der Medienfreiheit

Dokumentation und Ergebnisse der Stakeholder-Klausur „Acht Tische für die Vierte Gewalt“ am 21. April 2026 im Wiener Museumsquartier

Auf Einladung des Vereins „Ein Versprechen für die Republik“ und der DATUM STIFTUNG für Journalismus und Demokratie fanden sich am 21. April 2026 rund 100 Vertreter:Innen aus Medien, Wissenschaft, Recht, Politik und Zivilgesellschaft zu einer halbtägigen Klausur im Wiener Museumsquartier.

Im Nachgang zur zweitägigen Stakeholder-Klausur „Acht Tische für die Vierte Gewalt“ im November 2025 in Schloss Hernstein wurde an zentralen Themenstellungen weitergearbeitet. Bereits in Hernstein gab es eine Vielzahl von Anregungen zur Reform der Medienförderung: Die Förderungen sollten vereinheitlicht und von einer unabhängigen, staatsfernen Jury nach objektivierbaren, messbaren Kriterien vergeben werden. Auf Innovation, Resilienz und Nachhaltigkeit, sowie neue Medienkanäle sollte ebenfalls Wert gelegt werden. Die transparente Einhaltung journalistischer und verlegerischer Standards nach einem offenen Kriterienkatalog sollte, wie in anderen Ländern üblich, die Grundvoraussetzung für den Erhalt staatlicher Förderung sein.

Vieles davon findet sich in der vom BMWKMS beauftragten und vom Medienhaus Wien unter der Leitung von Andy Kaltenbrunner erstellten [Studie](#) „Journalismusförderung in Österreich - Optionen zur Reform der Medienförderung“ wieder. Nun präsentierte Kaltenbrunner die Inhalte der Studie und stellte sich anschließend im Plenum der Diskussion mit den Teilnehmenden.

Im Anschluss wurde an den Acht Tischen gearbeitet, und zwar ganz konkret an vier Themenfeldern, die ausschlaggebend sind für die Absicherung der Medienfreiheit und Medienvielfalt in Österreich und Europa.

Zu jeder dieser Themenstellungen gab es zwei Impulsreferate, die mit konkreten Fragen endeten, für die dann an den Tischen in jeweils wechselnder Zusammensetzung Lösungsansätze gesucht wurden. Die Diskussion fand unter der „Chatham House Rule“ statt und wurde protokolliert. Nach der Veranstaltung wurden die einzelnen Impulsvorträge und Diskussionen zusammengefasst und von den Impulsgeber:innen freigegeben. Auf den folgenden Seiten werden sie nun veröffentlicht.

Unterstützt wurde „Acht Tische für die Vierte Gewalt“ von der ERSTE Stiftung.



Europäische Alternativen zu Big-Tech

„Was jede:r von uns gegen Big-Tech tun kann.“
Thomas Lohninger (epicenter.works) Seite 3

„Die Anatomie strategischer Abhängigkeiten“
Peter Erdelyi (Center for Sustainable Media) Seite 6

Medienkompetenz

„Status Quo und Perspektiven in Schulen und Ausbildungsstätten“
Nadja Vaskovich (VÖZ) Seite 10

„Swipen können wir alle. Und dann?“
Andre Wolf (Mimikama) Seite 13

Big-Tech-Regulierung

„Medienfreiheit und Plattform-Abhängigkeit“
Julia Haas (OSCE) Seite 17

„Big Tech und Persönlichkeitsrechte“
Maria Windhager (Kanzlei Maria Windhager) Seite 21

Selbstregulierung

„Medienseלבstregulierung neu denken - Herausforderungen, Perspektiven,
Akteur:innen“
Christine Maaß (UNESCO) Seite 24

„Neue Wege zu einer neuen Inseratenkultur“
Peter Plaikner (Medienberater und -journalist) Seite 28

Transparenzhinweis: Bei der Zusammenfassung der Diskussionen wurde generative KI genutzt. Anhand der Protokolle wurden diese Dokumente durch die Veranstalter auf Plausibilität und Gewichtung überprüft.

Was jede:r von uns gegen Big Tech tun kann

Impulsvortrag

In seinem Impulsvortrag erinnerte Thomas Lohninger (epicenter.works) an das Geschäftsmodell der Plattformkonzerne: Die Vermarktung von Aufmerksamkeit schaffe Anreize für Suchteffekte, ermögliche den Einblick in und die Manipulation von ganzen Bevölkerungen und sei damit gefährlich für Demokratie und Gesellschaft. Spätestens mit der Sperrung des Accounts des Chefanklägers des Internationalen Strafgerichts Karim Khan durch Microsoft nach Trump-Sanktionen sei digitale Souveränität kein abstraktes Ziel mehr, sondern ein akutes Erfordernis. Lohninger plädierte dafür, das Problem simultan auf drei Ebenen anzugehen:

1. Individuelle Konsumententscheidungen: vom Wechsel von WhatsApp zu Signal, über datenschutzfreundliche Suchmaschinen, bis zur Migration auf Social-Media-Alternativen wie Bluesky. Da dies oft ein „collective action“ Problem ist, gibt es seit diesem Jahr den **Digital Independence Day**¹, um an jedem 1. Sonntag im Monat gemeinsam von einem Big-Tech-Dienst zu einer europäischen, freien Alternative zu wechseln.
2. Organisatorische Entscheidungen: Die „+1-Regel“: Öffentliche und öffentlich finanzierte Akteure und Stellen teilen ihre Inhalte nicht nur auf dominanten Plattformen, sondern immer auch auf mindestens einer offenen Alternative. So entstehen schrittweise Parallelöffentlichkeiten, ohne Reichweite abrupt aufzugeben. Alternativen werden sichtbar, nutzbar und vertrauter. Ein in Frankreich und Dänemark bereits weit fortgeschrittener Wechsel.
3. Systemische Weichenstellung: das Fediverse-Prinzip. Big Tech beruht auf Zentralisierung, proprietären Systemen, Datenextraktion und algorithmischer Kontrolle. Das Federated Universe setzt dagegen auf Dezentralisierung, Interoperabilität, Open Source und Datenportabilität. Es gibt keine zentrale Eigentümer:in, keinen zentralen Algorithmus und keinen Lock-in; Anbieterwechsel sind deutlich einfacher.

Den Betrieb einer europäischen Social-Media-Infrastruktur sähe Lohninger bei klassischen, insbesondere öffentlich-rechtlichen Medien, idealerweise in einem europäischen Verbund nach dem Vorbild der APA. Und er richtete sich an die Teilnehmenden mit der Frage „**Welche Hindernisse erwarten Sie bei der Migration weg von Big Tech? Und wie können wir sie überwinden?**“

¹ <https://di.day/>

Diskussion

Die Diskussion an beiden Tischen kreiste um einen zentralen Befund: Das wichtigste Hindernis ist strukturell und liegt im Netzwerkeffekt selbst. Mehrere Teilnehmende beschrieben eine „Frenemy“-Situation: Medienhäuser seien zur Generierung von Reichweite und neuen Nutzer:innen auf genau jene Infrastruktur angewiesen, die sie kritisch sehen. Tischübergreifend geteilt wurde auch die Einschätzung, dass Versuche, Publikum über Alternativen wie Bluesky zu gewinnen, bisher kaum tragfähige Ergebnisse liefern. Als zweites zentrales Hindernis wurde die mangelnde Usability und Attraktivität der Alternativen benannt: Funktional seien viele Angebote ausreichend, in der Bedienung aber den etablierten Diensten unterlegen, weshalb Nutzer:innen zu den „Platzhirschen“ zurückkehrten. Die Frage, „Gibt es jemanden, der/die Mastodon wirklich verwendet?“, die ohne Meldung am Tisch blieb, illustrierte diese Lücke.

Eng damit verbunden war die Diagnose einer fehlenden Solidarität. An beiden Tischen wurde die Angst vor Wettbewerbsnachteilen beim Alleingang als dominantes Muster beschrieben: Solange eine Marktbegleiterin auf der reichweitenstarken Plattform bleibe, könne man es sich als Medienhaus kaum leisten, sie zu verlassen. An einem Tisch wurde zusätzlich auf einen „persönlichen Narzissmus“ verwiesen, demzufolge fehlende Reichweite mit fehlender Relevanz gleichgesetzt werde. Angesprochen wurde auch die fehlende Langfristigkeitgarantie alternativer Angebote – eine europäische E-Mail-Alternative habe man lange genutzt, sie habe sich aber nicht weiterentwickelt, während mit Microsoft zumindest Bestandssicherheit verbunden sei. Weitere wiederkehrende Hindernisse betrafen den geopolitisch-ökonomischen Rahmen: die ungleiche Kapitalausstattung zwischen USA und EU, die Zersplitterung des europäischen Marktes in 27 nationale Räume sowie die Erpressbarkeit der EU durch handelspolitische Drohungen aus den USA, sollte man gegen Big Tech schärfer vorgehen.

Als Durchsetzungslücke wurde tischübergreifend der Umgang mit bestehender Regulierung hervorgehoben: Der Digital Services Act existiere, werde aber faktisch nicht durchgesetzt; nennenswerte Sanktionen gegen Meta seien ausgeblieben. An einem Tisch wurde diese Lücke als Ergebnis massiven Lobbydrucks in Brüssel eingeordnet und Irland als „regulatory safe haven“ benannt.

Die Vorschläge zur Überwindung dieser Hindernisse gruppieren sich um vier Argumentationslinien. Erstens bestand weitgehender Konsens, dass der Hebel Interoperabilität zentral sei. Das Konzept einer „feindseligen Interoperabilität²“, bei der sich Big-Tech-Plattformen analog zur bereits durchgesetzten Messenger-Interoperabilität auch im

² <https://www.eff.org/deeplinks/2019/10/adversarial-interoperability>

Europäische Alternativen zu Big Tech

Social-Media-Bereich öffnen müssten, wurde an beiden Tischen als strategisch wirksamer eingeschätzt als der Aufbau reiner Alternativen, weil es den Netzwerkeffekt bricht, ohne ihn ersetzen zu müssen.

Zweitens wurde tischübergreifend auf öffentlich-rechtliche und öffentlich finanzierte Strukturen als Ausgangspunkt verwiesen. Konkret diskutiert wurden eine digitale Entfesselung des ORF und die Aktualisierung seiner Verbotsliste, der ORF als österreichische Plattform-Drehscheibe für private Medien, Joyn als Vorzeige-Alternative aus dem Privatmediensektor, die Öffnung von ORF-Archiven für Wikipedia, eine europäische Streaming-Kooperation öffentlich-rechtlicher Anbieter und, an einem Tisch besonders ausgearbeitet, die Bindung von Förderungen an die Pflicht für Universitäten und Schulen, auf datenschutzkonforme Plattformen umzustellen, um einen Sozialisierungs- und Gewöhnungseffekt zu erzeugen.

Drittens wurden niedrigschwellige praktische Schritte betont. Die von Lohninger eingebrachte „+1-Regel“, dass öffentlich-rechtliche und politische Akteur:innen ihre Inhalte immer zusätzlich auf mindestens einer Alternative bereitstellen sollen, fand tischübergreifend Zustimmung; eingewandt wurde allerdings, dass Crossposting an der unterschiedlichen Logik der Plattformen an Grenzen stoße und nicht jeder Inhalt beliebig gespiegelt werden könne. An einem Tisch wurde zudem die aktive Bewerbung von Alternativen eingefordert und darauf hingewiesen, dass Meta Verlinkungen auf eigene Seiten algorithmisch benachteilige, was den Ausstieg zusätzlich erschwere.

Viertens wurde die strategische Ebene diskutiert. An einem der Tische stand der Vorschlag im Zentrum, Klage- und Gerichtswege stärker zu nutzen - Verbandsklagen seien ertragreicher als das Warten auf Regulierung, und das Ziel sei es, Big Tech dort zu treffen, wo sie verstanden werde: beim Geld. Stark vertreten war dort auch die Idee einer koordinierten Gegenmacht zur Lobby-Gewalt in Brüssel, getragen von Allianzen zwischen Medien, Zivilgesellschaft und NGOs.

Als Grundton blieb an beiden Tischen stehen, dass die technische Umsetzbarkeit unstrittig sei. Der Erfolg hänge an politischem Einsatz, an Allianzen und an einer Wechselstimmung, die durch die zweite Amtszeit von Donald Trump gerade massiv im Aufschwung begriffen sei.

Die Anatomie strategischer Abhängigkeiten

Impulsvortrag

Peter Erdelyi vom Center for Sustainable Media führte aus, wie europäische Verleger:innen auf allen für öffentliches Leben und Informationsverteilung zentralen Ebenen (Bezahlssysteme, Cloud-Dienste, Werbesysteme, Analytik, Audience Acquisition und Distribution) auf hyperkommerzielle, US-kontrollierte Infrastruktur angewiesen sind, während der europäische Eigenanteil fast nur noch bei der reinen Content-Erstellung liegt. Diese Stapelarchitektur der Abhängigkeit sei nicht für das Gemeinwohl konzipiert, sondern für Engagement-Maximierung. Erdelyis zentrale strategische Aussage: Es ist politisch deutlich einfacher, die EU zur Finanzierung von europäischen Alternativen zu bewegen, als einen konfrontativen Kurs gegen große US-Tech-Konzerne durchzusetzen. Regulatorische Instrumente wie DSA, DMA oder EMFA seien zwar notwendig, aber umstritten und langsam. Die unmittelbare politische Chance liege in Innovations- und Infrastrukturfinanzierung.

Erdelyi benennt zwei Hebel: den Mehrjährigen Finanzrahmen der EU (MFF), wo politische Prioritäten in langfristige Förderstrukturen übersetzt werden, und die industriepolitische Debatte um digitale Souveränität. Innerhalb des Finanzrahmens müsse das eigentliche Ziel der European Competitiveness Fund (ECF) sein, der mit der wachsenden Brüsseler Akzentuierung auf Technologie, Innovation und Industriestrategie an Bedeutung gewinne, noch formbar sei, in dem bislang aber weder Medien noch Journalismus erwähnt werden.

Das Framing könne sich an Wettbewerbsfähigkeitsagenda und Draghi-Report ausrichten und Medien als strategische europäische Resilienz positionieren, nicht als Partikularklage einer Nische. Und er nennt die EuroStack-Initiative, die primär auf Cloud, KI und Konnektivität ziele, aber Raum für Medien-Tech-Konsortien biete.

Es gehe nicht darum, per Dekret ein neues Facebook zu bauen, sondern darum, dass die EU ernsthafter in digitale Umgebungen, Werkzeuge und Infrastrukturen investiert, die Kommunikation im öffentlichen Interesse betreiben, ohne vollständig der kommerziellen Logik großer US-Plattformen zu unterliegen. Erdelyi hob den Rat, also die Mitgliedstaaten, dabei als zentralen Akteur der Budgetverhandlung hervor.

Konkrete Vorschläge in Form von strukturellen Medien-Tech-Kooperationen und Überlegungen zur Innovationsförderung empfiehlt er sowohl über Advocacy-Gruppen einzubringen, als auch direkt an nationale Ministerien heranzutragen zur Präsentation in EU-Rat und Kommission.

Er eröffnete die Diskussion an den Tischen mit der Frage an die Teilnehmenden: „**Wie können wir die EU davon überzeugen, souveräne europäische Plattformen für Journalismus und soziale Medien zu unterstützen?**“

Diskussion

Die Diskussion an beiden Tischen bestätigte über weite Strecken Erdelyis Rahmensetzung. Mit Nachdruck geteilt wurde die nüchterne Diagnose, dass die EU bestehende Regulierung derzeit nicht durchsetzt. An beiden Tischen wurde festgehalten, dass trotz Digital Services Act bislang keine nennenswerten Sanktionen, etwa gegen Meta, verhängt worden seien. Erdelyi ordnete das als makropolitische Problem ein: Die Kommission wolle eine Konfrontation mit den USA vermeiden und gebe lieber Geld aus, als mit US-Plattformen in den offenen Konflikt zu gehen. An einem der Tische wurde dies ergänzt um die Einschätzung, der Gerichts- und Verbandsklagenweg sei inzwischen aussichtsreicher als das Warten auf Regulierung; Irland wurde dort als bewusst gewählter „regulatory safe haven“ benannt.

Eng verbunden damit war die breit geteilte Diagnose handelspolitischer Erpressbarkeit. An beiden Tischen wurde das Szenario diskutiert, dass die USA auf jede schärfere europäische Maßnahme wirtschaftspolitisch zurückschlagen würden; an einem der Tische wurde das konkret mit einer möglichen Eskalation gegen deutsche Autoexporte bei Einführung einer Digitalsteuer illustriert, am anderen Tisch kam die Digitalsteuer mit dem Argument auf, Europa müsse eine Schwelle überwinden und sich von der „selbstaufgelegten Abhängigkeit“ lösen.

Einen erheblichen Teil der Diskussion nahm die Frage ein, wie eine Überzeugungsstrategie konkret aussehen müsse. Tischübergreifend bestand weitgehend der Konsens, dass der Auftritt gegenüber Brüssel koordiniert erfolgen müsse – ob in Form einer Gegenmacht zur Lobbygewalt der US-Konzerne, ob über kluge Allianzen unter den Medien oder über die von Erdelyi genannten Advocacy-Gruppen. Umstritten blieb hingegen, ob ein Vor-Konsens der Mitgliedstaaten notwendig sei, bevor man auf die Kommission zugehe: An einem Tisch wurde ein solcher Konsens als Voraussetzung beschrieben, Erdelyi widersprach dem explizit und argumentierte, unterschiedliche Ansätze aus unterschiedlichen Ländern seien hilfreich; entscheidend sei, jetzt eine Top-Priorität zu setzen. Das Zeitfenster bis etwa September, bis Rat und Kommission offene Fragen schließen, wurde als eng, aber noch nutzbar beschrieben.

Ein weiterer Strang betraf die strukturelle Fragmentierung des europäischen Raums. An beiden Tischen wurde darauf verwiesen, dass Irland, die Niederlande, Luxemburg, Frankreich und Polen jeweils eigene Strategien verfolgten und der europäische Binnenmarkt in 27 nationale Märkte zerfalle – mit der Folge, dass es faktisch kein paneuropäisches Streaming-Angebot gäbe. An einem Tisch wurde das Fallen der Binnenmarktschranken als unumgänglich bezeichnet, an anderer Stelle skeptisch dagegehalten, dass kleinere nationale Märkte wie

Europäische Alternativen zu Big Tech

Österreich bei vollständiger Öffnung den Anschluss verlieren könnten. Als konstruktive Lösung wurde Erdelyi's Idee einer Konsortialpflicht - wonach die EU vorschreiben könne, dass Tech- und Medienunternehmen gemeinsam antreten müssen, um Fördermittel zu erhalten - von Teilnehmenden beider Tische aufgegriffen; der Kommissionsvorschlag, dass solche Konsortien drei oder mehr Länder umfassen müssten, wurde von Erdelyi selbst kritisch kommentiert.

Eine Minderheitsposition hielt dagegen, der Aufbau eigener europäischer Social-Media-Plattformen sei wenig aussichtsreich, weil deren Mehrwert der globalen Vernetzung dabei verloren ginge; man solle stattdessen ganz auf die Verbesserung der Regulierung setzen. Erdelyi entgegnete, es gehe nicht um geografische Reichweite, sondern um Eigentum: Plattformen dürften global sein, aber eben nicht in US-Hand. Substack wurde angeführt als Beleg dafür, dass auch im Schatten bestehender Plattformen Neues entstehen könne, und Spotify, um zu zeigen, dass europäische Technologieunternehmen genauso bedeutend sein können wie amerikanische.

An beiden Tischen wurde zudem eingebracht, dass die Medienhäuser selbst technologisch überfordert seien - R&D-Budgets fehlten - weshalb eine strukturell erzwungene Medien-Tech-Kooperation strategisch wertvoll sei.

Zwei weitere Framing-Angebote wurden diskutiert. Erdelyi befürchtete, dass das Argument, freie und unabhängige Medien seien für die Demokratie unverzichtbar, zwar vollkommen richtig sei und seit Jahren vertreten werde, für sich genommen aber kaum wesentlich größerer Unterstützung mobilisieren werde. Die Aufgabe besteht nun darin, zusätzliche Narrative zu entwickeln, die weitere Aspekte im aktuellen politischen Kontext adressieren, insbesondere Wettbewerbsfähigkeit, digitale Souveränität und strategische Widerstandsfähigkeit.

Das Framing als Verteidigungsfrage wurde an einem Tisch als strategisch aussichtsreich angesprochen. Erdelyi meinte, der „European Democracy Shield“ sei in diesem Zusammenhang zwar relevant als ein horizontaler Rahmen der Kommission, der Medien und Informationsintegrität einbezieht, jedoch offenbar keinen großen eigenständigen Finanzierungstopf schafft. Ähnlich verhält es sich mit dem Verteidigungsargument: Verteidigung kann ein wirkungsvoller Ansatz sein, doch die im nächsten MFF für Verteidigung vorgesehenen Mittel dürften von starken Akteuren umkämpft sein und in erster Linie in harte Sicherheitskapazitäten wie Panzer, Drohnen und verwandte Technologien fließen.

Für den Mediensektor könnte es daher realistischer sein, vertrauenswürdige Informationsinfrastruktur, Media-Tech-Kollaborationen, und alternative Vertriebskapazitäten

Europäische Alternativen zu Big Tech



im Kontext von Wettbewerbsfähigkeit und Souveränität insbesondere für den ECF, den „European Competitiveness Fund“ zu positionieren.

Als Grundton blieb an beiden Tischen stehen: das Zeitfenster ist offen, die Kommission offen für Argumente, und Konsens unter den Mitgliedstaaten müsse nicht vorher, sondern im Prozess hergestellt werden - vorausgesetzt, die Akteur:innen aus Branche, Wissenschaft und nationalen Verwaltungen treten jetzt mit konkreten, wettbewerbs- und souveränitätspolitisch gerahmten Vorschlägen an.

Status Quo und Perspektiven in Schulen und Ausbildungsstätten

Impulsvortrag

Den Impuls zu dieser Frage lieferte Nadja Vaskovich (VÖZ/MISCHA) mit ihrem Vortrag „Medienkompetenz: Status Quo und Perspektiven in Schulen und Ausbildungsstätten“. Ausgangspunkt war die Diagnose eines tiefgreifend veränderten Informationsverhaltens: Der Nachrichtenkonsum junger Menschen ist heute plattformgetrieben, fragmentiert und situativ, zugleich steigt die aktive Nachrichtenvermeidung. Die Folgen sind sinkendes Vertrauen in Medien, eine schwächere Einordnungskompetenz und Plattformlogiken, die Desinformation verstärken. Das Problembewusstsein, so Vaskovich unter Verweis auf die Media Analyse 2024 und die „Digital Skills“-Studie der RTR, sei hoch, Fake News gälten als zentrale Sorge; dennoch sei das Problem erkennbar nicht gelöst.

Den institutionellen Rahmen in Österreich skizzierte Vaskovich so: Medienkompetenz ist als fächerübergreifendes Unterrichtsprinzip verankert, seit dem Schuljahr 2022/23 existiert das Fach „Digitale Grundbildung“, ab 2027/28 ist ein neues Fach „Medien und Demokratie“ geplant. Die aktuelle Ausgestaltung sei jedoch uneinheitlich, der Fokus häufig stärker auf Technik als auf Nachrichtenkompetenz gerichtet, und auch die Begriffsbestimmung bleibe unscharf. Als Ergänzung zur Schule betonte sie die Rolle außerschulischer Partner, medienpädagogische Institutionen, Redaktionen, Medienangebote, sowie strukturelle Fördermaßnahmen. Als wichtigen Impuls hob sie die im Regierungsprogramm angekündigte Förderung eines Jugend-Abos hervor. Im MISCHA-Programm sieht Vaskovich journalistische Medien als zentralen Zugang zu Medienkompetenz im Unterricht: Das Programm bindet 40 Zeitungen und Magazine ein, bewegt rund 127.000 Zeitungsabonnements und erreicht etwa 83.000 Schüler:innen, begleitet durch Materialien, Workshops und Lehrerfortbildung. Ihr Fazit: „gute Basis, klare Entwicklungsperspektiven“. Vaskovich verweist auf breite Verankerung und Vielfalt der Angebote, zugleich auf den Bedarf an stärkerer Abstimmung und langfristiger finanzieller Absicherung. Die offene Frage für die Arbeit an den Tischen lautet: **„Welche konkreten Fähigkeiten verstehen wir unter Medienkompetenz bei jungen Leuten und wie lassen sie sich vermitteln?“**

Diskussion

Die Diskussionsrunden zeigten rasch, dass „Medienkompetenz“ für die Teilnehmenden deutlich mehr umfasst als Nutzungskompetenz. An beiden Tischen dominant war die Einschätzung, dass der Kern im kritischen Umgang mit Informationen liegt, im Erkennen von Quellen, im Unterscheiden von Nachricht und Meinung, von journalistischem Produkt und Plattforminhalt. Mehrere Teilnehmende schlugen deshalb vor, eher von „Informationskompetenz“ oder „Nachrichtenkompetenz“ als von „Medienkompetenz“ zu sprechen. Tischübergreifend geteilt wurde zudem die Auffassung, dass Quellenkritik (wer sendet, mit welcher Intention und welcher Überprüfbarkeit) die Basis jeder Medienkompetenz bildet. Angesprochen wurde auch das Erkennen von Framing und bewussten Auslassungen: Welche Information fehlt, und warum?

Eine zweite Argumentationslinie, ebenfalls an beiden Tischen präsent, rückte das journalistische Handwerk in den Mittelpunkt. Medienkompetenz bedeute auch zu verstehen, wie eine Nachricht zustande kommt. Aus der Runde wurde mehrfach vorgeschlagen, Journalist:innen noch öfter in Schulen zu schicken. Dabei sollen sie nicht sich selbst oder ihr Medium präsentieren, sondern das Handwerk und die ethischen Grundsätze erklären; das schaffe kritische Distanz zur Medienwelt, die Jugendliche täglich umgibt. Eng damit verbunden war der Gedanke der reflektierten Eigenproduktion: Wer selbst unter Begleitung produziert, versteht die Prozesse und geht reflektierter mit Medien um. Eine Position hielt dagegen, dass in der Schulpraxis damit vor allem die Produktion von Kurzvideos erlernt werde, ohne tieferes Verständnis der Medienstrukturen.

Eine dritte Linie betraf die Abgrenzung zwischen journalistischen Medien und Plattformen. An beiden Tischen wurde als wesentlich bezeichnet, dass junge Menschen den Unterschied zwischen Medienmachern und reinen Vertriebsplattformen erkennen, die Eigentumsverhältnisse von Medienhäusern einordnen und verstehen, wie Algorithmen Inhalte priorisieren, und warum radikale Kommentare vorgereicht werden. Einige Teilnehmende verwiesen darauf, dass Filterblasen und Echokammern empirisch umstritten seien; die intransparenten Algorithmen wurden dennoch als zentrales Thema der Vermittlung benannt. An einem der beiden Tische wurde zusätzlich die Wirkungsseite betont: Was löst ein Post bei anderen aus, etwa im Kontext von Mobbing, und was macht dauerhafter Online-Konsum mit Körper und Psyche? Die aktuell diskutierte Social-Media-Zugangseinschränkung für Minderjährige wurde in der Runde unterschiedlich bewertet; klar artikuliert wurde die Forderung, eine solche Maßnahme wissenschaftlich zu begleiten.

Ein weiterer wiederkehrender Strang betraf kritisches Denken und dialektische Reflexion, auch die Fähigkeit, verschiedene Perspektiven zuzulassen, Meinungsvielfalt als legitimen Teil demokratischer Auseinandersetzung anzuerkennen und die eigene Bubble zumindest bewusst wahrzunehmen. Aus der Runde wurde darauf hingewiesen, dass man junge Menschen mit dem bloßen Hinweis, ihr Verhalten sei „schädlich“, kaum erreiche; wirksamer sei es, an einer emotionalen Grundhaltung anzusetzen, denn niemand wolle belogen werden. Eine weitere Stimme erinnerte daran, dass Kinder häufig noch gar nicht selbst entscheiden, was sie konsumieren, weil die Algorithmen diese Entscheidung übernehmen.

Bei der Vermittlung zeichnete sich tischübergreifend ein klarer Konsens ab: Angebote müssen an der Lebensrealität junger Menschen ansetzen und interaktiv sein. Konkret genannt wurden Gamification-Ansätze, Rollenspiele und spielerische Tools, zum Beispiel ein „Fake-News-Scan“, bei dem Nutzer:innen selbst in die Rolle von Desinformationsakteur:innen schlüpfen können, oder auf Detektivformate zum Aufspüren manipulativer Inhalte.

Die strukturelle Rahmung wurde ambivalent beurteilt. Das ab 2027/28 geplante Fach „Medien und Demokratie“ wurde begrüßt, zugleich aber mit Skepsis gesehen: An beiden Tischen wurde die Frage aufgeworfen, wer dieses Fach unterrichten soll. Mehrheitlich wurde festgestellt, dass Lehrkräfte – insbesondere in der Oberstufe – für diese Aufgabe derzeit nicht ausreichend ausgebildet seien; pädagogische Hochschulen wurden entsprechend in die Pflicht genommen. Eingewandt wurde zudem, das Fach setze zu spät ein und adressiere stark die AHS, während Mittelschulen und Lehrlinge unterrepräsentiert blieben. Mehrere Teilnehmende betonten, dass Medienkompetenz idealerweise in allen Fächern mitgedacht werden müsse. Eine Position hob die Bedeutung klassischer Kulturtechniken hervor, längeres Konzentrieren auf Inhalte, die Lektüre von Büchern als Voraussetzung. An dem Tisch wurde schließlich angemerkt, dass auch die Eltern- und Lehrer:innen-Ebene mitgedacht werden müsse: Eltern-Medienkompetenz werde zu wenig adressiert, Lehrkräfte bräuchten zudem rechtliche Absicherung, wenn in sensiblen politischen Kontexten unterrichtet wird.

Tischübergreifend geteilt war abschließend die Einschätzung, dass junge Menschen eigene Stärken mitbringen – insbesondere in der Produktion auf Plattformen – und man ihnen auf Augenhöhe begegnen müsse, ohne vorschnell zu belehren. Dass das bestehende Angebot breit, aber unübersichtlich sei und einer besseren Bündelung bedürfe, war eine der wenigen Positionen, die in nahezu jeder Runde artikuliert wurde.

Swipen können wir alle. Und dann?

Impuls

Den Impuls zu dieser Frage lieferte Andre Wolf (Mimikama) mit seinem Vortrag „Swipen können alle. Und dann?“. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass technische Medienkompetenz, das bloße „Swipen“, inzwischen flächendeckend vorhanden ist, zugleich aber keineswegs ausreicht, um sich in der heutigen Medienumgebung zurechtzufinden. Wolf zeichnete zunächst den Bogen der Social-Media-Entwicklung in vier Phasen nach: die Pionierzeit ab 2004 mit dem Weg in den Mainstream, den mobilen Durchbruch zwischen 2008 und 2012 (für Wolf das „eigentliche Erstarben“ der Plattformen), die Ära sich verflüchtigender Inhalte und der Influencer-Ökonomie von 2013 bis 2017 und schließlich die algorithmische Phase ab 2018 mit Kurzvideos, KI-gesteuerten Content-Graphen und dem, was er „Dopamin-Schleifen“ nennt: Endlosfeeds, die Nutzer:innen stundenlang binden.

Auf dieser historischen Skizze baute Wolf seine zentrale These auf, dass das „Spielfeld ungerecht“ sei: Soziale Netzwerke seien keine neutralen Werkzeuge, sondern strukturell zugunsten der Extreme gestaltet, weil das Geschäftsmodell aller großen Plattformen – Meta, TikTok, X, YouTube – auf dem Verkauf von Aufmerksamkeit beruhe und darauf angewiesen sei, Nutzer:innen möglichst lange am Bildschirm zu halten. Unterfüttert wurde dies mit Daten zur täglichen Online-Nutzungszeit junger Menschen, die zwischen 2006 und 2023 von rund 99 auf über 220 Minuten pro Tag gestiegen ist. In diesem Umfeld, so Wolfs Argumentation, werde Desinformation zur Methode: Ziel sei nicht mehr, zu überzeugen, sondern zu verwirren, zu zermürben und zu paralisieren; Social Media biete dafür den idealen Boden und betreffe Felder wie Wahlen, Gesundheit, Klima, Krieg und Migration gleichermaßen. Wolfs Schlussdiagnose: Wir haben kein Informationsdefizit, sondern einen Informationsüberschuss. Nötig sei deshalb „Medienachtsamkeit“: das bewusste Wahrnehmen, die kritische Bewertung und das gezielte Filtern von Inhalten. Die offene Frage, die er der Runde übergab: **Free your mind. Wie können wir bei der Vermittlung von Digitalkompetenz für Erwachsene neue Wege gehen?**

Diskussion

Eine Beobachtung, die sich an beiden Tischen wie ein roter Faden durch die Diskussion zog, war das Unbehagen mit der üblichen Unterscheidung: Bei Jugendlichen werde investiert und in Klassenräumen gearbeitet, während Erwachsene in der Digital- und Medienkompetenz-Debatte weitgehend unsichtbar blieben. Aus der Runde wurde darauf hingewiesen, dass der Anteil der Erwachsenen mit problematischer Bildschirmzeit kaum kleiner sei als jener bei Jugendlichen, dass also die gängige Schulfokussierung eine ganz zentrale Zielgruppe strukturell verfehle. Tischübergreifend geteilt war die Einschätzung, dass ältere Generationen bei KI, bei der ID-Austria-Einrichtung, beim Ticketlösen oft an fundamentalen digitalen Fertigkeiten scheitern, während junge Nutzer:innen auch KI-Tools bereits fast flächendeckend einsetzen.

Eine zweite Argumentationslinie betraf die fehlende Sichtbarkeit eines strukturierten Angebots. Mehrfach wurde eingebracht, dass in Österreich eine Vielzahl von Initiativen in NGOs, in Medienhäusern, in der Privatwirtschaft nebeneinander existiert, ohne dass Bürger:innen, aber auch die Akteur:innen untereinander einen Überblick hätten. Aus der Runde wurde der „Medienkompetenz-Atlas“ der RTR erwähnt, dessen geringe Sichtbarkeit als paradigmatisch für das Problem bezeichnet wurde. Vorgeschlagen wurde an einem der Tische ein strukturierter „Medienkoffer“ nach dem Muster eines bundesweit einheitlichen Formats; an einem anderen Tisch wurde der Gedanke eingebracht, digitale Multiplikatorinnen in einem aufsuchenden Ansatz „von Tür zu Tür“ arbeiten zu lassen. Einigkeit bestand darin, dass Erwachsene kaum von sich aus in einen Vortrag kommen, und dass die eigentliche Herausforderung darin liege, Menschen überhaupt Lust auf solche Angebote zu machen.

Eng damit verbunden war ein dritter Strang, der an beiden Tischen prominent verhandelt wurde: Angebote müssten dort ansetzen, wo sich Menschen ohnehin aufhalten – niedrigschwellig und unterschwellig an jedem „Touchpoint“, für Jugendliche wäre der Einsatz von „Gameification“ nützlich. Konkret genannt wurden weiters Infoscreens im öffentlichen Raum, Formate im Frühstücksfernsehen und angrenzenden Sendungen, Plattformen wie WhatsApp, Telegram und Facebook, auf denen gerade ältere Zielgruppen aktiv sind, sowie ORF-Programmfenster, die sehr große Reichweiten auch bei nicht digitalaffinen Zielgruppen erreichen. Mehrfach wurde auf bestehende Formate verwiesen, die als Referenzpunkte taugen – genannt wurden unter anderem „Fakt oder Fake“ im ORF, „Breaking Media“ auf Puls4,

Formate aus dem Ö1-Universum sowie „Dok 1“-Arbeiten zum „Recht auf analoges Leben“. Aus der Runde wurde angeregt, auch Lesergruppen-Formate, Redaktions-Open-Houses und Veranstaltungen wie „Ein Ort am Wort“ weiterzuentwickeln; Journalismus müsse sich selbst stärker erklären und Inseln des Vertrauens aufbauen. Eine Teilnehmerin gab zu bedenken, dass solche Formate aufwändig seien, nicht nebenbei zu leisten und daher deutlich stärker gefördert werden müssten.

Ein vierter Argumentationsstrang rückte die Frage der Zugänge und Sprachen in den Mittelpunkt. Aus der Runde wurde darauf hingewiesen, dass zentrale staatliche Angebote, exemplarisch die ID-Austria-Einrichtung, für Menschen ab etwa 60 kaum noch zu bewältigen und zudem ausschließlich auf Deutsch verfügbar seien. Mehrsprachige Angebote wurden tischübergreifend als Voraussetzung bezeichnet, wenn Erwachsenenbildung tatsächlich breite Teile der Bevölkerung erreichen solle. Angeklungen ist zudem die Idee, Unternehmen und Betriebsräte als Multiplikator:innen stärker einzubinden, um Medienkompetenz in die Arbeitswelt zu tragen; konkret genannt wurde auch das „Enkeltrick“-Thema als Anknüpfungspunkt für niederschwellige Informationsformate per Newsletter oder analoger Aussendung, insbesondere im ländlichen Raum, wo ein deutlicher Nachholbedarf gesehen wurde.

Einen eigenständigen Strang bildete die sicherheits- und demokratiepolitische Dimension. Aus der Runde wurde an einem der Tische wiederholt der Begriff der „geistigen Landesverteidigung“ eingebracht und Europa als „digitale Besatzungszone“ beschrieben; Medienkompetenz müsse also gemeinsam mit dem Bewusstsein für Foreign-Information-Kampagnen und demokratieersetzende Einflüsse gedacht werden. An einem Tisch wurde zudem Cybersecurity als Einstiegstor benannt: Anders als „Medienkompetenz“ sei es ein Thema, das bei politischen Entscheidungsträgern, insbesondere im Innenministerium, hohe Relevanz habe und sich deshalb als Anker für breiter angelegte Digitalkompetenz-Offensiven eigne. Eine Minderheitsposition bezweifelte, ob sich erwachsene beziehungsweise ältere Zielgruppen überhaupt für Fragen nach Algorithmen oder der Intentionen hinter Inhalten interessieren; dem wurde entgegengehalten, dass persönliche Betroffenheit, etwa durch konkret dokumentierte Betrugsfälle in der „digitalen Nachbarschaft“, sehr wohl Aufmerksamkeit erzeugen könne.

Kontrovers blieb in allen Runden die Frage des Geschäftsmodells beziehungsweise der Finanzierung. Unter Verweis auf die Ausgangsdiagnose wurde die rhetorisch zugespitzte



Medienkompetenz

Frage formuliert, wer eigentlich zahlt, wenn man sich „auf den Jahrmarkt stellt und Medienkompetenz anbietet“. Mehrheitlich wurde Medienkompetenz als gesellschaftlich erwünschte Aufgabe eingeordnet, die deutlich stärkerer Förderung bedürfe; gleichzeitig wurde betont, dass Medienhäuser selbst Verantwortung tragen und ihre Arbeit stärker erklärend nach außen tragen müssen, um Vertrauen aufzubauen. Eine weitere Stimme mahnte, dass die frühzeitige Bindung an Qualitätsmedien in jungen Jahren entscheidend sei: Wer als junger Mensch nicht lerne, solche Medien zu konsumieren, werde es auch als Erwachsener kaum nachholen; was den Bogen zurück zur Jugendfrage schlug und zugleich bedeutet, dass die Erwachsenenaufgabe dadurch nicht kleiner, sondern ungleich schwieriger wird.

Insgesamt zeichnete die Diskussion ein eher ernüchterndes Bild: Die Problemlage ist erkannt, konkrete Einzelinitiativen existieren, aber ein tragfähiges, dauerhaft finanziertes und zielgruppenspezifisch ausdifferenziertes Konzept für die Digital- und Medienkompetenz Erwachsener fehlt bislang. Als gemeinsamer Nenner der acht Tische bleibt der Appell, Angebote dorthin zu bringen wo die Menschen sind und sie dort seriös, verständlich und sprachlich zugänglich zu halten.

Medienfreiheit und Plattform-Abhängigkeit

Impulsvortrag

Julia Haas, Beraterin des OSZE-Beauftragten für Medienfreiheit, legte in ihrem Impuls „Medienfreiheit und Plattformabhängigkeit“ eine Diagnose und möglichen Antworten auf Plattformabhängigkeit in Form einer Ursachenkette vor: Der Informationskonsum verlagert sich zunehmend über Intermediäre. Einige wenige dominante Intermediäre – Big Tech – üben Gatekeeping-Macht aus, und aus diesem Gatekeeping resultieren strukturelle Plattformabhängigkeiten, sowohl des Informationsökosystems als auch der Medienhäuser und Journalist:innen selbst. Regulatorische Antworten müssten an genau dieser Gatekeeping-Macht ansetzen, und zwar auf mehreren Ebenen parallel, um sicherzustellen, dass Technologie Meinungs- und Medienfreiheit unterstützt und nicht beschränkt. Bestehende Regulative seien dabei vielfach unzureichend ausgeschöpft; bei entsprechendem politischem Willen ließen sich darüber hinaus weitere Hebel mobilisieren und gesetzliche Änderungen beschleunigen.

Haas strukturierte die Lösungsansätze in drei zentrale Interventionsfelder.

„Visibilität“: Maßnahmen wie Transparenz, Vertrauenssignale, Labels, Nutzer:innen-Optionen, externe Empfehlungsalgorithmen, Interoperabilität und Risikoanalysen, um Sichtbarkeit zu erhöhen. Oder Eingriffe in die Gatekeeping-Macht durch Antidiskriminierungsverpflichtungen von Medieninhalten, bevorzugte Behandlung oder gar Priorisierung journalistischer Inhalte, sprich „Due Prominence“. Und Quellenreferenzierung und Pluralität für generative KI.

„Viabilität“ fasste die ökonomische Dimension zusammen: Limitierung von Marktkonzentration, auch im Werbesektor, Demonetarisierung von Desinformation, Diversifikation der Finanzierungsquellen. Angemessene Entschädigung, Tarifverhandlungen, Must-carry-Regeln. Digitalsteuer und, bei generativer KI, die Zustimmung, Referenzierung, Entschädigung für Medieninhalte.

„Vigilanz“ adressierte Schutz und Sicherheit von Journalist:innen. Safety by design in präventiver, reaktiver und proaktiver Ausprägung sowie technische Interventionen wie Friktion, Labels, Depriorisierung und Demonetarisierung.

Langfristige Ansätze zur Überwindung von Big-Tech-Plattformabhängigkeit sind für Haas Informationsökosysteme frei von Machtkonzentration, dafür mit diversen technologischen Tools und Infrastruktur im öffentlichen Interesse. Und Haas schließt mit der Frage an die Teilnehmenden, **ob und welche regulatorischen Maßnahmen sie für besonders zielführend halten, um Medienfreiheit im Zeitalter von Big Tech und KI zu stärken.**

Diskussion

Die Diskussion an beiden Tischen kreiste um Machtkonzentration, profitorientierte Algorithmen und demokratische Herausforderungen generativer KI. Ein zentraler Diskussionspunkt war die Aufhebung des Haftungsprivilegs der Plattformen. Das Privileg stamme aus den 1990er-Jahren und sei durch die Entwicklung der Plattformen zu algorithmisch kuratierenden Akteuren überholt; wer Inhalte aktiv ordne, moderiere und ausspiele, sei nicht mehr reine Infrastruktur, sondern trage Verantwortung ähnlich einer Verlagsstruktur. Mehrfach fiel das Argument, weitreichende Haftungsprivilegien erlaube Plattformen, „alles zu tun und keine Konsequenzen zu tragen“, während für Medien rigorose Regulative und selbstregulierende Strukturen bestehen. Eine Stimme gab zu bedenken, dass die Diskussion seit über 20 Jahren dieselbe sei und die Abschaffung realistisch sieben bis acht Jahre in Anspruch nehmen werde. An beiden Tischen wurde darauf hingewiesen, dass viele plattformrelevante Fragen letztlich weniger fehlende Instrumentarien der bestehenden Rechtslage widerspiegeln als eine umfassende Ausnutzung möglicher Rechtsvollziehung, politischer Wille, Handlungsspielraum und geopolitische Standfestigkeit auch der EU-Kommission betrifft. Einige Stimmen betonten, dass Medien mit mehr Aufklärung und strategischer Verfahrensführung potenziell auch eine umfassendere Rechtsdurchsetzung vorantreiben könnten.

Dass aktuelle (geo-)politische Entwicklungen ein „Window of Opportunity“ eröffneten und gesetzliche Änderungen entsprechend antizipiert und beschleunigt werden sollten, fand an beiden Tischen Resonanz. Konsens gab es hinsichtlich der Notwendigkeit von Regulierung und Transparenz der Algorithmen, uneinig war man sich über die konkrete regulative Ausgestaltung. Gefordert wurde weitgehend tischübergreifend eine verpflichtende Offenlegung; von einigen Teilnehmenden wurde ergänzt, es müsse auch das Design der Plattformen reguliert werden, nicht nur die Transparenz der Algorithmen. Inhaltliche Regulierung wurde grundsätzlich abgelehnt (mit Ausnahme absoluter Extremfälle), während die Regulierung der Verbreitungslogik als der eigentliche Hebel benannt wurde. Das Problem bestehe nicht darin, dass problematische Inhalte existierten, sondern darin, dass die Geschäftsmodelle sie an ein Massenpublikum ausspielen und aufgrund von Profitüberlegungen oft befeuern; Haftung sollte daher genau dort greifen, wo problematische algorithmische Verstärkung stattfindet. Daran knüpften verschiedene Forderungen: die Begrenzung von Hyperpersonalisierung, eine mandatierte Priorisierung qualitätsjournalistischer Inhalte sowie potenziell strengere menschenrechtsbasierte und gemeinwohlorientierte Regeln für Plattformen als für klassische Medien, da deren Wirkungsmacht größer sei.

Diskutiert wurde auch die Frage, wer Algorithmen, Big Tech und (generative) KI regulieren solle. Eine Mehrheit verortete die Kompetenz klar auf EU-Ebene; gegen staatliche Regulierung einzelner Staaten wurden die Erfahrungen aus autoritären Kontexten als Warnung ins Feld geführt. Gleichzeitig wurde unterstrichen, dass nationalstaatliche Initiativen regionale und globale Prozesse positiv vorantreiben können. Die Einführung von Gütezeichen und Verifikationsmerkmalen für verlässliche Informationen und Akteur:innen wurde diskutiert, sowie eine stärkere Regulierung von Influencer:innen, die ähnliche oder gar größere Reichweiten erzielen können wie Journalismus, ohne den entsprechenden ethischen Standards zu unterliegen. Während hier grundsätzlich Zustimmung herrschte, betonten die Teilnehmenden die Herausforderungen im Detail: welche Kriterien bestehen für „verlässliche Informationen“, wer entscheide die Erfüllung dieser Kriterien und wie wäre dies algorithmisch umzusetzen (in Empfehlungslogiken) und auch messbar?

Ein dritter zentraler Strang betraf den Aufbau gemeinwohlorientierter, europäischer technologischer Alternativen und die Frage, ob Big-Tech-Regulierung und Infrastrukturaufbau parallel oder sequenziell zu denken seien: beides sei parallel notwendig. Die USA und China betrieben massiven Protektionismus zugunsten ihrer eigenen Unternehmen und technologischer Anwendungen, der EU sei es bislang nicht gelungen, selbst ein „level playing field“ zu erreichen. Als mögliche Maßnahmen wurden die Bevorzugung qualitätsjournalistischer Angebote im Ranking, Must-Carry-ähnliche Regelungen, eine europäische Digitalsteuer und als ultima ratio auch Geoblocking und Netzsperrern für verstoßende Plattformen genannt.

Der Einwand, bereits bestehende Plattformalternativen wie Mastodon oder Bluesky – die nicht dieselben problematischen algorithmischen Verstärkungen wie Big Tech verfolgen – hätten nie die kritische Masse erreicht, wurde eingebracht; die Gegenposition verwies auf China und TikTok um zu unterstreichen, dass staatlich gestützte Plattformaufbauten funktionieren können. Gleichzeitig kam die Frage auf, ob Europa überhaupt europäische Äquivalente zu Big-Tech-Plattformen wollen solle, wenn diese als schädlich eingestuft werden. Als Lösungsansatz brachten mehrere Teilnehmer:innen den Aufbau von Infrastruktur ein, die von öffentlich-rechtlichen Medien mitgestaltet werden und einen öffentlich-rechtlichen Algorithmus implementieren könnten.

Tischübergreifend angeklungen ist die Forderung, demokratische und digitale Souveränität zusammenzudenken, Risikokapital für entsprechende Initiativen gezielt zu mobilisieren und politische wie ökonomische EU-Interessen stärker zu bündeln.

Mehrfach kam der Hinweis, öffentliche Stellen und Unternehmen sollten ihre Werbegelder aus Big-Tech-Plattformen abziehen. In diesem Zusammenhang wurde die „+1-Regel“-Initiative hervorgehoben: dass öffentliche Stellen ihre Inhalte nicht ausschließlich auf Big-Tech-Kanäle,

sondern auch auf alternativen, gemeinwohlorientierten, und/oder Open Source Netzwerken teilen sollten. Und, dass gegebenenfalls auch ein „geschlossenes Verlassen“ einzelner Plattformen erwogen werden müsste, sofern bestimmte Regeln und demokratische Prinzipien nachweislich nicht eingehalten werden.

Die Frage des Umgangs mit (generativer) KI – Lizenzmodelle, finanzielle Abgeltung und Honorierung von journalistischen Trainingsdaten, Monetarisierung – wurde an beiden Tischen diskutiert; angeklungen ist dabei der Befund, dass die Unterbindung von KI-Crawlern wirtschaftlich schwer durchzuhalten sei, zumindest solange Machtkonzentrationen bestehen, während KI-generierte Zusammenfassungen den direkten Zugang (Traffic) zu Medien zunehmend abschneiden. Vereinzelt wurde eine kollektive, an der Logik bestehender Verwertungsgesellschaften orientierte Vergütung des „KI-Diebstahls“ sowie die Möglichkeit von Wasserzeichen für KI-generierte Inhalte ins Spiel gebracht; ebenso das Hinterfragen des Haftungsprivilegs im KI-Kontext. Teilnehmer:innen unterstrichen die Notwendigkeit, einen stärkeren Fokus auf (generative) KI zu lenken, um nicht in rein plattformfokussierten Diskussionen zu verharren, während sich der Informationssektor maßgeblich verändere. Kooperation und Solidarität mit sich menschenrechtsverpflichtenden Staaten sowie auch im Mediensektor sei wesentlich.

Ein Social-Media-Verbot für Kinder/Jugendliche wurde an beiden Tischen als temporäre Maßnahme erwogen und kontrovers diskutiert. Der damit möglicherweise gefährdete Zugang zu informierenden Inhalten müsse durch alternative Formate aufgefangen werden. Zudem wurde eingebracht, dass Zugangsbeschränkungen alleine keine langfristige Lösung bieten, solange nicht das problematische Design von Plattformen gelöst werde, das demokratischen Diskurs, Informationsintegrität und Medienfreiheit zunehmend unterminiere.

An einem der Tische wurde schließlich betont, dass die Konversation auch sicherheits- und geopolitisch gerahmt werden müsse: Der (digitale) Informationsraum sei Teil der demokratischen Souveränität und Verteidigungsfähigkeit Europas, und aus dieser Perspektive rechtfertige sich auch ein aktiv protektionistischer Ansatz. Medienkompetenz sei essenziell und sollte auch diese Aspekte mitumfassen. Zudem seien Investitionen essenziell, einerseits in eine unabhängige, pluralistische Medienlandschaft und andererseits in technologische Ansätze, die diese nicht unterminieren, sondern stärken.

Big Tech und Persönlichkeitsrechte

Impulsvortrag

Medienrechtsanwältin Maria Windhager beschrieb das tiefgreifende Spannungsfeld zwischen Big Tech und Persönlichkeitsrechten: zwischen intensiver Datennutzung, Überwachung und regulatorischen Versuchen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten.

In Österreich ist der Schutz von Persönlichkeitsrechten auf gesetzlicher Ebene stark verankert. Aber die effektive Durchsetzung von Persönlichkeitsrechten im digitalen Raum scheitert oft an der mangelnden Kooperationsbereitschaft großer Plattformen, allen voran X. Betroffene stoßen bei der Ausfolgung von Nutzerdaten oder der Löschung rechtswidriger Inhalte regelmäßig an Grenzen. Ein gerichtliches Vorgehen bleibt aufgrund des hohen Kostenrisikos für viele Betroffene unerschwinglich. Zusätzlich erschwert ein erhebliches Informationsdefizit auf Nutzer:innenseite die Rechtsverfolgung; oft herrscht Unklarheit über die rechtlichen Grenzen des Erlaubten sowie über die zur Verfügung stehenden Rechtsbehelfe.

Der Digital Services Act (DSA) verspricht zwar durch die Harmonisierung von Sorgfaltspflichten und die Etablierung neuer Kontrollinstanzen eine Verbesserung der Rechtslage. Die praktische Wirksamkeit bleibt jedenfalls derzeit noch deutlich hinter den Erwartungen zurück.

In ihrer klassischen Rolle als „Watchdog“ fungieren Journalist:innen oft als unverzichtbare Kontrollinstanz gegenüber mächtigen Akteuren. Investigative Recherchen komplexer Missstände wie systematischer Datenmissbrauch, intransparente Tracking-Praktiken oder diskriminierende Algorithmen erzeugen öffentlichen Druck auf Plattformbetreiber, der oft den Anstoß für regulatorische Maßnahmen oder gesellschaftliche Debatten gibt.

Diesem Ideal steht jedoch eine prekäre strukturelle Abhängigkeit gegenüber. Medienhäuser befinden sich in einer existenziellen Verflechtung mit genau jenen Konzernen, die sie eigentlich kontrollieren sollten. Inhalte werden zunehmend polarisierend oder zugespitzt dargestellt, um den Aufmerksamkeits-Algorithmen gerecht zu werden.

Angesichts dieses Machtungleichgewichts ist ein erhöhtes Maß an publizistischer Eigenverantwortung sowie das aktive Streben nach wirtschaftlicher Unabhängigkeit unerlässlich. Nur durch eine Diversifizierung ihrer Erlösmodelle und eine strukturelle Eigenständigkeit können Medien die nötige kritische Distanz wahren, um ihre Rolle als unabhängige Vierte Gewalt auch im Zeitalter dominanter Technologieplattformen wirksam auszuüben. Windhagers Frage für die Arbeit an den Tischen lautete: **„Welche Verantwortung trägt der Mediensektor bei der Durchsetzung von Individualrechten gegenüber Big-Tech-Plattformen?“**

Diskussion

Die Diskussion an beiden Tischen war von Nüchternheit und Ungeduld geprägt. Tischübergreifend bestand Konsens, dass der Mediensektor für sich allein das Problem nicht lösen könne, aber an mehreren Stellen deutlich aktiver werden müsse. Ein „allgemeines Gefühl der Ohnmacht“ im Mediensektor wurde beschrieben und einen Verlust an Drive bei der Rechtsdurchsetzung; die Rechtsabteilungen würden aus ökonomischen Gründen zusammengespart, obwohl die Rechtslage an sich gut sei. Mehrfach fiel die Formel „Klagen, klagen, klagen“.

Argumentiert wurde, dass in jedem EU-Mitgliedstaat ein bis zwei Musterfälle - etwa zum süchtig machenden Design von Algorithmen - durchjudiziert werden müssten, um Druck auf die EU-Kommission aufzubauen, die gegenüber Zolldrohungen einknicke. Als Positivbeispiele wurden der laufende Pariser Prozess von Reporter ohne Grenzen gegen Elon Musk sowie frühere österreichische Verfahren (zB Eva Glawischnig gegen Facebook) oder noch anhängige Verfahren (Armin Wolf gegen X) genannt, um Leitentscheidungen zu bekommen. Das deutsche Beispiel HateAid wurde als Modell angeführt, ebenso „Die Tagespresse“, die Sachverhalte an die Europäische Kommission übermittelt habe. Die Kommission sei auf Fälle aus den Mitgliedstaaten angewiesen, um den DSA exekutiv zu füllen.

Aus Sicht mehrerer Teilnehmer:innen fehlt eine europaweite, ressourcenstarke Träger- oder Lobbyorganisation. EBU und Europäische Verlegerorganisation wurden als mögliche, aber bisher nicht in Stellung gebrachte Akteure genannt; eine konkrete, gut aufgestellte NGO fehle. Zugleich wurde an einem der Tische betont, dass klar fokussierte Projekte nach dem Muster des „Hass-im-Netz“-Projekts im Grünen Klub über begrenzte Zeiträume hinweg sehr effizient seien.

Ein zweiter Strang betraf die publizistische Selbstverantwortung und das Selbstverständnis des Sektors. An einem der Tische wurde kritisiert, wie unkritisch viele Redaktionen Inhalte aus sozialen Medien übernehmen: Screenshots von Posts würden zu Nachrichten, der Diskurs werde dadurch in Richtung Plattformlogik verzerrt. Es sei Aufgabe des Journalismus, einzuordnen, nicht zu kopieren. Zugleich wurde auf die prekären Arbeitsbedingungen verwiesen, die Clickbaiting begünstigten. Aus einer Redaktion, die stark auf Instagram arbeitet, kam der Hinweis, dass politische Inhalte algorithmisch gebremst würden und man das System über den Umweg von Kochvideos austrickse.

Dem wurde entgegengehalten, dass dies bereits eine Form der Einschränkung journalistischer Freiheit darstelle. Trotz aller Big-Tech Verstöße gegen Individualrechte müsse konsequent journalistisch berichtet werden. Eine Position, die an beiden Tischen breite Zustimmung fand,

der aber auch entgegnet wurde, dass der Algorithmus solche kritische Berichterstattung direkt bestrafe und Medien sich deshalb „subtil und mehrgleisig“ bewegen müssten.

Ein dritter Strang betraf die Frage, was der Mediensektor an institutioneller Infrastruktur braucht, um die Rechtsdurchsetzung leisten zu können. An einem der Tische wurde ausführlich über die praktische Ausgestaltung diskutiert: eine RTR-Anlaufstelle nationaler Prägung für niederschwellige Fälle, die koordinierte Einspielung österreichischer Sachverhalte an die EU-Kommission, die Einbindung des Konsumentenschutz-Verbands sowie die Medienverbände als politische Sprecher:innen. Es falle Österreich schwer eine einheitliche Position gegenüber der EU zu formulieren.

Die Gatekeeping-Funktion selbst sei als Basisinfrastruktur zu verstehen, vergleichbar mit Autobahnen oder Telefonleitungen, und müsse vergesellschaftet werden. Breit getragen war die Forderung nach Offenlegung der Algorithmen und, an einem Tisch, auch des Designs der Plattformen.

Eine einhellige Forderung war, dass der Anwendungsbereich des Mediengesetz auch auf Plattformen ausgedehnt werden müsste. Einig war man sich auch, dass die juristische Infrastruktur, nämlich das österreichische Mediengesetz, das Urheberrecht und der DSA ausreichende Hebel bietet, es aber an der Vollziehung und dem politischen Willen aber hakt. An einem der Tische hielt man dagegen, dass ohne parallelen Aufbau neuer, europäischer Plattformen jede Durchsetzung letztlich Symptombehandlung bleibe.

Als konkreter, mehrfach genannter Vorschlag blieb eine koordinierte Agenda stehen: Musterverfahren pro Mitgliedstaat, Einbindung der Regulierungsbehörden, eine EU-weite Trägerorganisation als politische Stimme und eine publizistisch konsequente Begleitung all dessen durch den Mediensektor selbst.

Medienselbstregulierung neu denken - Herausforderungen, Perspektiven, Akteur:innen

Impulsvortrag

Der Vortrag wurde von Christine Maaß in Vertretung von Claudia Isep (Österreichische UNESCO-Kommission) gehalten. Der Vortrag nimmt das im Rahmen der Initiative *Plattform Medienvielfalt* gestartete und vom BMWKMS geförderte Projekt *Medienselbstregulierung neu denken* zum Ausgangspunkt. Im Zuge dieses Projektes werden auf Basis wissenschaftlicher Expertisen, internationaler Vergleiche und eines strukturierten Dialogs mit den wesentlichen Akteur:innen konkrete Vorschläge zur Weiterentwicklung der Selbstregulierung erarbeitet. Der Input ordnete das Thema zunächst medienpolitisch ein: Mit Verweis auf den aktuellen UNESCO-Weltbericht *Trends in Freedom of Expression and The Safety of Journalists* skizzierte er ein weltweit bedenkliches Bild: Der globale *Freedom of Expression Index* sei seit 2012 um zehn Prozent gesunken, 85 Prozent der Weltbevölkerung lebten in Ländern mit verschlechterter Pressefreiheit, und erstmals seit zwanzig Jahren lebten mehr Menschen in autoritären Systemen als in Demokratien.

Vor diesem Hintergrund wird argumentiert, dass klassische Selbstregulierungsinstitutionen wie Presseräte oder Ombudsstellen für ein Medienumfeld konzipiert wurden, das in dieser Form nicht mehr existiert: Die Dominanz von Online-Plattformen, die Krise der Geschäftsmodelle klassischer Medien, die Fragmentierung der Öffentlichkeit, Desinformation und KI-generierte Inhalte sowie eine teils feindselige, populistische Journalismuskritik hätten das Setting grundlegend verschoben.

Der Input entwickelte drei Diskussionsansätze: Erstens solle Selbstregulierung als Bestandteil demokratischer Infrastruktur verstanden werden und nicht nur als internes Instrument der Medienbranche. Zweitens müsse der Kreis der adressierten Akteur:innen erweitert und Selbstregulierung branchen- und medienübergreifend gedacht werden, inklusive neuer journalistischer Akteur:innen wie etwa Newsfluencer:innen. Drittens sei die Verzahnung mit regulatorischen und anreizbasierten Instrumenten zu prüfen, etwa durch die Berücksichtigung der Mitgliedschaft in anerkannten Selbstregulierungsinstitutionen als Incentive im Rahmen öffentlicher Fördervergaben. Der Input schloss mit der **Frage an die Tische nach der Rolle der Medienselbstkontrolle über ihre symbolische Kontrollfunktion hinaus.**

Diskussion

An beiden Tischen zu diesem Thema dominierte die Einschätzung, dass die aktuelle Selbstregulierung, allen voran der Presserat, zu schwach wirke und modernisiert werden müsse. Als zentrales Defizit wurde genannt, dass der Presserat in seiner heutigen Form weder alle relevanten Akteur:innen erfasse noch über durchschlagende Sanktionsinstrumente verfüge. Mehrfach wurde betont, dass zwar so gut wie alle Printmedien beim Presserat dabei wären, Verstöße aber ohne spürbare Konsequenzen blieben. Ein:e Teilnehmer:in meinte, Selbstregulierung funktioniere schon jetzt nicht effektiv, eine Ausweitung der Zuständigkeit allein werde das nicht heilen. Es brauche zusätzlich Biss.

An beiden Tischen sprach man sich dafür aus, den Kreis der teilnehmenden Medienorganisationen auszuweiten. Konkret wurde genannt: Reine Digitalmedien, Podcasts, YouTube-Kanäle mit relevanter Reichweite, Content-Creator:innen und Newsfluencer:innen. An einem der Tische wurde problematisiert, dass kleine Digitalmedien derzeit nicht Mitglied werden könnten, obwohl sie es wollten. Umstritten blieb, wie weit die Öffnung gehen sollte: Während einige dafür plädierten, auch einzelne Influencer:innen einzubeziehen, warnten andere vor einer Abwertung des Gremiums, wenn „jeder einzelne Creator“ aufgenommen werde. Eine Stimme schlug vor, die Zuständigkeit nicht mehr an Mediengattungen, sondern am professionellen Journalismus festzumachen. Eine andere wandte ein, dass dies wiederum schwierige Abgrenzungsfragen aufwerfe. In Hinblick auf eine mögliche Öffnung des Presserats bzw. eine Erweiterung seiner Zuständigkeit müsse einigen Teilnehmer:innen zufolge auch die Ressourcenausstattung des Presserats in den Blick genommen werden.

Private Rundfunk-Vertreter:innen meldeten an beiden Tischen unabhängig voneinander vehementen Widerspruch gegen eine weitere Regulierung ihrer Branche an. Argumentiert wurde, Fernsehen und Radio seien bereits gesetzlich streng reguliert, auch auf europäischer Ebene. Zudem operiere jeder Sender auf Basis eines klar definierten Zulassungsbescheides, über dessen Einhaltung die Medienbehörde KommAustria wache. Eine zusätzliche Selbstregulierungsebene führe daher zu Doppelregulierung. Demgegenüber wurde eingewandt, dass die Teilnahme an einem Selbstregulierungsorgan mitsamt eines „Gütesiegels“ auch für Privatrundfunkanbieter eine wertvolle Offensivmaßnahme zur Qualitätsabsicherung sei, von der auch Rundfunk profitieren könnte.

Durchaus kontrovers diskutiert wurde eine eventuelle Koppelung der Teilnahme an Selbstregulierungsmechanismen als Voraussetzung für staatliche Medienförderung.

Befürworter:innen argumentierten, dass nur eine solche Verknüpfung dazu führen würde, dass ethische Standards wirklich eingehalten würden, wobei es weitgehend Einigkeit gab, dass der Entfall einer Förderung nicht gleich mit einem einzigen Verstoß erfolgen solle, sondern nur im Falle wiederkehrender Verstöße gegen die ethischen Richtlinien. Skepsis in Bezug auf eine Koppelung der Teilnahme an Selbstregulierungsmechanismen mit öffentlichen Fördervergaben äußerte sich insbesondere mit Blick auf potenzielle juristische Konsequenzen. So stellten einzelne Stimmen die Befürchtung in den Raum, dass ein auf medienethischen Verstößen basierender Förderentzug ein Klagsrisiko für den Presserat bzw. seine Senatsmitglieder mit sich bringen könnte. Medienjurist:innen zeigten sich skeptisch, ob eine finanzielle Sanktionierung durch die öffentliche Hand auf Basis einer privat organisierten Selbstregulierung juristisch tragfähig sei. So ein Organ müsste zumindest für alle Medienorganisationen offen sein. Hier würde ein Konzept der Co-Regulierung besser greifen, also ein gemeinsames Vorgehen von privater Selbstregulierung und staatlichen Regeln. Eine weitere Sorge betraf die fehlende Flexibilität: Medienethische Standards würden sich ändern, wie am Beispiel von „Under-Cover-Recherchen“, die bis 2012 noch dem Ehrenkodex des Presserates widerliefen, deutlich gemacht wurde. Zudem wurde die Befürchtung geäußert, die Möglichkeit eines Ausschlusses von Förderungen könnte im Fall medienethisch umstrittener Sachlagen bzw. bei Grenzfällen zu präemptiver Selbstzensur führen.

Ein weiterer Diskussionsstrang betraf Sanktions- und Durchsetzungsmechanismen. Der Werberat agiere durch ein digitales Meldetool, Stopp-Entscheidungen und eine rasche Taktung deutlich handlungsfähiger als der Presserat, dessen Senate nur zu festgelegten Zeitpunkten tagen und dessen Entscheidungen teilweise viele Wochen nach den beanstandeten Medieninhalten fielen. Als weiche Sanktionen wurden Veröffentlichungspflichten für Verstöße sowie längerfristig sichtbare Hinweise auf der Website des sanktionierten Mediums diskutiert, mit dem Ziel eines Reputationsschadens. Einige Teilnehmenden hielten diese Sanktionen allein für unzureichend und pochten auf ökonomische Konsequenzen.

Transparenz und öffentlicher Sichtbarmachung spiele eine entscheidende Rolle: Verurteilungen des Presserats, aber auch Grenzfälle und die Beleuchtung der Entstehungsprozesse journalistischer Inhalte sollten stärker öffentlich diskutiert werden; mit dieser ethischen Selbstreflexion könnten Medien sich selbst legitimieren und öffentliches Vertrauen in Medien stärken. Zudem gelte es, Beschwerdewege sichtbarer zu machen. Dazu



wurden empirische Studien zur Korrelation von Transparenz von Medien bei der Fehlerkultur und dem Vertrauen im Publikum angeführt. Es wurde auf das JTI-Zertifikat von Reporter ohne

Grenzen verwiesen. Anregungen zur Ausgestaltung als Prozess- und Compliance-Zertifizierung wurden eingebracht, wobei eingewandt wurde, Zertifizierungen prüften nur das „Wie“, nicht das ethische „Was“. KI-Anwendungen müssten in journalistischen Produktionsprozessen in jeder künftigen Ausgestaltung der Selbstregulierung von Beginn an mitgedacht werden. Gerade in diesem Bereich seien ethische Standards, die transparent kommuniziert werden, besonders wichtig für die Vertrauensbildung.

Neue Wege zu einer neuen Inseratenkultur

Impulsvortrag

Medienberater und -journalist Peter Plaikner beschrieb zunächst die Ausgangslage: Während die Presseförderung jahrzehntelang auf einstelligem Millionen-Niveau verharret sei, habe die gleichzeitig eingeführte Parteienförderung 2024 weltrekordverdächtige 270 Millionen Euro erreicht. Parallel dazu hätten sich die öffentlichen Einschaltungen zu einem Phänomen entwickelt, das die einen „heimliche Medienförderung“, die anderen „Inseratenkorruption“ nennen: 2025 seien hier 385 Millionen Euro geflossen, während die Förderung privater Medien abseits der klassischen Presseförderung, mittlerweile rund 80 Millionen betrage. Weder das Medientransparenzgesetz von 2012 noch die Novelle von 2023 hätten dieses Verhältnis grundlegend verändert.

Plaikner verknüpfte diesen Befund mit aktuellen Umfragedaten des Zielgruppenbüros (n=1000, 16+, Herbst 2025): Nur 24 Prozent halten die Berichterstattung für frei von politischem Einfluss, 69 Prozent sind überzeugt, dass Inserate die Berichterstattung beeinflussen. Daraus folgerte er, dass dem Verdacht der Abhängigkeit nicht allein durch Ethik-Kodizes für Journalist:innen gegengesteuert werden könne; das Gegenüber im Inseratengeschäft seien nicht die Redaktionen, sondern die Medien-Kaufleute. Weil es aufgrund der österreichischen Besonderheit beim Umfang und der Handhabung von öffentlichen Einschaltungen keine internationalen Vorbilder gebe, könne gerade hier etwas Einzigartiges geschaffen werden: ein Gütesiegel, (zum Beispiel Austrian Trusted Media, ATM), das mit einer Qualitätsoffensive verbunden ist. Als Vergleich wurde die Erfolgsgeschichte des österreichischen Weins nach dem Glykolskandal genannt. Zudem könnte so ein Instrument die Abwanderung von Werbegeldern an internationale Plattformen bremsen und eine Teilnahme an diesem Gütesiegel sogar langfristig als Förderkriterium dienen. Daraus leitete Plaikner die Leitfrage für die Diskussion an den Tischen ab: **Wie kann ein gemeinsamer Ehrenkodex von Werbegebern und -trägern entstehen, der vertrauensbildend wirkt und Investitionen in österreichische Medienqualität fördert.**

Diskussion

Ein tragfähiger Konsens kristallisierte sich tischübergreifend vor allem in einem Punkt heraus: Eine strikte Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung sei Voraussetzung jedes

seriösen Medienangebots. Diese Position wurde an beiden Tischen mehrfach und ohne nennenswerten Widerspruch vertreten. Einschränkend wurde eingebracht, dass Ein-Personen-Unternehmen diese Trennung praktisch nicht umsetzen können, weil Redaktion und Verlag dort personell zusammenfallen. An einem der Tische wurde zudem betont, dass bei jüngeren Zielgruppen die Unterscheidung zwischen Werbung und Journalismus zunehmend verschwimme und es Bewusstseinsbildung brauche, auch auf Seiten der Werbetreibenden; ein klares Label der Selbstverpflichtung könne ein Instrument sein.

Die Kernfrage Plaikners, ob ein gemeinsamer Ehrenkodex zwischen Werbegebern und -trägern überhaupt realistisch herstellbar sei, wurde an einem der Tische als „Mission impossible“ charakterisiert. Der Markt sei global, Österreich habe auf internationale Konkurrenz wie Google, Meta, YouTube und TikTok keinen Einfluss. Dem wurde entgegengehalten, dass ein nationaler Kodex der Selbstverpflichtung die heimischen Angebote zumindest unterscheidbar mache. Diese Unterscheidbarkeit wurde unter dem Stichwort „Brand Safety“ von mehreren Teilnehmenden als möglicher wirksamer Hebel gesehen: Werbetreibende, so das Argument, trafen heute zunehmend die Entscheidung, wo Werbebotschaften platziert werden, nach der Frage, ob das Umfeld sicher und vertrauenswürdig sei. Ein Kodex würde ihnen die Wahl eines seriösen Umfelds für ihre Markenbotschaften erleichtern. Dem stand die realpolitische Einschätzung gegenüber, dass Werbetreibende, insbesondere öffentliche Auftraggeber, auf große Plattformen nicht verzichten könnten, weil sie ihre Zielgruppen sonst nicht mehr erreichten. Mehrere Stimmen forderten zudem, dass Politiker:innen und öffentliche Institutionen Verantwortung übernehmen und problematische Plattformen aktiv boykottierten, bis hin zu einem Rückzug behördlicher Accounts. Eine Gegenposition warnte davor, Plattformen pauschal schlechtzureden, statt europäische Alternativen zu fördern.

Als strukturelles Hemmnis wurde tischübergreifend die wirtschaftliche Logik benannt. An einem der Tische wurde dies konkret am Tausenderkontaktpreis festgemacht, der bei Google nicht mit dem einer Tageszeitung vergleichbar sei. Eine Stimme verschärfte das Argument: Strengere Qualitätsregeln und eine striktere Werbe-/Redaktions-Trennung könnten die Abwanderung der Werbebudgets zu unregulierten Spielern sogar beschleunigen. Der bereits existierende Wettbewerbsnachteil gegenüber globalen Playern wirke also als Bremse jeder ambitionierten Selbstverpflichtung. Diese kritische Betrachtung speiste sich auch aus der Einschätzung, dass klassische Medien ohnehin überreguliert seien, während neue Plattformen keine Konsequenzen für ihre Inhalte tragen müssten, und dass auf nationaler Ebene rechtlich kein Zugriff bestehe, während die Politik durch drohende US-amerikanische Strafzölle gehemmt sei. Beklagt wurde an einem der Tische die paradoxe Situation, dass etablierte

Medien an Vertrauen verlieren, während die Inhalte auf den neuen Plattformen gänzlich unhinterfragt konsumiert werden.

Die Rolle der öffentlichen Hand als größte Werbegeberin wurde mehrfach thematisiert. Kritisch angemerkt wurde, dass große Parteien inzwischen mehr Geld in Social-Media-Werbung investieren als in klassische Medien.

Zur Frage, ob Selbstregulierungsmaßnahmen bei der Werbevermarktung dazu führen können, dass die ungleiche Machtverteilung in Medienunternehmen zugunsten der Redaktion verschoben werden könne, gab es den Hinweis, dass starke Redaktionsstatuten bereits jetzt ein wichtiges Bollwerk seien, aber nicht ausreichen würden, um unethische Einflussnahme zu verhindern. Dem wurde entgegengehalten, Redaktionsstatuten regelten genau diesen Punkt und seien ein funktionierender Sicherheitsapparat.

Hinterfragt wurde die Aussagekraft eines Gütesiegels. Sie sei begrenzt und könne sogar Misstrauen schüren, wenn sie bei Konsument:innen erst das Bewusstsein für ein zuvor nicht wahrgenommenes Problem schaffe. Diese Sorge, dass eine allzu offensive Problemmunikation neues Misstrauen schaffe, etwa bei der wiederholten Verwendung des Begriffs „Inseratenkorruption“, wurde an einem der Tische mit dem Stichwort der „Selffulfilling Prophecy“ beschrieben. Eine andere Stimme argumentierte demgegenüber, Gütesiegel seien ein bewährter Weg zur Kennzeichnung und trügen zur Stärkung des eigenen Stellenwerts in der Demokratie bei. Zudem sei das Problembewusstsein ohnehin so groß, dass ein offensives Vorgehen geboten sei. Eine Teilnehmerin brachte die Frage ein, was ein Medium signalisiere, wenn es ein solches Gütesiegel zur Trennung von Redaktion und Werbung verwende. Dass diese Trennung zuvor nicht stattgefunden hätte?

Ob die Werbetreibenden überhaupt einbezogen werden sollten, blieb umstritten. Einerseits wurde an beiden Tischen mehrfach betont, dass eine Diskussion über einen Inseratenkodex ohne Einbindung der Werbetreibenden unvollständig wäre. Andererseits wurde dem an einem der Tische dezidiert widersprochen: Der überwiegende Teil der Werbeschaltungen komme von ganz normalen Unternehmen, die ohnehin dem Werberat unterlägen. Eine zusätzliche Einbindung in eine ethische Selbstregulierung der Medien wurde bei diesen als nicht zielführend eingestuft. Außerdem wurde argumentiert, dass wegen des Gebots der Wirtschaftlichkeit und der Entscheidungsfreiheit von Unternehmen eine Selbstverpflichtung von Werbetreibenden nicht sinnvoll sei.