



Allianz für die resiliente
Informationsgesellschaft

Auf dem Weg in die resiliente Informations- gesellschaft: Grundstein einer holistischen Öffentlichkeitspolitik

Policy Paper März 2025
Alexander Sänglerlaub

futur
eins



Vorwort

Gestaltung von Gesellschaft findet auf der Grundlage von Informationen statt. Welche es sind, wie viele und wie wir damit umgehen, prägt unsere Urteilskraft. Dies wiederum hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Dieser Prozess ist für uns alle relevant, egal in welche politische oder gesellschaftliche Richtung wir uns im Rahmen einer freiheitlich, demokratischen Grundordnung orientieren. Funktioniert dies gut, können wir von einer resilienten Informationsgesellschaft sprechen. Wenn nicht, kann auch die Demokratie nicht funktionieren.

Die Allianz für eine resiliente Informationsgesellschaft ist ein kollaborativer Versuch, alle relevanten Aspekte der Entstehung von und des Umgangs mit Informationen zusammenzuführen. Um besser zu verstehen, was eine resiliente Informationsgesellschaft ausmacht und wie sie erreicht werden kann. Mit der Hypothese, dass die Rahmenbedingungen und Wege dahin am besten gelingen, wenn all diejenigen Menschen und Organisationen zusammenkommen, die an einer resilienten Informationsgesellschaft interessiert sind und diese mitgestalten wollen. In einem Netzwerk, und mehr noch: in einem sogenannten strategischen Denkraum, der alle relevanten Aspekte miteinander verbindet und mehr Veränderungskraft entfaltet.

Das vorliegende Papier von Alexander Sänglerlaub, der den Prozess der Allianzgründung als langjähriger Experte beratend begleitet, macht die Zusammenhänge einer resilienten Informationsgesellschaft sichtbar und ist ein Angebot, Handlungsbereiche zu erkennen, um diese weiter zu entwickeln und zu verknüpfen.

Gleichzeitig skizziert das Papier eine Utopie. Die Utopie einer resilienten Informationsgesellschaft und den Weg dahin, bereitet durch eine „Öffentlichkeitspolitik“, die den politischen Rahmen setzt. Damit die Utopie auch Realität wird.



Lukas Harlan, Geschäftsführer *betterplace lab* und Mitinitiator der Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft



Executive Summary

Im Januar 2025 macht Elon Musk – als Eigentümer der Plattform X und Teil der US-Regierung – Schlagzeilen, indem er die AfD-Kanzlerkandidatin Alice Weidel zu einem Interview einlädt. Das Gespräch, gespickt mit Halbwahrheiten und Populismus, demonstriert eindrücklich die Macht digitaler Plattformen über die öffentliche Debatte. Es zeigt zugleich, wie verletzlich demokratische Willensbildungsprozesse sind, wenn Social-Media-Giganten, politische Akteure und unzureichend regulierte Strukturen zusammenkommen – von einer geringen Informations- und Nachrichtenkompetenz der Bevölkerung ganz zu schweigen. An diesem 9. Januar 2025 gewinnen Elon Musk und Alice Weidel den „goldenen Pokal um die Aufmerksamkeit“ in der Öffentlichkeit.

Die **resiliente Informationsgesellschaft** ist in den demokratischen Öffentlichkeiten des 21. Jahrhunderts eine Utopie. Für das Fortbestehen der Demokratie aber ist sie eine Notwendigkeit. Das Papier legt den Grundstein für eine holistische Politik, die sich **funktionierende Öffentlichkeiten** als Ziel setzt:

Wer die **resiliente Informationsgesellschaft** Realität werden lassen möchte, muss vier zentrale Faktoren stärken:

1. Resilienz der Demokratie:

Demokratische Strukturen und Akteure brauchen mehr Resilienz. Das bedeutet: Es braucht Regeln für politische Kommunikation in der Öffentlichkeit (z.B. Online-Wahlwerbung, parteieigene Medienkanäle). Dazu gehören auch mehr Kompetenzen im Umgang mit digitalen Kanälen. Auf der Strukturebene braucht es Möglichkeiten echter Bürgerbeteiligung (z.B. Bürgerräte, Direkte Demokratie), damit Menschen auch gehört werden, die in den derzeit zunehmend dysfunktionalen Öffentlichkeiten nicht zu Wort kommen. Nur so lassen sich Machtmissbrauch und Manipulation eindämmen.

2. Resilienz des Journalismus:

Ökonomische und strukturelle Zwänge führen zu Clickbait und Boulevardisierung, während fundierter Recherche-Journalismus immer schwerer finanzierbar ist. Ein Kulturwandel zu konstruktiver Berichterstattung, neue Dialogmöglichkeiten zwischen Publikum und Medien, mehr Transparenz und Diversität in Redaktionen und neue Finanzierungsmodelle stärken die Glaubwürdigkeit und Relevanz der Medien – und damit auch die der Demokratie. Dabei gilt es sowohl die Bollwerke gegen Propaganda und Extremismus nicht zu schwächen (z.B. den öffentlich-rechtlichen Rundfunk) als auch ihre digitale und kulturelle Transformation zu beschleunigen.

3. Resilienz der Social-Media-Plattformen:

Die dominanten US-Plattformen agieren teils als „digitale Oligarchen“. Algorithmen-Priorisierung, unklare Moderationsstandards und Datenexploitation begünstigen extremistische Inhalte. Für Expert*innen im Feld ist das keine Neuigkeit, und spätestens seit dem zweiten Amtsantritt Donald Trumps wird es für alle Welt offensichtlich. Interoperabilität, algorithmische Transparenz und demokratische Kontrolle sind wichtige Bausteine für ein ausgewogenes Informationsökosystem, aber nicht genug: Es braucht europäische Antworten mit Gemeinwohlorientierung auf US-amerikanische Plattform-Oligarchien, die nicht primär den Launen und politischen Einstellungen der Eigentümer ausgesetzt sind.

4. Resilienz der Gesellschaft:

Ein hohes Maß an Informations- und Nachrichtenkompetenz gepaart mit realen Beteiligungsmöglichkeiten – online wie offline – bilden das Rückgrat einer digitalen, demokratischen Gesellschaft. Von dieser sind wir noch weit entfernt. Die erste Säule gegen Propaganda und Manipulation ist es, Desinformation zu erkennen und Quellen kritisch zu prüfen. Die zweite Säule sind deutlich mehr und niedrigschwellige Beteiligungsprozesse (z.B. Bürgerräte) sowohl in der Politik als auch in der Öffentlichkeit.

So entsteht ein regulatorischer Ansatz für widerstandsfähige Demokratien im digitalen Zeitalter und ein neuer Begriff, welcher der Bedeutung, Komplexität und Ressortüberschneidung des Feldes gerecht wird: die Öffentlichkeitspolitik. Sie beschreibt die Wegrichtungen hin zur resilienten Informationsgesellschaft. Die Zuständigkeit erstreckt sich auf mindestens neun verschiedene Ressorts und betrifft mehrere Ebenen gleichzeitig (Europa, Bund & Länder): Infrastruktur, Medien, Digitales, Bildung, Sicherheit (Auswärtiges und Inneres), Wirtschaft und Justiz.

Politik, Medien, Plattformen und Gesellschaft müssen gemeinsam an strukturellen, kulturellen und regulativen Stellschrauben drehen, damit Ressourcen, Gestaltungsmacht und Aufmerksamkeit nicht allein in den Händen weniger Akteure liegen – bei denen zunehmend auch noch antidemokratische Tendenzen sichtbar werden. Nur dann lässt sich das „Spiel um den goldenen Pokal“ der Aufmerksamkeit nachhaltig gerecht gestalten und ein politischer Willensbildungsprozess realisieren, der den Namen auch verdient.¹

1) Der Autor dankt allen, die den Text kritisch kommentiert und mit Gedanken und Ideen bereichert haben: Dr. Julian Jaursch, Dr. Gergana Baeva, Prof. Dr. Tong-Jin Smith, Dr. Josefa Kny, Lukas Harlan und Marion K. Sänglerlaub.

Und noch eine Vorbemerkung: Dieses Papier ist anstrengend. Sie lesen richtig, denn das Thema ist ungefähr so komplex wie die menschliche Gesellschaft. Es geht um nicht mehr und nicht weniger als die Frage, wie wir heutzutage miteinander kommunizieren und uns informieren. Und das ist heute global, vernetzt, technologisch höchst fortschrittlich, vielschichtig und im „Zeitalter der digitalen Informationsflut“ komplexer als im Zeitalter der Massenmedien – und daher an vielen Stellen ganz schön überfordernd. Daher zwei Bitten: 1. Nehmen Sie sich Zeit und ggf. ChatGPT dazu. Stellen Sie Fragen nach Begriffen, die Sie noch nicht kennen. 2. Notieren Sie sich Gedanken, die Sie mit dem Autor teilen wollen. Papier ist begrenzt, Sprache auch und Zeit sowieso. Es gibt noch sehr viel mehr zu diesem Thema nachzudenken, zu sagen und zu schreiben. Dieses Papier versteht sich als Impuls, wie wir in Zukunft kommunizieren und uns informieren wollen. Daher: Schreiben Sie uns! Den Kontakt des Autors finden Sie am Ende des Papiers. Eine frohe Lektüre wünscht Ihnen Alexander Sänglerlaub!

Inhalt



I. Zeitenwende und Propaganda

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 8



II. Von der resilienten Informationsgesellschaft zur Öffentlichkeitspolitik

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 13



III. Handlungsfelder von Öffentlichkeitspolitik: Die vier Resilienzfaktoren

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 23

- | | | |
|---------|--|----------|
| III.I | Resilienz der Demokratie | Seite 25 |
| III.II | Resilienz des Journalismus | Seite 32 |
| III.III | Resilienz der Social-Media-Plattformen | Seite 39 |
| III.VI | Resilienz der Gesellschaft | Seite 42 |



IV. Fazit: Vom „goldenen Pokal“ zur funktionierenden Öffentlichkeit

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 47



Annex

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 50



Quellen

[Spring zum Kapitel >](#)

Seite 53



I. Zeitenwende und Propaganda

Es ist der 9. Januar 2025. Deutschland ist im Wahlkampf. Der reichste Mann der Welt und Eigentümer des Sozialen Netzwerks X, Elon Musk, mischt sich auf bisher unvergleichliche Weise in den deutschen Wahlkampf ein. Er lädt auf seiner Plattform Alice Weidel, Spitzen- und Kanzlerkandidatin der AfD, zum Interview ein.² Das Gespräch, das sich um die Frage dreht, ob Hitler Kommunist gewesen sei, Deutschland das einzige Land in Europa ohne Atomkraft sei oder ob man in Deutschland die höchsten Steuern und Sozialabgaben zahle, dominiert an diesem Abend und den folgenden Tagen die öffentliche Debatte. Damit gewinnen Musk und Weidel das, worum es in der Öffentlichkeit – und insbesondere im Wahlkampf – geht: den goldenen Pokal um die Aufmerksamkeit³.

Dabei geht es im Diskurs um Desinformationen schon lange nicht mehr um die Wirkung einzelner „Fake News“, wie die Debatte 2017 noch nach dem ersten Amtsantritt Donald Trumps als US-Präsident geführt wurde. Nachrangig ist auch die Frage, wer gezielt welche Lügen in den Diskursraum bringt. Stattdessen befinden wir uns mitten in einer Schlacht um Narrative⁴ und Aufmerksamkeit. Viel wichtiger ist die Frage, wer den Kampf um die Ressource *Aufmerksamkeit* der Menschen gewinnt und damit die Diskurshoheit erzielt, um Meinungen und Narrative erfolgreich zu streuen.

Das Beispiel ist symptomatisch für die Probleme der demokratischen Öffentlichkeiten des 21. Jahrhunderts: Von Musk bis Zuckerberg sehen wir oligarchische Strukturen im digitalen Raum, die alle Eigentumsverhältnisse und Monopole privater Verlage des 20. Jahrhunderts in den Schatten stellen. Die Betreiber der sozialen Netzwerke belassen es nicht bei ihrer ohnehin schon unheimlichen Marktmacht, sondern mischen sich auf bisher unbekannte Weise in politische Prozesse und Angelegenheiten ein – weit über ihre eigenen Nationen hinaus. Die politischen Ausrichtungen (in Musks Fall eine libertäre, rechtsextreme oder opportunistische Weltsicht⁵) werden auf ihren eigenen Plattformen von den Algorithmen bevorzugt⁶, Desinformation und Hass haben freie Bahn. Willkommen in der wahr gewordenen Dystopie, die im Folgenden als Beispiel dienen soll, das Gegenteil davon zu definieren: die Utopie einer resilienten Informationsgesellschaft.

2) ZDF (10.01.2025): *Elon Musk und Alice Weidel im Faktencheck*. www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/fakten-check-weidel-musk-100.html

3) Wie genau die Kommunikationsstrategie von Trump und Musk funktioniert und worauf vor allem klassische Medien achten müssen, um nicht „der Pokal“ zu sein, skizziert die amerikanische Kommunikationswissenschaftlerin Whitney Phillips (hier in einem Talk in der Augstein-Stiftung 2020): www.youtube.com/watch?v=yjcZv3Brua8&t=126s

4) „Narrativ“ meint dabei eine fortlaufende Erzählung, die mit Werten und Emotionen gespickt ist. Sie ist Teil einer gesamten Kultur und ihres Denkhorizontes und damit z.B. im politischen Sinne Teil einer Ideologie (auf dt. Ideenlehre), z.B. „Demokratie“, „Liberalismus“, „Autokratie“, „Faschismus“.

5) Barbara Barkhausen im Interview mit dem Politikwissenschaftler Henry Maher der Universität Sydney in RND (02.02.2025): *Die „Pipeline von Libertär zu Alt-Right“: Was steckt hinter Musks politischem Wandel?* www.rnd.de/politik/elon-musks-politische-haltung-was-heisst-pipeline-von-libertaer-zu-alt-right-PGFX4CIPVZCETDJD7DBBHGAUL4.html

6) Wissenschaftler der Uni Queensland belegten jetzt die durch journalistische Recherchen vermuteten pro-republikanischen Verzerrungen: www.bdzv.de/service/presse/branchennachrichten/2024/meinungsmacht-per-algorithmus-wie-musk-seine-interessen-auf-x-pusht

Doch wozu braucht es die? Jede Veränderung beginnt mit einer Utopie. Sie kann als Wegweiser fungieren, wenn man sich als Gesellschaft auf den Weg macht, etwas zu verändern.

Meint man es mit der Demokratie ernst, benötigt diese die *Teilhabe aller am Prozess der politischen Willensbildung*. Was etwas gestelzt klingt, bedeutet per Definition nicht weniger und nicht mehr, als dass die Wünsche und Ziele aller Menschen berücksichtigt werden – so definiert es die Bundeszentrale für politische Bildung.⁷ Von der Beschreibung eines Problems, über die Formulierung einer Idee, die eine politische Überzeugung wird, bis zur politischen Umsetzung ist der Prozess für die Demokratie maßgeblich (Input – Throughput – Output). Damit ist der politische Prozess in der Demokratie nicht von der Möglichkeit zu trennen, sich frei und umfänglich informieren zu können. Und noch aktiver als das: Informieren und Informiertwerden als partizipativen Akt zu verstehen. Für diesen Prozess erlauben Demokratien, anders als Autokratien, **Öffentlichkeiten**⁸ – und alles was dazu gehört: von Meinungs- und Versammlungsfreiheit, über Lokalzeitungen, TV, Radio und Fernsehen, bis zu global umspannenden Social-Media-Plattformen, Suchmaschinen und KI-Anwendungen wie ChatGPT. Mit der Digitalisierung haben unsere demokratischen Öffentlichkeiten partizipative Räume für Kommunikation entstehen lassen, von Blogs über Foren bis Social Media und Videospiele.

„Pressefreiheit, ist die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten.“

Paul Sethe, 1965, Gründungsherausgeber der F.A.Z. in einem Leserbrief an DER SPIEGEL

„Heute ist Pressefreiheit, die Freiheit von etwa drei Milliarden Menschen mit Internetanschluss ihre Meinung online zu verbreiten.“

Armin Wolf, 2018, Anchorman des ORF

Armin Wolfs Replik auf Paul Sethes Zitat ist jedoch nur die halbe Wahrheit. Auch unsere digitalen Informationsräume sind nicht herrschaftsfrei. Manche, die politische Macht anstreben, streben zuweilen auch die Macht über den Prozess der politischen Willensbildung an (historische Beispiele gibt es von Joseph Goebbels bis Silvio Berlusconi zuhauf) und reklamieren so für sich, den Willen der Bevölkerung gar zu vertreten. Und so sind wir wieder bei Elon Musk, der 2022 den Online-Dienst Twitter übernahm, der seither X heißt. Dass er nun als Teil der US-Regierung die Deregulierungsbehörde DOGE leitet, gleichzeitig nicht nur Chef mehrerer Konzerne mit Eigeninteressen ist,

7) Politische Willensbildung definiert auf den Seiten der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb): www.bpb.de/kurzknapp/lexika/politiklexikon/18045/politische-willensbildung

8) Früher wurde der Begriff im Singular genutzt und beschreibt von der griechischen Agora bis zu unseren heutigen digitalen Kanälen „...den Bereich des gesellschaftlichen Lebens, in dem Menschen zusammenkommen, um Probleme zu besprechen, die in politischen Prozessen gelöst werden sollen. Dafür muss der Zugang zu allen Informationsquellen und Medien frei sein, und die Informationen müssen frei diskutiert werden können. In diesem frei zugänglichen (öffentlichen) Raum soll sich die Mehrheitsmeinung ungestört durch Zensur und andere Barrieren herausbilden können.“ (zu finden von Hannah Arendt bis Jürgen Habermas, an dieser Stelle begnügen wir uns mit Wikipedia (<https://de.wikipedia.org/wiki/Öffentlichkeit>)). In unseren heutigen stark fragmentierten Informations- und Kommunikationsräumen kann man durchaus den Plural *Öffentlichkeiten* als Begriff bemühen, was nicht bedeutet, dass nicht auch *Öffentlichkeit* (nach wie vor im Singular) hergestellt werden kann.

sondern sein eigenes weltweites Kommunikationsnetzwerk (inkl. Satelliten) steuert, ist auf sehr vielen Ebenen problematisch. Eine solche Verschränkung von publizistischer, wirtschaftlicher und politischer Macht ist weltweit einzigartig und doch kennt man sie in Deutschland vor allem aus Zeiten des Nationalsozialismus. Das „Volksempfänger“ genannte Radiogerät wurde im Reichspropagandaministerium von Joseph Goebbels zu Zeiten Adolf Hitlers mitentwickelt und galt als eines der wichtigsten Instrumente der NS-Propaganda.

Wer über solch mächtige Propagandakanäle verfügt, kann Demokratien und ihre Gewalten ins Wanken bringen: Da unterscheidet sich der Volksempfänger von Goebbels nicht von Musks Plattform X: Beide geben rechtsextremen Stimmen ein Megafon und damit eine wirkmächtige Bühne.⁹

Wie wichtig dieser Propagandakanal für die Amerikaner ist, ließ sich auf der Münchner Sicherheitskonferenz am 14. Februar 2025 in der Rede des US-amerikanischen Vizepräsidenten J.D. Vance beobachten. Sicherheitspolitik, den Krieg in der Ukraine, das transatlantische Verhältnis – all das streifte Vance nur am Rande: „Die Gefahr, die ich in Europa am größten sehe, ist nicht Russland oder China oder ein anderer externer Akteur. Die größte Gefahr liegt im Inneren.“ Es folgte ein Vortrag, in dem Vance den Europäern ein verkommenes Demokratieverständnis vorwarf. Zwei Welten prallen hier aufeinander: das libertäre amerikanische Verständnis von Meinungsfreiheit und das liberale europäische.¹⁰

Sind wir in Deutschland resilient genug, um dem als Demokratie Stand zu halten? Nun passiert all das nicht im luftleeren Raum. Medien und Journalismus berichteten weltweit und hierzulande über das Gespräch, ordneten Fakten und Fakes kritisch ein. Menschen tauschen sich darüber aus und bilden sich eine Meinung, ob die Interventionen von Musk, Weidel und Vance mit ihren Werten und Überzeugungen zusammenpassen. Es zeigt, wie einflussreiche Plattformbesitzer und politische Akteure den demokratischen Diskurs innerhalb kürzester Zeit dominieren können. Gleichzeitig wird deutlich, dass traditionelle Medien zwar einordnen, aber nur bedingt gegensteuern können.

Unser digitales Informationsökosystem ist schon immer sehr durch amerikanische Plattformen (Facebook, Instagram, YouTube, X, etc.) und damit auch deren libertäres Verständnis von Öffentlichkeit geprägt.¹¹ Die Europäer bemühen sich mit Gesetzen wie dem DMA (*Digital Markets Act*) und DSA (*Digital Services Act*) zwar um Eindämmung und Regulierung – die Abhängigkeit von Meta, Musk und Co. aber bleibt. Machtkonzentration und Propaganda sind nur zwei von vielen Problemen

9) New York Times (03.02.2025): *Inside Musk's Aggressive Incursion Into the Federal Government*. www.nytimes.com/2025/02/03/us/politics/musk-federal-government.html

10) J.D. Vance auf der Münchner Sicherheitskonferenz auf dem YouTube-Kanal des Weißen Haus (14.02.2025): www.youtube.com/watch?v=pCOsgfINdKg&t=53s

11) US-Amerikaner*innen und Europäer*innen schauen sehr unterschiedlich auf die Konzepte von Meinungs- und Pressefreiheit. Grob zusammengefasst darf in Amerika viel mehr gesagt, gelogen und gehasst werden, als wir das in Europa erlauben würden. Somit ist es in den USA sehr viel schwieriger, Hate Speech und Desinformation einzudämmen. Grundlage dafür ist das „First Amendment“ der amerikanischen Verfassung, das der Meinungs- und Pressefreiheit – z. B. in Urteilen des Supreme Courts – fast immer höher gewichtet als andere Rechte. In Europa sind wiederum traditionell z. B. Jugendschutz oder das Zeigen von Gewaltdarstellungen strenger reguliert, oder speziell in Deutschland haben wir bspw. Einschränkungen im Zeigen von nationalsozialistischen Symbolen und Paragraphen zu Volksverhetzung im Strafgesetzbuch, „die Würde des Menschen“ steht dabei im Vordergrund (§1, GG).

digitaler Öffentlichkeiten. Die Beispiele zeigen, wie weit weg wir von der Idee sind, die *Teilhabe aller am Prozess der politischen Willensbildung* zu ermöglichen.

Was uns bisher fehlt, ist diesen Prozess mutig und aktiv zu gestalten und uns von amerikanischen Abhängigkeiten zu befreien. Es ist auch ein notwendiger Schritt hin zu einer europäischen Souveränität. Ein holistischer, politischer Blick auf die Öffentlichkeit hilft, die bisher vereinzelt und voneinander losgelösten Bemühungen gemeinsam zu fassen und vor allem Ziele für die Zukunft zu definieren – **in welcher Öffentlichkeit möchten wir Demokratie verhandeln, informieren und debattieren?** Auf Elon Musks Plattform oder lieber woanders? Vielleicht muss man uns Europäer an bisherige Errungenschaften erinnern – und an diese anknüpfen: So ist die Erfindung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks alles in allem eine europäische Erfolgsgeschichte und eines *der* Bollwerke gegen Desinformation und Propaganda.

Helfen kann, wie in der Klimapolitik, eine Utopie zu zeichnen, oder konkreter: Ziele in der Zukunft zu setzen. So möchte die EU z. B. bis 2050 klimaneutral werden. Warum nicht auch das Ziel ausgeben, bis 2035 eine europäische, digitale, öffentliche Plattform gemeinsam zu schaffen? Diese Ziele können sowohl auf lokaler (z. B. die Versorgung mit Informationen durch lokale Medien), nationaler (z. B. Schulfach Politik- und Medienbildung bis 2030) und europäischer Ebene festgelegt werden.

DSA und DMA allein werden jedenfalls nicht ausreichen. Wenn wir die allseits zitierte **Zeitenwende** ernst nehmen, **bedarf es einer holistisch gedachten Öffentlichkeitspolitik**. Denn die Zusammenhänge zwischen Social-Media-Plattformen, Journalismus, politischer Kommunikation und Informations- und Nachrichtenkompetenz sind fließend – und mit ihnen das Funktionieren von Demokratie. Daher müssen die Stellschrauben zusammen gedacht und zusammen weiterentwickelt werden, um die Demokratie zu wahren – und wohl möglich weiterzuentwickeln.

Die *Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft*, in deren Rahmen dieses Papier veröffentlicht ist, versucht genau diesem Gedanken zu folgen und von einem gewünschten Ist-Zustand her gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus allen Silos der Gesellschaft die Zukunft der Öffentlichkeit zu denken und damit zu gestalten.¹²

12) *Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft*: www.resiliente-informationsgesellschaft.org



II. Von der resilienten Informationsgesellschaft zur Öffentlichkeitspolitik

In den letzten Jahren und den zunehmenden Debatten um Desinformation, Demokratien unter Druck, geopolitischen Einflussnahmen von außen und der Macht von digitalen Plattformen diskutiert die Fachöffentlichkeit verstärkt die Frage, wie resilient unsere Demokratien sind – und damit auch unsere Öffentlichkeiten.¹³

Der ursprünglich aus der Materialwissenschaft stammende Begriff **Resilienz**, der auch in anderen Disziplinen – von der Psychologie und Organisationsforschung, über die Soziologie bis zur Biologie – zuhause ist, meint die **Widerstandsfähigkeit von Systemen gegen äußere (und innere) Bedrohungen**.

In der Psychologie beschreibt Resilienz die psychische Widerstandsfähigkeit, also wie gut Menschen Schwierigkeiten im eigenen Leben bewältigen, ohne anhaltende Beeinträchtigungen zu erleiden. Aus der Biologie kommt aber noch ein wichtiger Zusatz: die **Anpassung eines Systems an neue Umstände** – also über den eher defensiven Charakter der Widerstandsfähigkeit – auch eine Entwicklung nach vorn. Das bedeutet, Krisen nicht nur abzuwehren (bounce back), sondern das System durch Innovationen und Lernprozesse weiterzuentwickeln (bounce forward).¹⁴ Die Material- und Ingenieurwissenschaften bringen eine weitere wichtige Komponente dazu: Was passiert, **wenn ein Teilsystem ausfällt**? Können die anderen dieses dann ersetzen?

Die *Informationsgesellschaft* beschreibt wiederum die von Informations- und Kommunikationstechnologien durchdrungene menschliche Gesellschaft, welche die Postmoderne (also unsere heutige Zeit) bedingt. Setzt man diesen Begriff in Beziehung zur Resilienz, geht es um den **Schutz der demokratischen Informationsgesellschaft vor Bedrohungen wie autokratischen und illiberalen Strömungen**. Dazu gehören Phänomene wie Propaganda, Extremismus und Desinformation, die demokratische Werte und Willensbildung untergraben – genau wie **plutokratische und oligarchische Machtkonzentrationen**.¹⁵

Die strategischen Vorteile der holistischen Betrachtung des Informationsökosystems als eine Einheit, wie etwa beim Gesundheits- oder Bildungssystem, sind einerseits, dass seine Bestandteile zueinander in Beziehung gesetzt werden können und andererseits, dass diese Perspektive die Grundlage für eine Strategie zur Stärkung des gesamten Ökosystems bietet. Zumal Informationsinfrastrukturen nicht nur für die Demokratie überlebenswichtig sind, sondern als öffentliche Aufgabe verstanden werden sollten, jenseits privatwirtschaftlicher Marktmechanismen.¹⁶ Das

13) Observatory on Information and Democracy (2025): *Information Ecosystems and troubled Democracy*. <https://observatory.informationdemocracy.org/report/information-ecosystems-and-troubled-democracy-report-summary>

14) Siehe dazu auch: betterplace lab (2024): *Die Metakrise. Wie die Zivilgesellschaft zur gesellschaftlichen Resilienz beiträgt*. www.betterplace-lab.org/studie-metakrise-und-zivilgesellschaft

15) Als *Oligarchie* beschreibt Aristoteles die *Herrschaft der Wenigen*, in der nur eine kleine Gruppe Menschen politische Macht ausübt. Selbst US-Präsident Joe Biden benutzte den Begriff gegenüber seinem Nachfolger Donald Trump, um die Machtkonzentration von Big Tech um US-Präsident Trump zu kritisieren (Guardian (23.01.2025): www.theguardian.com/us-news/2025/jan/23/what-is-oligarchy). Der bessere Begriff ist demnach Plutokratie, denn dieser schärft den Begriff als *Herrschaft der Reichen*.

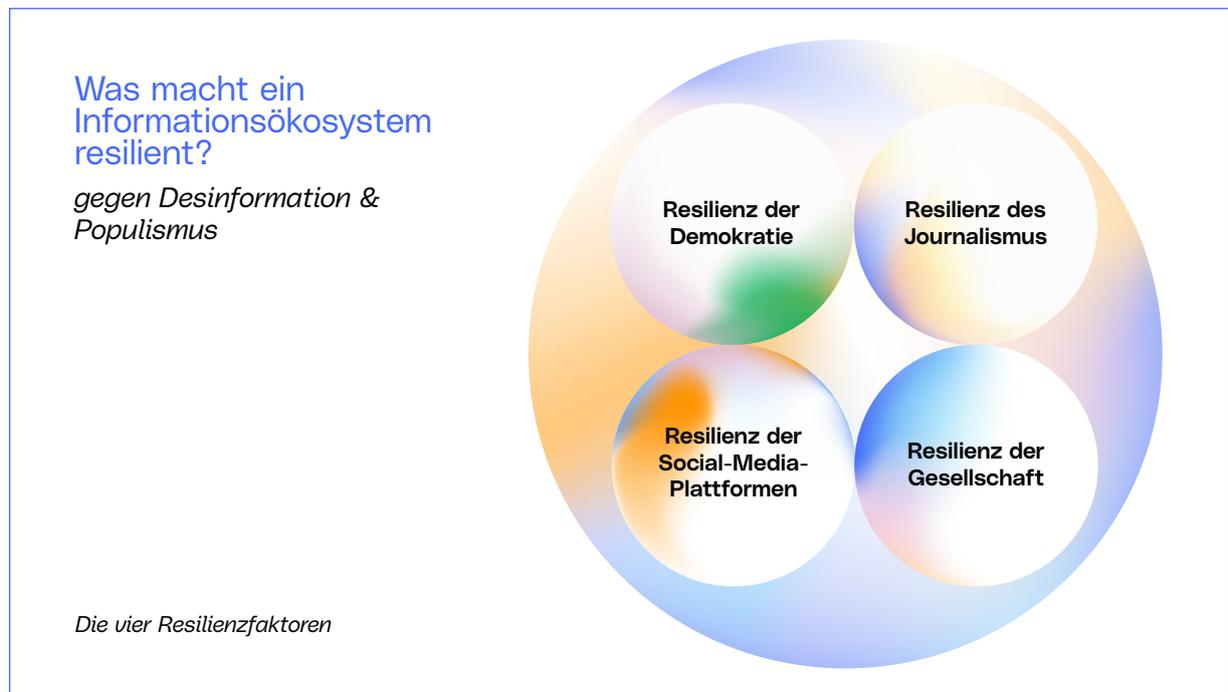
16) Auch der staatsfern organisierte öffentlich-rechtliche Rundfunk ist aus der Notwendigkeit heraus geboren worden, dass es staatlich und privatwirtschaftlich weitestgehend unabhängige Informationsinfrastrukturen in einer Demokratie braucht, die Teil einer öffentlichen Infrastruktur sind, um lokale, nationale und internationale Informationen und Nachrichten zur Verfügung zu stellen. Im Digitalen sind ausnahmslos alle bedeutenden Plattform privatwirtschaftlich organisiert und nicht europäisch.

gleiche Verständnis gibt es bereits in vielen europäischen Demokratien bei öffentlichen Infrastrukturen, von der Wasser-, bis zur Stromversorgung – oder beim öffentlichen-rechtlichen Rundfunk.

Beim Allianzpartner *futur eins*¹⁷ wird die *resiliente Informationsgesellschaft* in vier Bausteinen gedacht:

1. **Resilienz der Demokratie**
2. **Resilienz des Journalismus**
3. **Resilienz der Social-Media-Plattformen** und
4. **Resilienz der Gesellschaft.**¹⁸

Diese werden in [Kapitel 3](#) genauer vorgestellt und darin Handlungsfelder für Öffentlichkeitspolitik skizziert.



17) *futur eins* ist ein Think & Do Tank mit Sitz in Berlin: <https://futureins.org/> Mehr zur Organisation am Ende des Papiers.

18) Grundlage für die Resilienzfaktoren ist folgender vom Autor dieses Papiers veröffentlichter Text zur nationalen Sicherheitsstrategie gegen Desinformation: Alexander Sänglerlaub (2023): Die resiliente Informationsgesellschaft in Zeiten digitaler Disruption. <https://fourninesecurity.de/2023/02/22/die-resiliente-informationsgesellschaft-in-zeiten-digitaler-disruption>

Ähnliche Einordnungen finden sich bspw. in der Wissenschaft: u. a. bei Edda Humprecht: www.wissenschaftskommunikation.de/resilienz-gegen-desinformation-im-netz-54949

Eine Definition für resiliente Informationsgesellschaft schlage ich aus den bisherigen Überlegungen wie folgt vor:

Eine resiliente Informationsgesellschaft ist ein umfassendes soziales, politisches und technisches Ökosystem, in dem demokratische Werte und Pluralismus fest verankert sind und Menschen freien Zugang zu fundierten und vielfältigen Informationen haben. Politische Institutionen, Medien, Plattformen und Gesellschaft agieren in einem weitgehend dezentralen, qualitätsorientierten Umfeld. Gleichzeitig fördert dieses System die Informations- und Nachrichtenkompetenz der Bevölkerung, reguliert Medien-Monopole und übermächtige Online-Plattformen und gewährleistet so der Bevölkerung die breite Teilhabe am Prozess der politischen Willensbildung. Wesentlicher Bestandteil der Resilienz ist dabei nicht nur die Fähigkeit, äußere und innere Krisen abzuwehren (bounce back), sondern sich auch durch innovative Strategien und gemeinschaftliche Lernprozesse weiterzuentwickeln. Kurzum: eine gemeinwohlorientierte Öffentlichkeit.

Dabei besteht das gesamte Informationsökosystem aus einer Vielzahl von Dynamiken, Akteuren, Einflussosphären und -faktoren. Das oben beschriebene Beispiel mit Musk und Weidel macht die wichtigste Währung innerhalb dieses komplexen Systems deutlich: die Aufmerksamkeit – und diese ist eben stets begrenzt.¹⁹ Wer also trotz all dieser Dynamiken die öffentliche Debatte bestimmen kann, dominiert damit das Informationsökosystem und den Meinungsbildungsprozess.

Der Begriff **Ökosystem** ist daher von Bedeutung, da bei einem Teilausfall eines Systems theoretisch die anderen einspringen können. Gesellschaften mit hoher Informations- und Nachrichtenkompetenz und einer hohen Qualität des Mediensystems können Desinformation, die aus der Politik kommen, leichter erkennen und abwehren. Im Grunde war das Informationsökosystem bis in die 1990er Jahre relativ stabil, da vor der Digitalisierung nur wenige Zugang zu diesem hatten. Mit der Digitalisierung – und der Demokratisierung der Öffentlichkeit – begann nicht nur die Informationsflut, sondern die Menschen waren auch zunehmend auf sich allein gestellt, um die Güte von Informationen zu beurteilen. Heutzutage, da sich Social-Media-Plattformen immer mehr als digitale Oligarchien demaskieren, haben die Trumps und Musks dieser Welt immense Möglichkeiten ungefiltert Reichweiten herzustellen. Den anderen beiden Teilsystemen des Informationsökosystems (Journalismus und Gesellschaft) fehlt wiederum die nötige Resilienz, um das aufzufangen.²⁰

19) Auch die systemtheoretische Perspektive auf das Teilsystem Medien (u. a. Luhmann) sieht Aufmerksamkeit als zentrale Währung (oder „binären Code“) des journalistischen Systems. Das hat sich auch durch die Digitalisierung der Öffentlichkeiten nicht verändert.

20) Warum bspw. das Fact-Checking, sowohl im Journalismus, als auch auf den Plattformen, keine erfolgreiche Lösung ist, siehe Alexander Sänglerlaub (2018): *Feuerwehr ohne Wasser? Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings als Mittel gegen Desinformation*. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/studie-fact-checking-in-dtl/01c91e0cb3-1728053234/2018_feuerwehr-ohne-wasser.pdf

Auf das Beispiel bezogen: Musk (Faktor *Resilienz der Social-Media-Plattformen*) und Weidel (Faktor *Resilienz der Demokratie*) nehmen es mit der **Faktentreue** (*kulturelle Dimension*) beide nicht so genau, im Gegenteil: Polemik, Unwissenheit und Desinformation dominieren weitestgehend das Gespräch.²¹ Eine Einordnung mit Blick auf die Faktentreue nimmt anschließend u. a. die Redaktion von ZDF heute (Faktor *Resilienz des Journalismus*) auf ihrer Webseite vor.²² Ein Großteil der deutschen Medien berichtet (z. B. SZ²³), kommentiert (SZ²⁴) oder ordnet ein (SZ²⁵). So fragt beispielsweise Gabor Steingart provokant, wie die Reaktionen des Journalismus ausgefallen wären, wäre nicht Alice Weidel, sondern Robert Habeck Interviewpartner von Elon Musk gewesen.²⁶ Wäre der journalistische Blick darauf ein anderer gewesen? Die AfD nutzt das Gespräch für die eigene Kommunikation auf Parteitag und in Social-Media-Kanälen (Faktor *Resilienz der Demokratie*), während zahlreiche andere Politiker*innen, Journalist*innen und Bürger*innen auf allen Social-Media-Kanälen das Gespräch kommentieren, sich darüber belustigen, dass Hitler laut Weidel links und Kommunist gewesen sei, über diese Aussage schockiert sind oder sich über die Aufmerksamkeit für die AfD-Spitzenkandidatin freuen – je nach politischer Perspektive (*Resilienz der Gesellschaft*).

Wer das Interview von Musk und Weidel einem Faktencheck unterzieht ([siehe Fußnote 2](#)), wird nicht viel an faktischer Wahrheit finden – Demokratien müssen zuweilen auch das aushalten. Entscheidend ist jedoch, dass die Strategie von Musk aufging, den öffentlichen Diskurs zu dominieren. Das Interview wurde über Tage breit in Politik, Medien und Bevölkerung rezipiert, sodass der goldene Pokal um die Aufmerksamkeit an diesen Tagen gewonnen wurde und damit wieder ein paar Tage weniger in der Öffentlichkeit über *politische Themen* gesprochen wurde, welche die Menschen interessieren wie etwa den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine, Mieten- oder Wirtschaftspolitik.²⁷

21) Tagesschau (10.01.2025): *Was bleibt vom Gespräch Weidel-Musk?* www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/weidel-musk-x-100.html

22) ZDF heute (10.01.2025): *AfD-Gespräch auf X: Elon Musk und Alice Weidel im Faktencheck:* www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/faktencheck-weidel-musk-100.html

23) Süddeutsche Zeitung (09.01.2025): *Weidel im Talk mit Musk: „Hitler war ein Kommunist“* www.sueddeutsche.de/panorama/weidel-im-talk-mit-musk-hitler-war-ein-kommunist-li.3180020

24) Süddeutsche Zeitung (10.01.2025): *Loslabern, rumgackern, vollstopfen.* www.sueddeutsche.de/kultur/alice-weidel-elon-musk-afd-gespraech-x-li.3180302?reduced=true

25) Süddeutsche Zeitung (10.01.2025): *Weidel und Musk: Wie Lügen verfangen.* www.sueddeutsche.de/kultur/hitler-kommunist-luegen-rechtsextremismus-li.3180187

26) Kress (10.01.2025): *Steingarts provokante Frage: Was wäre, wenn Musk nicht Alice Weidel, sondern Robert Habeck zum Interview geladen hätte?* <https://kress.de/news/beitrag/148699-steingarts-provokante-frage-was-waere-wenn-musk-nicht-alice-weidel-sondern-robert-habeck-zum-interview-geladen-haette.html>

27) Der „Wille der Bevölkerung“ ist in unseren repräsentativen Demokratien schwierig messbar, die Demoskopie versucht einen Weg mittels statistischer Hochrechnung und Stichprobentheorie. Interessant ist, wie gefragt wird. Fragt man: „Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Deutschland?“, misst man einen Medieneffekt (Migration wird dann am häufigsten genannt, u. a. Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1062780/umfrage/umfrage-zu-den-wichtigsten-problemen-in-deutschland>). Fragt man allerdings: „Welche Probleme beschäftigen Sie in Ihrem Alltag derzeit?“, kommen völlig andere Antworten (z. B. Inflation, Mieten) zutage (u. a. hart aber fair: www1.wdr.de/daserste/hartaberfair/sendungen/die-grosse-vertrauenskrise-versteht-die-politik-die-buerger-noch-100.html).

Die bereits zitierte amerikanische Kommunikationswissenschaftlerin Whitney Phillips ([siehe Fußnote 3](#)) bezeichnet den medialen Hype um das Gespräch als König-Midas-Effekt: wenn Medien den populistischen Agitatoren enorme zusätzliche Reichweiten bringen. Ein Effekt, den sie schon innerhalb und außerhalb der USA in Trumps erster Wahlperiode beobachtet hat. Und ein Effekt, der zeigt, wie Desinformation und toxische Narrative die Öffentlichkeit „zumüllen“.²⁸ Wie Geröll verstopfen sie öffentliche Diskurse, weil wir nicht empirisch messbare Wahrheiten diskutieren, sondern stattdessen erst Wahrheiten von Lügen trennen müssen. Wie bereits erwähnt: Aufmerksamkeit ist ein begrenztes Gut.

Für demokratische Öffentlichkeiten können demnach Faktoren bestimmt und empirisch gemessen werden, wo genau in einer Gesellschaft die **Grenzlinie zwischen resilienter Informationsgesellschaft und** – um einen Gegenpol zu bestimmen – **vulnerabler Desinformationsgesellschaft** verläuft. Im Folgenden ein Überblick (*Tabelle 1*), der die Komplexität und Tragweite aufmacht. Dieser ist nach vier Dimensionen geordnet, um den Überblick zu erleichtern: *kulturelle, strukturelle, regulative* und *technische Faktoren*. Alle Dimensionen können dabei auf alle vier Resilienz-Faktoren gleichzeitig wirken: Resilienz der Demokratie, Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen und Resilienz der Gesellschaft.

28) Claire Wardle von First Draft nennt das passenderweise „information pollution“, also Informationsverschmutzung und sagt, dass unsere Gesellschaften an einer Art Informationsstörung leiden: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder>

Resiliente Informationsgesellschaft	Vulnerable Desinformationsgesellschaft
<p>Kulturelle Dimension <i>Hier geht es um Normen, Werte und gesellschaftliche Haltungen und Kompetenzen, die das Informations- und Kommunikationsverhalten prägen und in der Gesamtheit zu einer funktionierenden Öffentlichkeit führen.</i></p>	
<p>Funktionsfähige Öffentlichkeit Gesellschaft und Bevölkerung setzen eigene Themen auf die Agenda; funktionierender Input-, Throughput- und Output-Prozess</p>	<p>Dysfunktionale Öffentlichkeit Dominante Akteure, Bots oder Skandale kapern Diskurs; Bevölkerung dringt nicht mit Themen durch</p>
<p>Faktentreue Hoher Stellenwert von datenbasierten Debatten und faktenorientierten Diskurse</p>	<p>Lügen Dominanz von Skandalen, Desinformation und Emotionalisierung (Wut, Angst)</p>
<p>Mündige Bürger*innen Informierte (nachrichtenkompetente) Bürger und kritisches Denken, aktive Partizipation</p>	<p>Manipulierbare Bürger*innen Fehlende Medienbildung und Echokammern, Verbreitung von Gerüchten, passive Konsument*innen</p>
<p>Langfristige Orientierung Nachhaltige Themensetzung und gründliche journalistische Aufarbeitung</p>	<p>Kurzfristige Empörungszyklen Kurze Aufmerksamkeitsspannen und Themen-Hopping durch Social-Media-Empörungswellen</p>
<p>Vielfältige Quellen & Perspektiven Meinungspluralismus, breite Informationsbasis, Austausch über Milieus hinweg</p>	<p>Echokammern Homogene Informationsräume, Verstärkung eigener Vorurteile, Polarisierung der Gesellschaft</p>
<p>Kollaborative Wissensproduktion Wissen wird gemeinsam verifiziert (z. B. Fact-Checking), Wikipedia</p>	<p>Misinformation Warfare gezielte Störmanöver & Propaganda, z. B. durch staatlich gestützte Desinformation</p>
<p>Strukturelle Dimension <i>Diese Dimension umfasst institutionelle und organisatorische Rahmenbedingungen. Hier geht es um Markt- und Machtverteilung, Medienlandschaft und gesellschaftliche Teilhabe.</i></p>	
<p>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und unabhängige Medien als Stabilitätsfaktor Staatsferne, pluralistisch aufgestellte Medien, die als „Anker“ informierter Gesellschaft fungieren</p>	<p>Aushöhlung unabhängiger Medien und Einmischung von Eigentümern oder Politik in redaktionelle Arbeit Einflussnahme von Regierungen, Konzernen oder Eigentümern, die redaktionelle Arbeit versuchen zu lenken</p>
<p>Dezentrale Diskursräume Vielfältige Medienlandschaft, dezentrale Organisation, Unabhängigkeit</p>	<p>Monopolisierte Plattformmacht Wenige Akteure oder Konzerne dominieren öffentlichen Diskurs = „digitale Oligarchen“</p>

<p>Breite Teilhabe an politischer Willensbildung Möglichst viele Menschen mit realem Zugang und Einfluss (Wahlrecht, Bürgerbeteiligung, Meinungsvielfalt)</p>	<p>Ökonomische und politische Eliten bestimmen politische Willensbildung Steuerung der öffentlichen Meinung durch politische und ökonomische Akteure (Milliardäre, Lobbygruppen) .</p>
<p>Qualität Fundierte Informationen, in denen Redaktion und Sorgfalt über Klickzahlen stehen</p>	<p>Viralität Sichtbarkeit und Boulevardisierung des Diskurses bestimmt durch Clickbait und Skandalisierung</p>
<p>Gleichberechtigter Informationszugang Breit angelegter, kostengünstiger oder kostenfreier Zugang zu relevanten Nachrichten und Daten, auch Informationsfreiheit (ggü. Staat und Co.).</p>	<p>Paywalls & Abos, Informationsbeschränkungen Wichtige Informationen verborgen hinter Bezahlschranken, nur durch wenige nutzbar; Behörden verweigern Auskunft</p>

Regulative Dimension

Hier geht es um Gesetze, staatliche Regulierung und politische Rahmenbedingungen, die den Informationsraum gestalten und (re)strukturieren können.

<p>Pressefreiheit unabhängige Berichterstattung durch Journalist*innen, ohne Repressionen oder juristische Drohkulissen</p>	<p>Zensur und Einschüchterung von Journalist*innen Zensur, Druck und Drohungen als Mittel von Regierungen, Unternehmen oder Gruppen</p>
<p>Meinungsfreiheit Rechtsstaatlich garantierte Meinungsäußerung, gekoppelt an Verantwortung und rechtliche Grenzen (z. B. gegen Hate Speech)</p>	<p>Zensur oder libertäres Verständnis von Meinungsfreiheit Entweder radikal libertäre „Alles ist erlaubt“-Kultur ohne Konsequenzen für Regelbrüche oder staatliche Unterdrückung abweichender Meinungen</p>
<p>Politische Transparenz Strenge Regeln für Kampagnen und Werbung, Offenlegung aller Geldströme, faire Wettbewerbsbedingungen</p>	<p>Dunkle Wahlkampffinanzierung Geheime Spenden, Strohmann-Finanzierungen, undurchsichtige Lobbymacht und politische Schleichwerbung</p>
<p>Demokratische Kontrolle von Plattformen Checks and Balances für Big Tech, z. B. durch staatliche Aufsicht, internationale Kooperation und Oversight Boards.</p>	<p>Digitale Oligarchien oder Autokratien Einzelne Milliardäre und Konzerne, die eigenmächtig über Debatten und Reichweiten (oder die politische Führung) entscheiden</p>
<p>Schutz von persönlichen Rechten Möglichkeiten, Hass, Verleumdung oder Volksverhetzung effektiv anzuzeigen und ahnden zu lassen</p>	<p>Informationsraum als „Wilder Westen“ Fehlende Mechanismen, um strafbare Inhalte einzudämmen, kaum rechtliche Konsequenzen</p>

Technische Dimension

Diese betreffen Infrastruktur, IT-Sicherheit und die Rolle von Algorithmen, also die technologische Basis des Informationsaustauschs.

<p>Transparente Algorithmen Offenlegung von Empfehlungsmechanismen und nachvollziehbare Reichweitenlogik</p>	<p>Black-Box-Algorithmen Geheimhaltung der Algorithmen, keine demokratische Kontrolle über Sichtbarkeit von Inhalten</p>
<p>Moderation & KI-Filter Eine durchdachte Kombination aus menschlicher und automatisierter Moderation, die Falschinformationen und Hass aufdeckt und eindämmt</p>	<p>Ungefilterte Desinformationsflut Filterung wird auf Plattformen weitgehend dem Zufall oder rein kommerziellen Prioritäten überlassen</p>
<p>Geschützte IKT-Infrastrukturen und Datenschutz Hohe Sicherheitsstandards, Abwehr von Hacking, Botnet-Angriffen, Datenleaks und Manipulation</p>	<p>Mangelnde Cybersicherheit Verwundbare Systeme, in welche Staaten oder kriminelle Akteure leicht eindringen und manipulieren können</p>
<p>Interoperabilität und offene Standards Daten- und Plattformportabilität, Austausch zwischen verschiedenen Diensten; keine monopolartigen Netzwerkeffekte</p>	<p>Geschlossene (proprietäre) Systeme Anbieter bindet Nutzer*innen in „goldenen Käfigen“; erschwert Wechsel zu alternativen Diensten</p>
<p>Regeln für KI-Technologien & kommende Zukunftstechnologien Gleiche Fragen, die zunehmend auch für Anwendungen wie ChatGPT und Co. gelten</p>	<p>Keine Regeln für KI-Technologien Gleiches „laissez-faire“ wie für digitale Öffentlichkeiten</p>

Tabelle: Dimensionen resilienter Informationsgesellschaft – und Handlungsfelder für Öffentlichkeitspolitik

Wer sich die einzelnen Pole zwischen Resilienz und Vulnerabilität in Ruhe durchliest, erkennt, dass wir in einer Gleichzeitigkeit von resilienter und vulnerabler Gesellschaft leben. In jeder Dimension schwingt das Pendel mehr oder weniger stark zur einen oder anderen Seite. Dabei muss von Staat zu Staat und Öffentlichkeit zu Öffentlichkeit einzeln beurteilt werden, ob eher resiliente oder vulnerable Zustände herrschen und wie gefestigt das jeweilige Informationsökosystem ist. Andere Phänomene sind stattdessen global und unabhängig von nationalen Öffentlichkeiten, da digitale Plattformen global agieren und somit fehlende Moderation oder die fehlende Transparenz von Algorithmen internationale Probleme sind.

Damit ergeben sich **Handlungsfelder für eine holistische Öffentlichkeitspolitik**. Sie beschreiben, wie sich das Pendel wieder stärker zur linken Seite in den jeweiligen Bereichen schwingen lässt. Die Notwendigkeit für ein holistisches Politikfeld ergibt sich aus der derzeitigen Fragmentierung des Querschnittsthemas, das sich bisher über mehrere Politikfelder erstreckt. Die Folge davon ist

eine Verantwortungsdiffusion und ein politischer Stillstand derzeit, wie er ähnlich sonst nur in der Digitalpolitik zu beobachten ist.

Die Felder, die Öffentlichkeitspolitik umfassen, sind:

- **Infrastrukturpolitik** (z. B. Netzabdeckung, gemeinnützige Plattformen),
- **Sicherheitspolitik** (Abwehr von Desinformation, Cyber-Sicherheitspolitik, innere und äußere Sicherheit),
- **Wirtschafts- und Technologiepolitik** (z. B. Förderung von Industriezweigen wie KI oder Journalismus),
- **Medienpolitik** (z. B. Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und von politischer Kommunikation),
- **Demokratieförderpolitik** (z. B. Unterstützung der Zivilgesellschaft),
- **Bildungspolitik** (z. B. Steigerung der Informations- und Nachrichtenkompetenz)
- **Digitalpolitik** (z. B. Regulierung von Social-Media-Plattformen)
- **Kulturpolitik** (z. B. Förderung öffentlicher Räume als „analoge“ Öffentlichkeiten, wie Theater, Ausstellungen, Konzerte)
- plus den verschiedenen Zuständigkeiten der jeweiligen Felder auf Bund-, Länder- oder Europaebene.

Der in diesem Papier neu eingeführte Begriff **Öffentlichkeitspolitik** meint demnach:

Die Gesamtheit der politischen Bestrebungen, eine funktionierende Öffentlichkeit zu erhalten und herzustellen, um den Prozess der demokratischen, politischen Willensbildung zu ermöglichen.

Sie ist Querschnittsaufgabe und ein eigenes Politikfeld gleichermaßen und umfasst Teile von Infrastrukturpolitik, Sicherheitspolitik (Inneres, Äußeres & Verteidigung), Wirtschafts- und Technologiepolitik, Medienpolitik, Demokratieförderpolitik, Bildungspolitik, Digitalpolitik und Kulturpolitik.

Im Folgenden möchte ich für **Deutschland** die vier Resilienzfaktoren vertiefen und zeigen, wo die größten Problemfelder, aber auch Handlungsmöglichkeiten liegen. Und welche übergreifenden Themen quer zu allen vier Faktoren Handeln erfordern.



III. Handlungsfelder von Öffentlichkeitspolitik: Die vier Resilienzfaktoren

Die folgenden vier Unterkapitel sollen mögliche Handlungsfelder für eine holistische Öffentlichkeitspolitik in den vier Resilienzfaktoren vorschlagen. Das Ziel ist, funktionierende Öffentlichkeiten herzustellen. Dabei gibt es darunter liegende Themen, die für alle vier Faktoren von zentraler Bedeutung sind: Diese sind **Gemeinwohlorientierung**, **Partizipation** sowie **Informations- und Nachrichtenkompetenz**. Dabei sind bestimmte Zielrichtungen langfristig, andere mittelfristig. Nur wenig Raum gibt es für kurzfristige Effekte oder Sofortmaßnahmen, da den meisten Herausforderungen nur durch strukturelle oder kulturelle Veränderungen zu begegnen ist.

Die Folgen der fehlenden Gemeinwohlorientierung, den fehlenden Partizipationsmöglichkeiten und der geringen Informations- und Nachrichtenkompetenz sind für das Politik- und Mediensystem die gleichen: eine **Vertrauenskrise** in der Bevölkerung – die sich im politischen System u. a. durch die Wahl radikaler Parteien zeigt und im Mediensystem u. a. durch die Abwendung vom selben, bspw. durch Nachrichtenvermeidung.²⁹

29) Digital News Report von Reuters Institute und University of Oxford (2024): https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (Zahlen zu Vertrauen auf S. 34, für Deutschland S. 82), Vertrauensstudien zum politischen System sind u.a. die Mitte-Studien von Andreas Zick (2023): www.fes.de/referat-demokratie-gesellschaft-und-innovation/gegen-rechtsextremismus/mitte-studie-2023



Empfohlene Handlungsfelder, um die Resilienz der Demokratie zu erhöhen

📖 *kulturelle Dimension*

🏛️ *strukturelle Dimension*

⚖️ *regulative Dimension*

🌐 *technische Dimension*

III.I Resilienz der Demokratie

Ein stabiles, demokratisches Gemeinwesen hängt maßgeblich davon ab, dass politische Prozesse transparent ablaufen, Macht in geregelten Bahnen verläuft und Bürger*innen sich aktiv an der Willensbildung beteiligen können. Das alles kann nur mittels funktionierender Öffentlichkeiten geschehen. In Deutschland sind viele Institutionen – von Parlamenten über Parteien bis hin zu kommunalen Strukturen – grundsätzlich stabil. Dennoch zeigen sich deutliche Lücken und Problemfelder, die die demokratische Resilienz schwächen. Auch bisherige Regulationsbemühungen (die vor allem auf europäischer Ebene stattfinden), wie der Digital Services Act (DSA), decken nur einen Bruchteil der Problematik ab.³⁰

Leitfragen für die Resilienz der Demokratie sind daher, 1) wie integer und stabil die Akteure des politischen Systems sind, etwa in ihrer politischen Kommunikation, und 2) ob die Demokratie und ihre Akteure die notwendigen Rahmenbedingungen für ein funktionierendes Informationsökosystem schaffen.

1. Ungleiche Regeln für politische Kommunikation in Rundfunk, Print und online überarbeiten

Dimension: Regulative Dimension

Politische Ebene: Bund und Länder

Politikfeld: Medien, Inneres (Parteienrecht), Digitales

³⁰) Chris Köver via Netzpolitik (25.08.2024): *Ein Jahr Digital Services Act*. <https://netzpolitik.org/2024/ein-jahr-digital-services-act-ich-bin-jetzt-nicht-mehr-so-machtlos>

<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Das größte Problem, das die demokratische Resilienz schwächt, sind die völlig ungleichen Regeln für politische Kommunikation zwischen klassischem Rundfunk und digitalen Plattformen (und auch Print). Im analogen Bereich unterliegen TV- und Radiosender strengen Vorgaben zur Staatsferne: Parteien und Regierungen dürfen keine eigenen Fernsehsender betreiben, um eine gefährliche Nähe von Politik und öffentlicher Kommunikation zu verhindern. Doch im digitalen Raum gibt es bisher keine vergleichbare Kontrolle:

- **YouTube statt Fernsehen:**
Während eine Partei laut Grundgesetz keinen eigenen Fernsehsender gründen darf, betreiben heute fast alle Parteien YouTube-Kanäle mit teils beträchtlichen Reichweiten. Sie unterliegen jedoch keiner Rundfunklizenz und auch keiner wirklichen Aufsicht, sofern sie formal die Kriterien eines Rundfunkprogramms nicht erfüllen. Aus Studien wissen wir, dass es Bürger*innen allerdings schwer fällt, zwischen Nachrichten und PR zu unterscheiden.³¹
- **Podcast statt Radio:**
Auch bei Audioformaten ähneln Podcasts der klassischen Radioberichterstattung, ohne dass es allerdings klare Regeln gibt. Der Gesetzgeber verzichtet auf eine gesetzliche Trennung von parteipolitischer Einflussnahme und unabhängiger Redaktion. Nicht mal eine Kennzeichnungspflicht gibt es.

Die Folge dieser Regulierungslücke ist die Torpedierung von Medien und Journalismus als vielzitierte Vierte Gewalt in der Demokratie (nach Exekutive, Legislative und Judikative). Das wäre insofern „okay“, wenn wir bereits eine medienmündige Gesellschaft hätten (ebd.). Konkret sieht die Praxis politischer Kommunikation derzeit so aus:

1. **Selbstinszenierung ohne Gegenkontrolle**
Parteien können Social-Media-Plattformen (Instagram, TikTok, X, YouTube, etc.) oder Podcasts nutzen, um ungefiltert und hochprofessionell ihre Botschaften zu verbreiten. Anders als beim traditionellen Rundfunk gibt es hier keine Programmaufsicht oder redaktionelle Kontrolle, die für Ausgewogenheit, Faktenchecks oder Gegendarstellungen sorgt.
2. **Hybridisierung zwischen PR und Journalismus**
Eigene Kanäle vermitteln oft den Eindruck von journalistischen Interviews oder Reportagen, sind jedoch inhaltlich reine PR-Formate. Den Zuschauern ist oft nicht

31) Anna-Katharina Meßmer, Alexander Sänglerlaub & Leonie Schulz (2021): „Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/0e483ac499-1728053243/snv_quelleinternet_messmersaengerlaubschulz_210319.pdf

zwangsläufig klar, dass hier keine unabhängige Redaktion am Werk ist. (So erkannten in der Studie „Quelle: Internet?“ nur 62 Prozent der Befragten einen Podcast von Christian Lindner als „politische Öffentlichkeitsarbeit“).

3. Umgehung journalistischer Gegenfragen

Parteieigene YouTube-Kanäle oder Podcasts bieten geschützte Räume, in denen politische Botschaften unkritisch gesendet werden können. In klassischen TV- oder Radio-Formaten wäre es die Aufgabe von Moderator*innen bzw. Journalist*innen nachzuhaken.

4. Unbegrenzte Reichweite durch Algorithmen

Anders als im begrenzten Sendegebiet einer Rundfunkfrequenz können digitale Formate weltweit verbreitet werden. Empfehlungs-Algorithmen verstärken parteinahe Inhalte zusätzlich – ohne zusätzliche Kosten oder Kontrollen. Stimmen politische Meinung des Senders mit der des Plattformbesitzers überein, verstärkt sich die Reichweite – wie das anfangs zitierte Beispiel eindrücklich zeigt.

Damit zeichnet sich ein Handlungsspektrum ab, das von strengeren Transparenzpflichten bis hin zu innovativen Formen digitaler Bürgerbeteiligung reicht. Je konsequenter diese Schritte in Angriff genommen werden, desto eher kann das politische System gegen die wachsenden Herausforderungen des digitalen Zeitalters gefestigt werden – und desto besser schützt es die demokratische Willensbildung vor Manipulation und Desinformation.

Was ist zu tun?

Der Gesetzgeber und die Landesmedienanstalten müssen prüfen, inwieweit das Gebot der Staatsferne und Anforderungen an Ausgewogenheit auch für größere, parteigebundene Online-Kanäle gelten. Eine solche Reform müsste demokratiethoretisch fundiert diskutiert werden, um Missbrauch zu verhindern und zugleich legitime Parteikommunikation zu gewährleisten. Eine Transparenzpflicht sollte hier das Mindeste sein (Markierung als „politische Kommunikation“, ähnlich wie bei Werbung). Würde man die Strenge des Rundfunkrechts auf die digitalen Kanäle übertragen, hieße das derzeit ein Verbot für YouTube-Kanäle und Podcasts politischer Parteien und Akteure (was sicherlich nicht gewünscht ist). Zwischen „gar nichts tun“ und „verbieten“ liegt allerdings ein großes Spektrum an Handlungsmöglichkeiten, das bei der derzeitigen niedrigen Informations- und Medienkompetenz diskutiert werden sollte.³²

2. Transparenz für Parteien- und Wahlkampffinanzierung herstellen

<i>Dimension:</i>	Regulative Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund
<i>Politikfeld:</i>	Inneres (Parteienrecht)

32) ebd.

<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	mittel
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Zwar gibt es in Deutschland Vorgaben zur Offenlegung von Parteispenden und Sponsoring, allerdings sind sie oft unzureichend. So bleiben etwa Großspenden unterhalb gewisser Schwellen für die Öffentlichkeit unsichtbar, und es gibt immer wieder Diskussionen über dunkle Kanäle (z. B. parteinahe Vereine), über die Gelder heimlich fließen können. Solche Finanzierungslücken ermöglichen es ökonomischen Eliten oder Interessengruppen, politischen Einfluss zu kaufen oder zu steuern – ein Angriffspunkt für Manipulation und Desinformation im Vorfeld von Wahlen. Darüber hinaus umgehen Lobbygruppen Parteispenden durch massive Public-Affairs-Teams, die auch unabhängig von Wahlen politische Prozesse beeinflussen.³³ Für die demokratische Idee der Willensbildung ist das mindestens kontraproduktiv.

Was ist zu tun?

Handlungsempfehlungen finden sich bspw. bei Transparency International³⁴ und Lobbycontrol³⁵. Eine Übersicht über Parteispenden in Deutschland bietet das Portal parteispenden.info³⁶.

3. Regelungen für digitale Wahlkämpfe verschärfen

<i>Dimension:</i>	Regulative Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund und Europa
<i>Politikfeld:</i>	Werte & Transparenz (Věra Jourová)
<i>Umsetzbarkeit:</i>	kurzfristig (Gesetz kommt ab Oktober 2025)
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Politische Kommunikation spielt sich immer stärker online ab – von Micro-Targeting auf Social-Media-Plattformen bis hin zu Desinformationskampagnen. Gerade das Micro-Targeting ermöglicht eine völlig neue Form der direkten Ansprache, da Zielgruppen sehr genau definiert und erreicht werden können. Während Plakatierung, Flyer oder TV-Werbung in Deutschland stark reguliert sind, fehlen bei digitaler Wahlwerbung bislang gleichwertige Transparenz- und Offenlegungspflichten, auch wenn ab Oktober eine EU-Verordnung für die Transparenz politischer Werbung

33) ein ganzes Kapitel zum Einfluss von Lobbygruppen auf politische Prozesse widmet u. a.: Colin Crouch (2004): *Postdemokratie*. Berlin: Suhrkamp.

34) Übersicht zu Parteispenden auf Transparency International, hier im Interview mit dem Deutschlandfunk (16.02.2025): www.deutschlandfunk.de/korruption-parteispenden-deutschland-transparency-international-100.html

35) Übersicht zu Parteispenden auf Lobbycontrol: www.lobbycontrol.de/schlagwort/parteispenden

36) parteispenden.info: www.parteispenden.info

gilt.³⁷ Parteien oder externe Akteure können also im Verborgenen Social-Media-Kampagnen schalten, die Wähler*innen gezielt mit Halb- bzw. Unwahrheiten oder Emotionen ansprechen, ohne dass die Öffentlichkeit davon erfährt. Dies öffnet Desinformation und manipulativen Strategien

Tür und Tor. Ad Libraries (sogenannte Werbe-Bibliotheken) von Social-Media-Plattformen waren erste Schritte hin zu mehr Transparenz, sind allerdings unübersichtlich.

Was ist zu tun?

Es wird in diesem Fall erst zu bewerten sein, wie gut die Richtlinie der EU Wirkung entfalten kann.³⁸

4. Mehr Beteiligungs- und Einflussmöglichkeiten für Bürger*innen ermöglichen und damit europäische Souveränität fördern

<i>Dimension:</i>	Kulturelle, regulative und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Kommunen, Bund und Länder, Europa
<i>Politikfeld:</i>	mind. Inneres, Demokratieförderung, Infrastruktur + Sicherheit
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittel- bis langfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Zwar haben Bürger*innen theoretisch Mitwirkungsrechte (Wahlen, Bürgerbegehren, Petitionen etc.), dennoch fühlen sich viele Menschen von politischen Entscheidungen abgehängt – und sind es auch. Allein vom Wahlprozess zur Bundestagswahl sind etwa 23 Millionen Menschen in Deutschland ausgeschlossen (27,5%), wie Recherchen der Zeit zeigen.³⁹ Darunter befinden sich nicht nur Minderjährige, sondern auch EU-Bürger*innen und Ausländer*innen ohne deutschen Pass, die hier zum Teil seit über 30 Jahren oder länger nicht nur geduldet sind, sondern auch Steuern zahlen.

Das kann zu Politikverdrossenheit oder offenem Misstrauen gegenüber demokratischen Institutionen führen. Gerade in polarisierenden Zeiten wie diesen lassen sich Teile der Bevölkerung leichter von radikalen oder populistischen Narrativen einfangen, wenn sie glauben, „herkömmliche“ Politik adressiere ihre Anliegen nicht.

37) EU-Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (2024): https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202400900

38) Eine Einschätzung dazu bietet die Organisation European Partnership for Democracy (2024): *Political Agreement on the Regulation on the Transparency and Targeting of Political Advertising* <https://epd.eu/news-publications/reaction-to-the-political-agreement-on-the-regulation-on-the-transparency-and-targeting-of-political-advertising/>

39) Die Zeit (26.02.2025): *Wahlbeteiligung bei der Bundestagswahl: Die Millionen, die nicht mitbestimmen*. www.zeit.de/politik/deutschland/2025-02/wahlbeteiligung-bundestagswahl-wahlberechtigte-nichtwaehler-daten

Was ist zu tun?

Förderung unabhängiger digitaler Räume

Neben der Regulierung parteieigener Kanäle könnte der Staat – analog zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk – unabhängige (ggf. öffentlich-rechtliche) digitale Plattformen fördern, die demokratische Debatten ermöglichen. Die Abhängigkeit von überwiegend US-amerikanischen Plattformen (Meta mit Instagram, Threads, Facebook und WhatsApp, Alphabet mit Google Search und YouTube, X-Corp mit X, ByteDance mit TikTok, etc.) **bleibt eines der Kernprobleme digitaler Öffentlichkeit**. Nicht zuletzt sollte auch der sicherheitspolitische Aspekt berücksichtigt werden, da die digitalen Plattformen auch immer wieder Einfallstor für Information Operations im Sinne hybrider Kriegsführung werden. Hier eigene Regeln und Standards setzen zu können für Verifizierung und Sicherheit, ohne auf die US-amerikanischen Plattformen angewiesen zu sein zu müssen, ist bei den derzeitigen geopolitischen Erosionen ein Pluspunkt europäischer Plattform-Souveränität.

Interoperabilität oder **offene Standards** könnten bis zur Entwicklung eigenständiger Plattformen ein wichtiger Zwischenschritt sein. Das passiert schon teilweise mit Mastodon, Fediverse und in Teilen Bluesky, allerdings legt der Gesetzgeber auch hier wieder neue Steine in den Weg (z. B. bei der Anerkennung der Gemeinnützigkeit).⁴⁰

Möglichkeiten zur echten Beteiligung an politischer Willensbildung

Digitale sowie analoge Bürgerräte oder Online-Beteiligungsverfahren bilden erste Ansätze, partizipative Demokratie zu stärken. So führte die Bertelsmann-Stiftung im Auftrag des Bundesinnenministeriums einen exemplarischen Bürgerrat zum Thema Desinformation im Jahr 2024 durch, das „Forum gegen Fakes“, und überreichte der Bundesinnenministerin Nancy Faeser 15 Vorschläge, die von den Bürger*innen erarbeitet wurden.⁴¹ Während analog 120 Teilnehmende aus ganz Deutschland dabei waren, nahmen an den Online-Möglichkeiten des Verfahrens über 400.000 Menschen teil und reichten über 3.300 Vorschläge ein, wie sich Desinformationen bekämpfen lassen. Dem Empfinden des Autors nach ließ leider die mediale Wahrnehmung zu diesem einzigartigen Verfahren zu wünschen übrig.⁴²

5. Informations- und Nachrichtenkompetenz stärken – innerhalb der Politik und in der Gesellschaft

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und regulative Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Kommunen, Bund und Länder
<i>Politikfeld:</i>	Bildung, Kultur, Medien & Inneres
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig

40) Markus Reuter via Netzpolitik (2024): *Gemeinwohlorientierte Digitalisierung braucht Unterstützung statt Steine im Weg*. <https://netzpolitik.org/2024/mastodon-gemeinwohlorientierte-digitalisierung-braucht-unterstuetzung-statt-steine-im-weg>

41) Forum gegen Fakes der Bertelsmann-Stiftung (2024): www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2024/september/buergerrat-forum-gegen-fakes-uebergibt-gutachten-an-bundesinnenministerin-faeser

42) Mediale Berichterstattung sucht man in den großen Medien zu diesem Bürgerrat vergeblich. Der Autor suchte über Google nach verschiedenen Medien (Tagesschau, Zeit, Spiegel, etc.) – und fand: nichts.

Dringlichkeit: hoch
Auswirkung auf: Resilienz der Gesellschaft

Was ist zu tun?

Aufgabe politischer Akteure ist es auch, die Informations- und Nachrichtenkompetenz innerhalb der politischen Bildung massiv zu stärken – auch in den eigenen Reihen. Bisher kommunizieren vor allem AfD und Die Linke reichweitenstark in Sozialen Netzwerken, die Bemühungen anderer Parteien wirken „cringe“, wie es die zu erreichende Zielgruppe formulieren würde.⁴³

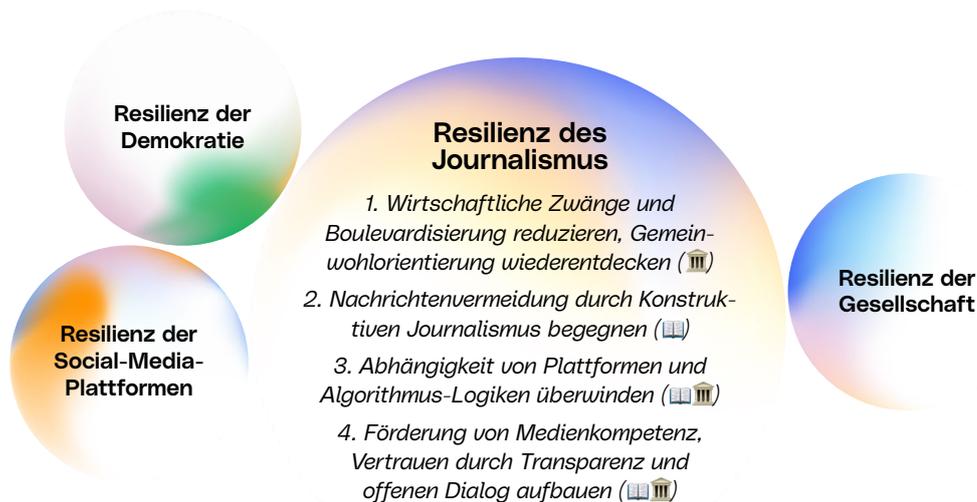
Darüber hinaus gilt es auch, diese Kompetenzen innerhalb der Bevölkerung zu stärken. Die bisher einzige Studie dazu, welche die Kompetenzen repräsentativ innerhalb der Bevölkerung gemessen hat, zeigt massiven Nachholbedarf: Fast die Hälfte der Bevölkerung hat kaum bis keine Informations- und Nachrichtenkompetenz im Umgang mit digitalen Medien.⁴⁴ Mehr dazu in Kapitel III.IV zum Resilienzfaktor „Resilienz der Gesellschaft“ ([Seite 40](#)).

Fazit Resilienzfaktor „Resilienz der Demokratie“

Damit zeichnet sich ein Handlungsspektrum ab, das von strengeren Transparenzpflichten bis hin zu innovativen Formen von (digitaler) Bürgerbeteiligung reicht – und die Vermittlung der dafür nötigen Kompetenzen gleich mitdenkt. Je konsequenter diese Schritte in Angriff genommen werden, desto eher kann das politische System gegen die wachsenden Herausforderungen des digitalen Zeitalters gefestigt werden – und desto besser schützt es die demokratische Willensbildung vor Manipulation und Desinformation.

43) Olaf Scholz' Aktentasche bei TikTok (2024): <https://www.tiktok.com/@teambundeskanzler/video/7356168303917731105?lang=de-DE>

44) Anna-Katharina Meßmer, Alexander Sänglerlaub & Leonie Schulz (2021): „Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/Oe483ac499-1728053243/snv_quelleinternet_messmersaengerlaubschulz_210319.pdf



Empfohlene Handlungsfelder, um die Resilienz des Journalismus zu erhöhen

📖 kulturelle Dimension

🏛️ strukturelle Dimension

⚖️ regulative Dimension

🌐 technische Dimension

III.II Resilienz des Journalismus

Ein freier, unabhängiger und pluraler Journalismus gilt als elementare Stütze jeder Demokratie. Journalist*innen übernehmen eine Kontrollfunktion gegenüber Politik und Wirtschaft, decken Missstände auf und informieren die Öffentlichkeit. Gerade im digitalen Zeitalter, in dem Falschmeldungen und manipulierte Narrative florieren können, ist qualitativ hochwertiger Journalismus wichtiger denn je. Er ist gleichsam ein „Immunsystem“ für die politische Willensbildung.

Dennoch stehen Medienhäuser, Redaktionen und einzelne Journalist*innen vor enormen Herausforderungen, die die Resilienz des Journalismus gefährden. Vor allem drei Dinge machen dem Journalismus zu schaffen: **mangelndes Vertrauen**, die **hohe Nachrichtenvermeidung** sowie die **ökonomische Instabilität** in vielen Redaktionen.⁴⁵ Das mangelnde Vertrauen in „den Journalismus“⁴⁶ liegt auch an Akteuren innerhalb des Ökosystems, die Desinformation selbst weiterverbreiten, statt einzudämmen⁴⁷, und deren Eigentümerstrukturen ähnlich problematisch sind wie bei X (z. B. *BILD* oder *Die Welt* des Springer-Verlages).⁴⁸

45) Digital News Report (Oxford Institute & Reuters) (2024): https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

46) ebd.; Kaum eine Berufsgruppe wird – neben Politikern – weniger Vertrauen entgegengebracht als Journalisten. Siehe dazu auch Hans Rosling (2018): *Factfulness*. London: Sceptre.

47) Alexander Sänglerlaub, Wolf-Dieter Rühl, Miriam Meier (2018): *Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017*. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/studie-fakten-statt-fakes/cb8a17768a-1728053237/2018-03-26_fakten_statt_fakes.pdf

48) NDR (04.05.2023): *Springer-Chef: Berichte auf Bestellung?* www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama/archiv/2023/Springer-Chef-Berichte-auf-Bestellung.doepfner130.html Hierzu auch passend die Diskussion um den in *Der Welt* abgedruckten Gastbeitrag von Elon Musk im Dezember 2024, der den Rücktritt der Meinungschefin der Zeitung zur Folge hatte, siehe ZDF heute (28.12.2024): *Meinungschefin kündigt: Musk-Gastbeitrag in der „Welt“ sorgt für Streit*. www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/elon-musk-gastbeitrag-welt-100.html

Die Leitfrage für die Resilienz des Journalismus ist zum einen, wie anfällig er selbst ist, Desinformationen ungefiltert weiterzugeben und ob er in der Lage ist, qualitativ hochwertige sowie vertrauenswürdige Informationen zu produzieren, welche die Informationsbedürfnisse und Themen der Menschen berücksichtigen – und auf welcher finanziellen Basis das passieren soll.

1. Wirtschaftliche Zwänge und Boulevardisierung reduzieren und Gemeinwohlorientierung wiederentdecken

<i>Dimension:</i>	(vornehmlich) strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & Länder
<i>Politikfeld:</i>	Medien, Wirtschaft
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittel- bis langfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Viele Medienunternehmen stecken in einer ökonomischen Krise, die mit der oben beschriebenen Vertrauenskrise unmittelbar zusammenhängt: rückläufige Werbeeinnahmen, sinkende Auflagen, scharfer Wettbewerb mit Online-Plattformen. In der Folge suchen Redaktionen oft nach Clickbait-Überschriften und schnell viral gehenden Inhalten, um Reichweiten zu sichern. Die Tendenz zu Boulevardisierung und Emotionalisierung steigt⁴⁹, während gründlich recherchierter, unabhängiger Qualitätsjournalismus sich vergleichbar schlechter refinanzieren lässt. Doch das mag nur der Trugschluss einer Branche sein, die zu viel auf kurzfristige Zahlen schaut und die Vertrauenskrise nicht als mittel- und langfristige Auswirkung dieser Entwicklung einpreist in die ökonomischen Überlegungen. Der Tübinger Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen formuliert die Folgen so: „Die öffentliche Aufmerksamkeit steckt im Angesicht der drohenden Klimakatastrophe in der falschen Zeitsphäre fest (...). Wir reagieren im Modus der Kurzfristigkeit auf Gefahren, die den Modus der Langfristigkeit erfordern.“⁵⁰ Darüber hinaus führt der ökonomische Druck zu einer Abwertung von investigativer Recherche und zum Aufblühen oberflächlicher Skandalisierung – was wiederum die Glaubwürdigkeit des Journalismus untergräbt – ein Teufelskreis.⁵¹ Vor allem aber sorgen diese Mechanismen dafür, dass der Journalismus den Propagandist*innen ins Netz geht, wie ausführlich in der [Einleitung dieses Papiers](#) beschrieben (Whitney Philipps’ „König-Midas-Effekt“).

Eine weitere Folge der ökonomischen Krise und extrem gefährlich für das Funktionieren des Gemeinwesens sind die sogenannten „Nachrichtenwüsten“. Das sind Regionen, in denen die Anzahl der Zeitungen so stark zurückgegangen ist, dass es keine Versorgung mit Informationen auf lokaler

49) Bakker, Piet (2012): *Aggregation, Content Farms and Huffinization*. In: *Journalism Practice*, 6(5–6), 627–637.

50) Bernhard Pörksen im Deutschlandradio (26.10.2021): *Neue Zeithorizonte – Neue Perspektiven*. www.deutschlandradio.de/gastbeitrag-bernhard-poerksen-102.html

51) Ausführlich dazu auch immer empfohlen: Digital News Report (Oxford Institute & Reuters) (2024): https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

Ebene mehr gibt (ein Phänomen vor allem in den USA⁵²). In Deutschland ist vor allem die Zahl der Einzeitungskreise in den letzten 30 Jahren massiv gestiegen, wie der „Wüsten-Radar“ der Hamburg Media School zeigt⁵³. Auch wenn es in Deutschland noch keine „Wüsten“ gibt, nimmt die „Versteppung“ zu. Die massiven, negativen Auswirkungen von Nachrichtenwüsten auf die Demokratie sind bereits aus anderen Ländern hinreichend untersucht (vor allem in den USA).⁵⁴

Was ist zu tun?

Handlungsempfehlungen können der oben zitierten Studie entnommen werden. In Großbritannien wird der „Versteppung“ beispielsweise durch vermehrte Kooperationen zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk (BBC) und lokalen Zeitungen begegnet.⁵⁵ Die New York Times wiederum schafft die stärkere Wiederentdeckung der Bedürfnisse des Publikums⁵⁶ durch die von Dimitry Shishkin zuerst beschriebenen „User Needs“, also die Informationsbedürfnisse des Publikums. Die Studie beschreibt, dass Menschen nicht nur „up-to-date“ bleiben wollen durch Nachrichten, sondern darüber hinaus auch „Keep me on trend“, „Give me perspective“, „Educate me“, „Divert me“ und „Inspire me“ als Nutzerbedürfnis aufweisen.⁵⁷ Dass im Journalismus dieses Wissen überhaupt „verloren“ gegangen ist, dass wiederum in der Kommunikationswissenschaft unter dem als „Uses & Gratification Approach“ genannten Paradigmas seit den 1970er Jahren bekannt ist, sagt auch viel über die mangelnde Kommunikation zwischen Journalismus und Wissenschaft, sowie die Betriebsblindheit von Medien gegenüber einer Gemeinwohlorientierung und damit ihres eigenen Publikums.

2. Nachrichtenvermeidung durch Konstruktiven Journalismus begegnen

<i>Dimension:</i>	Kulturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & Länder
<i>Politikfeld:</i>	Medien, Wirtschaft
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz der Gesellschaft

Die oben beschriebenen Bedürfnisse der Menschen („User Needs“) im Journalismus abzubilden, schafft vor allem der Konstruktive Journalismus – eine skandinavische Methode des Berichtens,

52) Kevin T. Greene et al in Nature (13.11.2024): *An evaluation of online information acquisition in US news deserts*. www.nature.com/articles/s41598-024-77303-y

53) Hamburg Media School (2024): *Wüstenradar – Erste bundesweite Studie zu Zeitungssterben*. <https://rudolf-augstein-stiftung.de/aktuelles/msh-studie-wuestenradar>

54) ebd.

55) Deutschlandfunk (08.05.2019): *Lokaljournalismus in Großbritannien – BBC bezahlt Zeitungsreporter*. www.deutschlandfunk.de/lokaljournalismus-in-grossbritannien-bbc-bezahlt-100.html

56) SmartOcto: <https://smartocto.com/research/userneeds>

57) ebd.

die inzwischen von der New York Times über den Guardian bis zum Dänischen Rundfunk im Ausland bereits breite Anwendung findet. Denn das gängige, auch hierzulande immer noch vorherrschende, journalistische Paradigma betont überproportional Konflikte, Skandale und Missstände – dieser Negativismus ist wiederum einer der stärksten Gründe für Menschen, Nachrichten aktiv zu vermeiden.⁵⁸ Zwar ist eine kritische Berichterstattung essentiell, doch vielfach fehlt ein konstruktiver Ansatz, der auch Lösungswege, Beispiele des Gelingens oder mögliche Verbesserungen vor Ort aufzeigt. Die Folge ist, dass dem klassischen Journalismus zunehmend das Publikum davonrennt. Der Konstruktive Journalismus ist in Skandinavien nicht nur weit verbreitet, sondern auch sehr erfolgreich.⁵⁹ Helmut Schmidt, Bundeskanzler a.D. und Mitherausgeber der ZEIT, schrieb im Vorwort von Ulrik Haagerups Buch „Constructive News“:

„Media democracies do not produce leaders. They produce populists. A change in the way the press operates and a stronger focus of playing a more constructive role in our society is welcome.“⁶⁰

Fehlende finanzielle Ressourcen, fehlende deutsche Leuchtturmprojekte, Angst vor dem Vorwurf des „Aktivismus“ und eingespielte Routinen bremsen diesen Kulturwandel in Deutschland bislang aus.⁶¹ Dennoch gibt es einige reichweitenstarke Medien, die sich stärker diesem Ansatz verschrieben haben als andere (z. B. *Die Zeit*, *Tagesthemen*) – aber weit hinter ihren skandinavischen Pendant zurückbleiben.

Was ist zu tun?

Förderprogramme, die konstruktive Berichterstattung ermöglichen, aber auch ein Kulturwandel innerhalb der öffentlich-rechtlichen Redaktionen, wären notwendig, um den Journalismus wieder so zu gestalten, dass Menschen Vertrauen in ihn entwickeln, ihn nicht mehr aktiv vermeiden und damit auch bereit sind, für Journalismus zu zahlen. In Norwegen, Dänemark oder Schweden, wo der Konstruktive Journalismus wesentlich verbreiteter ist, ist auch die Zahlungsbereitschaft wesentlich höher (in Norwegen zahlen bspw. 40 % der Bevölkerung für Online-Nachrichten, in Deutschland sind es 13 %).⁶² Ebenso steht der Konstruktive Journalismus auch für eine perspektivreiche Berichterstattung, was sowohl die Diversität in den Redaktionen betrifft, als auch die perspektivreiche Berichterstattung, die sich daraus bedingt. In Deutschland ist die Repräsentation der Bevölkerung in den Führungsetagen deutscher Medienhäuser immer noch stark verbesserungsbedürftig.

58) Reuters Institute & University of Oxford (2024): *Digital News Report 2024*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

59) Ulrik Haagerup (2017): *Constructive News*. Århus: Aarhus University Press.

60) ebd.

61) Dem Themenfeld «Konstruktiver Journalismus» widmen wir uns schwerpunktmäßig auch bei futur eins: <https://futur-reins.org/schwerpunkte/konstruktiver-journalismus>

62) Reuters Institute & University of Oxford (2024): *Digital News Report 2024*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

3. Abhängigkeit von Plattformen und Algorithmus-Logiken überwinden

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & Länder
<i>Politikfeld:</i>	Medien, Wirtschaft
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Social-Media-Plattformen, Resilienz der Gesellschaft

Ob über Facebook, YouTube oder X: Genau wie Politiker*innen und Parteien, erreichen auch viele Redaktionen ihr Publikum überwiegend über die digitalen Plattformen, deren Algorithmus-Logik sie nicht kontrollieren können. Inhalte, die für den Plattform-Algorithmus „relevant“ wirken – oft emotional, konfrontativ oder reißerisch – werden bevorzugt ausgespielt. Seriöse Hintergrundberichte verschwinden dagegen leicht unter der Aufmerksamkeitsoberfläche. Zudem steigen Redaktionen in eine Abhängigkeit von Klickzahlen und plattformgetriebenen Reichweiten, was langfristige Recherche und aufwändige Berichterstattung erschwert. Dabei unterscheiden sich interessanterweise Algorithmen-Logik und Boulevardjournalismus gar nicht so stark voneinander, weil ihnen die gleichen Aufmerksamkeitsdynamiken zugrunde liegen (nämlich Emotionalisierung etwa durch Angst oder Wut).

Was ist zu tun?

Auch für den Journalismus müsste die Entwicklung unabhängiger Plattformen (wie in [Kapitel III.I & III.III](#) skizziert) im ureigenen Sinne sein. Auch fehlen bis heute Bezahl- und Erlösmodelle und die dazu passenden Plattformen („Spotify für Journalismus“), die den Gewohnheiten der Nutzenden mehr entsprechen. Die Folge ist, dass immer mehr Nutzende online an den Paywalls der Nachrichtenportale stranden, die Zahlungsbereitschaft in Deutschland allerdings auf niedrigem Niveau verharrt (s. o.). In der Politik könnten Förderprogramme aufgesetzt werden, die den gemeinwohlorientierten Zugang zu Information ermöglichen.

4. Konstruktiven Beitrag zur Informations- und Nachrichtenkompetenz schaffen sowie Vertrauensaufbau durch Transparenz und Dialog mit dem Publikum leisten

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & Länder
<i>Politikfeld:</i>	Medien, Wirtschaft
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Gesellschaft

Die Förderung von Informations- und Nachrichtenkompetenz ist bereits zunehmend Teil von Organisationen aus Journalismus und Zivilgesellschaft, die wichtige Arbeit leisten (Journalismus macht Schule, Lie Detectors, Correctiv, SPREUWEIZEN, UseTheNews, Bucerius Lab der Zeit Stiftung)

Bucerius, BR Faktenfuchs, Mimikama u. v. m.). Und dennoch ersetzt „Ingo Zamperoni, der für eine Stunde eine 8. Klasse besucht“, keine fundierte Medienbildung innerhalb einer gesamten Schul- und Bildungslaufbahn.

Was ist zu tun?

Letztlich kann Journalismus seine gegen Desinformation immunisierende Wirkung nur entfalten, wenn Nutzer*innen über grundlegende Informations- und Nachrichtenkompetenz verfügen. Durch Bildungsangebote in Schulen, Volkshochschulen und Hochschulen, aber auch darüber hinaus über die hauseigenen Medienkanäle selbst (vor allem im öffentlich-rechtlichen Rundfunk) lassen sich diese Kompetenz systematisch fördern. Der Journalismus kann dabei nicht nur unterstützen, diese Kompetenzen selbst mit zu vermitteln, solange staatliche Strukturen bei dieser Aufgabe weiter großflächig versagen. Er kann auch dazu beitragen, den Nutzer*innen in den digitalen Öffentlichkeiten weniger zusätzliche Steine in den Weg zu legen, indem er Quellen prüft, auf Clickbaiten verzichtet und zwischen Werbung, Kommentar und unabhängiger Berichterstattung durch Kennzeichnung besser hinweist.

Je stärker zudem Medienschaffende ihren Rechercheprozess, ihre Quellen und ihre Methoden offenlegen, desto eher können Leser*innen nachvollziehen, wie eine Geschichte zustande kommt. Solche Offenheit, im englischen Show-your-work, kann zu größerem Vertrauen in die Medien beitragen.⁶³ Darüber hinaus gehört die schlichte und klare Kennzeichnung von Kommentaren, Meinungsstücken und gesponserten Inhalten zum journalistischen Handwerk schlicht dazu – wird allerdings in der digitalen Welt öfter vernachlässigt.⁶⁴ Wird zudem erklärt, warum bestimmte Themen ausgewählt oder wie Faktenchecks durchgeführt wurden, entsteht eine neue Form des Dialogs mit dem Publikum. Ähnlich wie es auch Crowdsourcing oder digitale und analoge Dialogformate zwischen Journalismus und Publikum ermöglichen, damit Gesellschaft und Journalismus sich wiederfinden.

63) siehe z.B. das Trusting News Project: <https://trustingnews.org/>

64) Anna-Katharina Meßmer, Alexander Sänglerlaub & Leonie Schulz (2021): „Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/Oe483ac499-1728053243/snv_quelleinternet_messmersaengerlaubschulz_210319.pdf

Fazit Resilienzfaktor „Resilienz des Journalismus“

*Resilienter Journalismus muss wirtschaftlich tragfähig, technologisch unabhängiger und glaubwürdig sein. Darüber hinaus bedarf es eines Kulturwandels, in dem Methoden des Konstruktiven Journalismus stärker in die Berichterstattung einfließen. Nur so kann Journalismus seine Rolle als Vierte Gewalt wirkungsvoll ausfüllen, Falschinformationen gezielt bekämpfen und das Vertrauen der Gesellschaft zurückgewinnen. Dabei sollten Journalist*innen stets berücksichtigen, dass ihre Arbeit selbst der „Pokal“ ist, den Populist*innen und andere Akteure für ihre Agenda zu gewinnen versuchen. Es gilt, die Themensetzung gemeinsam mit dem Publikum aktiv zu gestalten und sich nicht von Dritten treiben zu lassen. Letztlich ist dies ein unverzichtbarer Baustein, um das gesamte Informationsökosystem vor Manipulation und Desinformation zu schützen.*



Empfohlene Handlungsfelder, um die Resilienz der Social-Media-Plattformen zu erhöhen

📖 kulturelle Dimension

🏛️ strukturelle Dimension

⚖️ regulative Dimension

🌐 technische Dimension

III.III Resilienz der Social-Media-Plattformen

Social-Media-Plattformen sind längst mehr als bloße Orte des Austauschs: Sie sind wichtige Gatekeeper für öffentliche Kommunikation und bestimmen mit ihren Algorithmus-Logiken, welche Themen und Akteure Aufmerksamkeit erhalten. Ob Instagram, YouTube, TikTok oder X, aber auch Twitch, Discord oder Reddit – ihre Geschäftsmodelle, ihr Umgang mit Desinformation und ihre internen Moderationsverfahren prägen wesentlich, wie resilient oder verletzlich eine Gesellschaft gegenüber Manipulationsversuchen bleibt. Dabei können sich heute die Nutzenden nicht mehr darüber einig werden, ob die Social-Media-Plattformen noch eine Bereicherung für demokratischen Diskurs sind oder nicht. Zunehmend ziehen sich Menschen aus diesen Räumen sichtbar zurück, weil Desinformation und Hass überhandnehmen.⁶⁵

Die Leitfragen für die Social-Media-Plattformen sind daher, 1) wie Blaupausen für digitale Räume ermöglicht und entwickelt werden können, die geeignet sind, ein echtes Umfeld für Austausch, Partizipation und Informationen zu schaffen und wie 2) in den bisherigen digitalen Echokammern die Saaten für Lügen, Propaganda und Hass reduziert werden können?

65) Leonie Schulz & Alexander Sänglerlaub für reset tech (2021): *Hate, Disinformation and the Culture of Debate in the Federal Election Campaign*. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/debatten-kultur-in-deutschland-btw21/e92e93f86a-1728053234/211112_reset_pollytix_bundestagswahl_en.pdf

1. Monopolmacht und Marktkonzentration aufbrechen und durch gemeinwohlorientierte Plattformen ergänzen

<i>Dimension:</i>	Kulturelle, strukturelle, regulative und technische Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Europa, Bund & Länder
<i>Politikfeld:</i>	Querschnitt
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittel- bis langfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz des Journalismus, Resilienz der Gesellschaft

Obwohl es eine Vielzahl von Plattformen gibt, bündeln wenige Großkonzerne (Meta, Alphabet, X-Corp und ByteDance) den Löwenanteil von Nutzerdaten und Werbeeinnahmen. Marktkonzentration stärkt nicht nur deren ökonomische, sondern auch ihre publizistische Macht: Eine Handvoll Plattformbetreiber entscheidet im Zweifel, welche Inhalte bei Milliarden von Menschen auftauchen und welche gelöscht oder algorithmisch unsichtbar gemacht werden. Diese „digitalen Oligarchien“ gefährden die Vielfalt der Debatten. Spätestens seit der erneuten Amtseinführung Donald Trumps im Januar 2025 dürfte nun auch den Letzten ersichtlich sein, welche Macht Elon Musk und Mark Zuckerberg ausüben können und welche Verantwortungslosigkeit sie dabei gegenüber demokratischen Öffentlichkeiten an den Tag legen ([siehe Kapitel I](#)).

Was fehlt, ist den privatwirtschaftlichen Modellen erfolgreiche Alternativen gegenüberzustellen, die gemeinnützig sind. Das wird ohne Interoperabilität allerdings nicht zu machen sein, da die Plattformeffekte (also die Menschen in den Plattformen zu halten) zu stark sind.

Was ist zu tun?

Gerade hier ist ein komplexer Mehrschritt erforderlich. Die EU hat sich mit zwei Gesetzen auf den Weg gemacht, die Macht der Plattformen einzudämmen. Der **Digital Markets Act** (DMA) und **Digital Services Act** (DSA) sind erste Schritte in die richtige Richtung. Die aktuellen geopolitischen Herausforderungen zeigen jedoch, dass auch für eine konsequente europäische Souveränität und aus sicherheitspolitischen Erwägungen diese Schritte noch schneller und deutlicher verfolgt werden müssen:

Interoperabilität fördern und Lock-in-Effekte reduzieren

Die Politik könnte durch rechtlich verankerte **offene Standards** sicherstellen, dass Plattformen interoperabel sind und Nutzer*innen zwischen verschiedenen Diensten wechseln können, ohne ihre Netzwerke und Inhalte zu verlieren. So, wie das E-Mail-Protokoll oder das Telefonnetz⁶⁶ verschiedene Anbieter miteinander verbindet, könnten soziale Netzwerke in Zukunft nach denselben Prinzipien agieren. Dadurch würde der Wettbewerb belebt und die Macht weniger Digitalgiganten eingeschränkt.

66) Zu Beginn des Telekommunikationszeitalters konnte man beispielsweise auch nicht von D1 zu D2 telefonieren.

Gemeinwohlorientierte Plattformen unterstützen

Um einseitige Marktmacht abzubauen, sollten **wettbewerbsrechtliche Instrumente** (z.B. Fusionskontrollen oder Entflechtungen) konsequent eingesetzt werden. In Europa gibt es bereits den Digital Markets Act (DMA), der Plattform-Gatekeepern einige Regeln auferlegt, etwa die Pflicht, bestimmte Datenzugänge zu öffnen. Doch ohne entschlossene Umsetzung und klare Sanktionen drohen Schlupflöcher für die „digitalen Oligarchien“.

Netzwerkeffekt durch Dezentralisierung nutzen

Ansätze wie Mastodon oder das Fediverse beweisen, dass dezentrale Architekturen grundsätzlich funktionieren. Staatliche Förderprogramme oder vergünstigte Serverkapazitäten könnten helfen, solche Projekte zu professionalisieren und langfristig attraktiver für eine breitere Nutzerschaft zu machen. Dabei sollte man **gezielt lokale, sprachlich oder thematisch fokussierte Knoten** fördern, um Community-Bildung zu erleichtern – ein Ansatz, den z.B. New Public verfolgt.⁶⁷

Vertrauenswürdige Moderation und Algorithmen-Transparenz

Auch gemeinwohlorientierte Plattformen brauchen **klare Moderationsregeln** und nachvollziehbare Algorithmen. Werden Botschaften algorithmisch priorisiert, ist offenzulegen, nach welchen Kriterien das geschieht. Automatisierte Erkennung von Hass- oder Desinformationskampagnen muss mit menschlicher Prüfung kombiniert werden, um Fehlentscheidungen zu reduzieren.

Bewusstseinsbildung in Politik und Gesellschaft fördern

Die Macht weniger Konzerne über digitale Diskurse wird oft unterschätzt. Ein **gesamtheitliches politisches Vorgehen** – von Regulierung über Finanzierung bis zu Bildungs- und Aufklärungsinitiativen – kann aufzeigen, dass es Alternativen zur „Mainstream-Plattform“ gibt. Nur wenn Bürger*innen ein Bewusstsein dafür haben, wie Plattformstrukturen funktionieren und wo ihre Schwachstellen liegen, können sie aktiv andere Angebote nutzen oder einfordern.

Fazit Resilienzfaktor „Social-Media-Plattformen“

Resiliente Social-Media-Plattformen wären solche, die Transparenz, vielfältige Beteiligung und demokratische Kontrolle in ihren Kernprinzipien verankern, ohne gleichzeitig der freien Meinungsäußerung enge Fesseln anzulegen. In der Praxis dominiert bislang eine Handvoll digitaler Oligarchen, deren Algorithmen und Moderationspolitik weitgehend undurchsichtig bleiben. Wer ein Umfeld schaffen will, das Desinformation und Hassrede eindämmt und zugleich offenen Diskurs fördert, kann sich wohl kaum weiter auf die bisherigen Plattformen von Elon Musk und Mark Zuckerberg verlassen und muss unabhängige, europäische, werbefreie Alternativen fördern. Anders werden die Plattformen kein entscheidender starker Baustein für ein resilientes Informationssystem sein.

67) New Public: <https://newpublic.org>



Empfohlene Handlungsfelder, um die Resilienz der Social-Media-Plattformen zu erhöhen

📖 kulturelle Dimension

🏛️ strukturelle Dimension

⚖️ regulative Dimension

🌐 technische Dimension

III.IV Resilienz der Gesellschaft

Eine Demokratie lebt nicht nur von starken Institutionen und unabhängigen Medien, sondern vor allem von ihren Bürger*innen, die das Gemeinwesen aktiv mitgestalten. **Mündigkeit, Teilhabe** und **kritisches Denken** sind entscheidende Faktoren, um demokratische Prozesse vor Desinformation und Manipulation zu schützen. Doch die moderne Informationsgesellschaft stellt Menschen vor neue Herausforderungen: Mit der Digitalisierung sind die Möglichkeiten zur eigenen Meinungsäußerung und Beteiligung zwar gestiegen, zugleich haben sich aber die Risikofelder vervielfacht (Desinformationen, Hassrede, Social-Media-Empörungswellen, Echokammern, Propaganda u. v. m.). Es bedarf daher völlig neuer Kompetenzen, um in der Informationsflut nicht zu ertrinken.⁶⁸ Die bisher einzige dazu in Deutschland durchgeführte Studie zur Informations- und Nachrichtenkompetenz der Bevölkerung (2021) zeigt beunruhigende Ergebnisse und nur niedrige Kompetenzwerte.⁶⁹

*Die Leitfragen für die Resilienz der Gesellschaft (im Sinne mündiger Bürger*innen) sind, 1) wie sich die Informations- und Nachrichtenkompetenz so erhöhen lässt, dass die Menschen in die Lage versetzt werden, durch die Informationsflut zu navigieren und 2) wie wir unsere Öffentlichkeiten so demokratisieren, dass sie eine echte Teilhabe von der Themensetzung bis zu politischen Entscheidungen ermöglichen.*

68) Anna-Katharina Meßmer & Alexander Sänglerlaub (2020): *Verstehen, was ist. Auf dem Weg in die nachrichtenkompetente Gesellschaft*. https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/91ae3d8769-1728053243/2020-06-messmersaengerlaub-verstehen-was-ist_snv.pdf

69) Anna-Katharina Meßmer, Alexander Sänglerlaub & Leonie Schulz (2021): „Quelle: Internet“? *Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test*. <https://futureins.org/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet>

1. Informations- und Nachrichtenkompetenz im Bildungssystem strukturell verankern und vermitteln

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & vor allem Länder
<i>Politikfeld:</i>	Bildung, Medien, Kultur
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen

Ein zentrales Problem besteht darin, dass viele Menschen sich im digitalen Raum nur unzureichend zurechtfinden. Komplexe Themen werden oft stark vereinfacht oder emotional aufgeladen, während seriöse Faktenchecks neben reißerischen Schlagzeilen kaum wahrgenommen werden. Informations- und Nachrichtenkompetenz (d. h. der demokratietheoretisch relevante Teil der Medienkompetenz) schließt die Fähigkeit ein, Quellen zu prüfen, Desinformationen zu erkennen, zwischen Meldung und Meinung zu unterscheiden und grundlegende technische Mechanismen (z. B. Algorithmen) zu verstehen. Ohne diese Kompetenz geraten Bürger*innen rasch in digitale Echokammern oder werden Opfer gezielter Propaganda.

Dabei sind die bisherigen Bemühungen der Länder nur sehr zögerlich, diese vermutlich wichtigste Kompetenz des 21. Jahrhunderts im Bildungssystem zu verankern. Der Großteil entsprechender Initiativen kommt bislang aus der Zivilgesellschaft ([siehe Kap. III.II 4.](#)).

Was ist zu tun?

Zwar wird diese Kompetenz in vielen Lehrplänen als „wichtig“ anerkannt und unter dem Stichwort „Medienerziehung“ oder „Digitale Bildung“ erwähnt, doch geschieht dies oft eher oberflächlich und als bloße Querschnittsaufgabe. In der Praxis führt dies dazu, dass Lehrkräfte – die ohnehin stark ausgelastet sind – zusätzlich Aufgaben übernehmen sollen, für die sie weder spezialisierte Ausbildung noch ausreichende zeitliche Ressourcen haben. Das zeigt auch die fünfjährige Erfahrung unserer Arbeit bei futur eins an Schulen.

Um dem steigenden Bedarf gerecht zu werden, braucht es eine **strukturelle und verbindliche Verankerung** von Informations- und Nachrichtenkompetenz im Schulsystem. Entweder als **eigenständiges Schulfach** oder als **fester Bestandteil** des (ohnehin bestehenden) Fachs Politik/Sozialkunde. Wichtig ist, dass diese Inhalte nicht nur vereinzelt oder projektbasiert unterrichtet werden, sondern dauerhaft und mit klaren Lernzielen.

Warum ein eigenes Fach oder klar geregelter Bestandteil?

1. **Expertise und Kontinuität:** Nur wenn Lehrkräfte eine entsprechende Fachausbildung erhalten und genügend Stundenvolumen verfügbar ist, kann die Vermittlung von Recherchemethoden, Quellenanalyse und ethischen Fragen rund um das Informationsökosystem tatsächlich konsequent umgesetzt werden.

2. **Reduktion von Überlastung:** Lehrkräfte brauchen festen Raum in ihrem Curriculum, um sich auf dieses Thema gezielt vorbereiten zu können. Wird Informations- und Nachrichtenkompetenz bloß „oben drauf“ gepackt, drohen Überforderung und Beliebigkeit.
3. **Nachhaltige Wirkung:** Kinder und Jugendliche, die über mehrere Schuljahre hinweg systematisch lernen, Medieninhalte einzuordnen, Quellen zu prüfen und Desinformationen zu erkennen, entwickeln eine solide Grundlage, um sich sicher in der digitalen Öffentlichkeit zu bewegen.⁷⁰

Gerade weil Desinformation, Social-Media-Dynamiken und algorithmische Filterblasen längst Teil des Alltags sind, sollte der Gesetzgeber hier nicht auf Freiwilligkeit setzen. Eine **bundesweite Initiative** (ggf. im Rahmen der Kultusministerkonferenz als Neuauflage des Digitalpakts Schule) könnte sicherstellen, dass alle Länder – bei Wahrung ihrer jeweiligen Autonomie im Bildungssystem – gemeinsame Mindeststandards zur **Nachrichten- und Informationskompetenz** definieren und verbindlich umsetzen. So würde das Schulsystem nicht nur auf die Herausforderungen der digitalen Welt reagieren, sondern proaktiv demokratische Resilienz fördern.

Darüber hinaus kann und muss Informations- und Nachrichtenkompetenz auch außerschulisch vermittelt werden: in Volkshochschulen, in Universitäten, über Initiativen bei Arbeitgebern, im öffentlich-rechtlichen Rundfunk etc.

2. Psychologische und soziale Faktoren einbeziehen sowie psychologische Grundbildung stärken

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & vor allem Länder
<i>Politikfeld:</i>	Bildung, Gesundheit
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz des Journalismus, Resilienz der Social-Media-Plattformen

Studien belegen, dass Menschen in Zeiten hoher Unsicherheit (z.B. Pandemie, Kriegsängste, soziale Umbrüche) anfälliger für Verschwörungsnarrative und Populismus sind.⁷¹ So rief die Weltgesundheitsorganisation (WHO) parallel zur Corona-Pandemie die begleitende „Infodemie“ aus.⁷² Werden Ängste und Frustrationen über digitale Kanäle geschickt bespielt, entsteht rasch ein Gefühl der Überforderung. Resilienz bedeutet hier auch, dass Bürger*innen lernen, mit der Informationsflut und emotional aufgeladenen Themen umzugehen, statt vorschnell auf verein-

70) Hier ist vor allem Finnland anderen Ländern weit voraus. Wie die Finnen Medienbildung holistisch integrieren, lässt sich auf den Seiten des National Audiovisuell Instituts (KAVI) nachlesen: <https://kavi.fi/en/>

71) Jan-Willem van Prooijen & Karen M. Douglas (2017, 2018): *The Psychology of Conspiracy Theories*. Abingdon: Routledge.

72) Infodemie auf den Seiten der WHO: www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

fachende Schuldzuweisungen zu setzen. Soziale Faktoren wie Einsamkeit, politischer Frust oder wirtschaftliche Ungleichheit erhöhen zudem das Risiko, dass Nutzer*innen in radikale Denkweisen und Gruppen abdriften.⁷³

Der Staat könnte etwa durch **gezielte Förderprogramme** Lehrkräfte, Sozialarbeiter*innen und Medienschaffende darin schulen, psychologische Dynamiken hinter Verschwörungs- und Angstnarrativen zu erklären und ihnen präventiv entgegenzuwirken. Im Zusammenspiel mit zivilgesellschaftlichen Initiativen (z.B. Beratungsstellen für digitale Gewalt) ließe sich so eine **frühe Intervention** etablieren, bevor Menschen in toxische Online-Communities oder extremistische Gruppen abgleiten. Letztlich ist es notwendig, psychologische und soziale Faktoren – von Einsamkeit über Alltagsfrust bis hin zu traumatischen Erfahrungen – in alle Strategien zur **Demokratieförderung** und **Medienbildung** fest zu integrieren, anstatt sie lediglich als Randthema zu behandeln.

3. Ehrenamt, Zivilgesellschaft und lokale Medien & Netzwerke fördern

<i>Dimension:</i>	Kulturelle und strukturelle Dimension
<i>Politische Ebene:</i>	Bund & vor allem Länder
<i>Politikfeld:</i>	Demokratieförderung, Inneres, Kommunales, Medien, Kultur
<i>Umsetzbarkeit:</i>	mittelfristig
<i>Dringlichkeit:</i>	hoch
<i>Auswirkung auf:</i>	Resilienz der Demokratie, Resilienz des Journalismus

Resiliente Bürger*innen sind nicht nur nachrichtenkompetent, sondern auch stärker lokal verankert und sozial eingebunden. Ob Sportverein, Kulturinitiative oder Nachbarschaftsprojekt: Zivilgesellschaftliche Netzwerke können helfen, gemeinschaftliche Werte zu stärken und Desinformation entgegenzuwirken. Wo Menschen einander kennen und vertrauen, sind „Fake News“ und manipulative Kampagnen weniger wirkungsvoll. Gleichzeitig bieten diese Netzwerke Räume, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen und politisches Engagement zu fördern. Gerade der ländliche Strukturwandel hat das demokratische Gemeinwesen in den letzten Jahrzehnten zurückgebaut. Demokratie lebt allerdings gerade und vor allem von ihrer Sichtbarkeit und den Möglichkeiten zum Gestalten konkret vor Ort.

Was ist zu tun?

Zunächst sollte die Politik, idealerweise in staatsfernen Strukturen, **lokale Medien und Bürgerjournalismus** stärker unterstützen. Ein Modell wäre eine **Grundsicherung lokaler Berichterstattung**, bei der das Ziel nicht Gewinnmaximierung, sondern die Bereitstellung unabhängiger Informationen ist. Länder wie Luxemburg oder Kanada praktizieren bereits eine **Stellenfinanzierung** für Lokaljournalismus, um demokratische Debatten vor Ort zu erhalten. Zweitens helfen **Weiterbildungs- und Mentoringprogramme** dabei, engagierten Bürger*innen das Rüstzeug für „Hyperlokal“-Berichterstattung zu geben – etwa via Nachbarschaftsblogs oder Vereinszeitschrif-

73) s. Fußnote 72.

ten, die als niederschwellige Formate auf lokaler Ebene wirken.

Eine solche **kombinierte Förderung** aus lokaljournalistischer Grundsicherung und Bürgerjournalismus trägt dazu bei, dass sich Menschen vor Ort besser vernetzen, Informationen austauschen und gemeinsam an Lösungen arbeiten. Ob Sportverein, Kulturinitiative oder Nachbarschaftsprojekt: In diesen **kleinen Gemeinschaften** gedeiht Vertrauen, das Desinformation weit schwerer verbreiten lässt. Gleichzeitig erfahren Bürger*innen durch aktive Medienarbeit oder Teilhabe an lokalen Redaktionen, wie Demokratie konkret gestaltet werden kann – und wie wichtig verlässliche Informationen für das Gemeinwesen sind.

Fazit Faktor „Resilienz der Gesellschaft“

*Demokratie funktioniert nicht ohne aktives Gemeinwesen und nachrichtenskompetente Bürger*innen. Eine resiliente Gesellschaft nimmt Informationen nicht passiv auf, sondern reflektiert und bewertet sie. Sie beteiligt sich aktiv an demokratischen Prozessen – online wie offline – und stärkt dadurch das gesellschaftliche Immunsystem gegen Desinformation und Extremismus. Letztlich hängt eine lebendige Demokratie von Menschen ab, die sich einbringen, kritisch hinterfragen und soziale Verantwortung übernehmen. Nur mit einer engagierten, nachrichtenskompetenten und lokal verankerten Bürgerschaft kann das gesamte Informationsökosystem gegenüber Manipulation und Angstmacherei stabilisiert werden. Politik, Medien und Social-Media-Plattformen sind aufgerufen, die notwendigen Rahmenbedingungen dafür zu schaffen.*



IV. Fazit: Vom „goldenen Pokal“ zur funktionieren- den Öffentlichkeit

*„Demokratie ist kein Zustand, Demokratie ist ein Prozess.“
(Helmut Schmidt)*

Das eingangs geschilderte Beispiel – Elon Musk lädt Alice Weidel auf seine Plattform ein und dominiert damit tagelang die öffentliche Debatte – macht eindrücklich klar, worum es in der modernen Demokratie immer häufiger geht: **Aufmerksamkeit als politischer Rohstoff**. Wer sie kontrolliert, prägt die Diskurse und verschiebt die Grenzen dessen, was wir als wahr, wichtig oder verhandelbar empfinden

Doch diese Episode ist lediglich ein Symptom tiefer liegender Herausforderungen. Das **Informationsökosystem** von Demokratien ist aus der Balance geraten: ob durch Milliardäre, die sich Politiker und Plattformen kaufen; durch politische, digitale Kommunikation und Werbung ohne klare Regeln; durch Medienhäuser, die unter ökonomischem Druck zu Clickbait greifen, statt auf die Bedürfnisse ihrer Lesenden zu hören; oder durch Social-Media-Plattformen, die ihre Algorithmen als geheime Black-Boxes pflegen und Propaganda boosten statt einzudämmen. Und all das trifft auf Bürger*innen, die oft unzureichend darin geübt sind, im digitalen Rauschen Schein und Sein zu unterscheiden.

Statt sich allerdings in Einzelfragen (Desinformation, Social-Media-Regulierung, journalistische Zukunftsmodelle etc.) zu verlieren, braucht es einen **holistischen Ansatz**: die **Öffentlichkeitspolitik**.

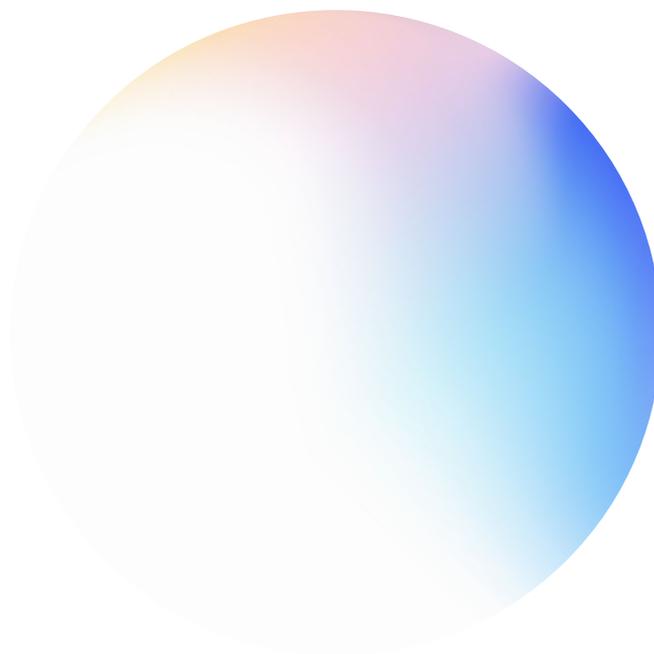
Im Kern bedeutet Öffentlichkeitspolitik, **funktionierende Öffentlichkeiten** aktiv zu fördern und zu schützen – vom **Rundfunk** über **Social Media** bis hin zu den **lokalen Räumen**, in denen Bürger*innen ihren Alltag gestalten. Das papierdünne Band, das eine Demokratie am Leben hält, ist der gemeinsame Austausch über Probleme, Ziele und Werte. Zerbricht dieses Band, weil Desinformation, Hassrede oder plutokratische Oligarchien es zerschneiden, gerät die Demokratie selbst ins Wanken.

Um jene Öffentlichkeit zu schaffen, die eine resiliente Demokratie braucht, sind vier Faktoren entscheidend:

1. **Demokratie:** Strukturen und Regeln müssen so gestaltet sein, dass Macht transparent bleibt und Bürger*innen realen Einfluss haben.
2. **Journalismus:** Er benötigt ökonomische und kulturelle Stärkung, um faktenorientiert und konstruktiv berichten zu können – und darf seine Rolle als Vierte Gewalt nicht dem Boulevard- oder Clickbait-Sog opfern.
3. **Social-Media-Plattformen:** Sie müssen sich von reinen Profit- und Algorithmen-Logiken lösen und stattdessen Transparenz, Gemeinwohl und Interoperabilität in den Mittelpunkt stellen.
4. **Gesellschaft:** Eine kritische, nachrichtenkompetente Bürgerschaft, die lokale Gemeinschaften stärkt und demokratische Prozesse konstruktiv begleitet, ist das Fundament jeder funktionierenden Demokratie.

Diese **vier Resilienzfaktoren** verknüpfen sich in einer gemeinsamen Vision: einer Informationsgesellschaft, die nicht nur Krisen abwehrt (bounce back), sondern durch kluge Innovationen und Lernprozesse fortlaufend dazulernt (bounce forward). Sie erkennt das immense Gefahrenpotenzial von Monopolen, Desinformation und politischem Populismus – und legt mit Öffentlichkeitspolitik den Grundstein dafür, dass alle am demokratischen Willensbildungsprozess teilhaben können.

Ob wir es schaffen, die „Zeitenwende“ auch zu einer Wende hin zu einer **resilienten Informationsgesellschaft** zu gestalten, wird maßgeblich über die Zukunft unserer Demokratien entscheiden. Wer jetzt handlungslos zusieht, riskiert, dass einige wenige Superreiche oder lautstarke Populisten weiterhin den „goldenen Pokal um die Aufmerksamkeit“ gewinnen. Wer hingegen den Mut hat, Öffentlichkeitspolitik zu betreiben, legt den Grundstein für ein **starkes, pluralistisches und souveränes Europa**, in dem Transparenz, Teilhabe und Gemeinwohl nicht nur Schlagworte, sondern gelebte Realität sind.



Annex

Über den Autor

Alexander Sänglerlaub unterstützt als externer Berater das betterplace lab im Rahmen der Allianz für eine resiliente Informationsgesellschaft und hat in dieser Funktion u.a. das vorliegende Papier verfasst.

Er ist Chief Impact Officer (CIO) und Gründer von [futur eins](#) und beschäftigt sich holistisch mit digitalen Öffentlichkeiten und der Frage, wie die Utopie einer informierten Gesellschaft erreicht werden kann.

Diese Frage konstruiert die Themen, zu denen er arbeitet: 2017–2021 baute er im Berliner Think Tank [Stiftung Neue Verantwortung](#) (heute: Interface) den Bereich „Stärkung digitaler Öffentlichkeit“ mit auf und leitete dort Projekte zu [Desinformation](#) („Fake News“), [Fact-Checking](#) und [digitaler Informations- und Nachrichtenkompetenz](#). Für die [Studie „Quelle: Internet?“](#) wurde er zusammen mit Anna-Katharina Meßmer und Leonie Schulz 2022 mit dem [Hans-Bausch-Mediapreis](#) des SWR und der Uni Tübingen ausgezeichnet.

2014 gründete er das utopische Politikmagazin [Kater Demos](#) und leitete die Redaktion & Kreation bis 2019. Das Magazin war Deutschlands erstes konstruktives Politikmagazin. Davor war er wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Hamburg und der Freien Universität Berlin in der Publizistik & Kommunikationswissenschaft. Für die Berliner Agentur Blumberry arbeitete er 2013–2014 u.a. im Bundestagswahlkampf von Angela Merkel mit.

Als Direktor von futur eins begleitet er immer wieder strategisch andere Organisationen über längere Zeiträume: 2024–2025 konzipierte er mit der [Bundeszentrale für politische Bildung](#) die Sendung [„Fake Train“ mit Rezo](#). 2022 kehrte er zum konstruktiven Journalismus zurück als „Programmleiter Zukunft des Journalismus“ für das [Bonn Institute](#). 2019 war er als Experte in den [Deutschen Bundestag](#) geladen.



Kontakt

alex@futureins.org

+49 171 206 256 8

Über die Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft

Die Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft schafft einen strategischen Denkraum, bündelt Kräfte und stärkt die Zivilgesellschaft im digitalen Zeitalter. Ihre Mitglieder stärken demokratische Räume, z. B. durch investigativen Journalismus, durch die Förderung von Informations- und Nachrichtenkompetenz, begleitender Forschung oder der Erarbeitung von Politikempfehlungen. Die Allianz ist ein Netzwerk von zivilgesellschaftlichen Organisationen. Sie wurde 2024 vom **betterplace lab** gemeinsam mit **CORRECTIV**, **More in Common**, **Publix** und dem **BUCERIUS LAB** ins Leben gerufen. Aktuelle weitere Mitglieder sind **SPREUWEIZEN**, **futur eins** und **Das NETTZ**. Die Allianz schafft einen strategischen Denkraum für diese Organisationen, um den Weg in eine resiliente Informationsgesellschaft gemeinsam zu gehen. Aktuelle Förderer sind die ZEIT STIFTUNG BUCERIUS, Schöpflin Stiftung und Deutsche Postcode Lotterie.

www.resiliente-informationsgesellschaft.org

Über futur eins

Im Rahmen der 2024 gestarteten Initiative *Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft* ist *futur eins* Allianzpartner.

futur eins ist ein Think & Do Tank mit Sitz in Berlin. Die Organisation schafft Denk- und Handlungsräume für die Zukunft der Gesellschaft. Psychologische, mediale und politische Resilienz sind eine Voraussetzung dafür, dass Demokratien überleben. Wir wollen, dass sie auch wachsen und gedeihen.

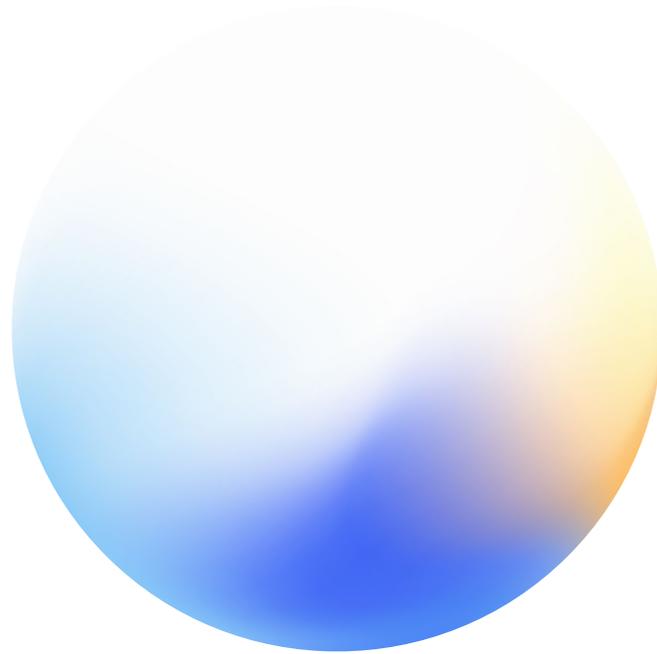
www.futureins.org

Design und Satz

www.nachmorgen.de

Fotonachweise

Foto Seite 2: Nils Hasenau



Quellen

Quellen

Barkhausen, Barbara (2025):

Die „Pipeline von Libertär zu Alt-Right“: Was steckt hinter Musks politischem Wandel?

RND (02.02.2025).

URL: <https://www.rnd.de/politik/elon-musks-politische-haltung-was-heisst-pipeline-von-libertar-zu-alt-right-PGFX4CIPVZCETDJD7DBBHGAUL4.html>

Bertelsmann Stiftung (2024):

Forum gegen Fakes.

URL: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2024/september/buergerat-forum-gegen-fakes-uebergibt-gutachten-an-bundesinnenministerin-faeser>

betterplace lab (2024):

Die Metakrise. Wie die Zivilgesellschaft zur gesellschaftlichen Resilienz beiträgt.

URL: <https://www.betterplace-lab.org/studie-metakrise-und-zivilgesellschaft>

Bundeszentrale für politische Bildung (o. J.):

Politische Willensbildung.

URL: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/politiklexikon/18045/politische-willensbildung/>

Crouch, Colin (2004):

Postdemokratie.

Berlin: Suhrkamp.

Deutschlandfunk (08.05.2019):

Lokaljournalismus in Großbritannien – BBC bezahlt Zeitungsreporter.

URL: <https://www.deutschlandfunk.de/lokaljournalismus-in-grossbritannien-bbc-bezahlt-100.html>

European Partnership for Democracy (2024):

Political Agreement on the Regulation on the Transparency and Targeting of Political Advertising.

URL: <https://epd.eu/news-publications/reaction-to-the-political-agreement-on-the-regulation-on-the-transparency-and-targeting-of-political-advertising/>

Greene, Kevin T. et al in Nature (13.11.2024):

An evaluation of online information acquisition in US news deserts.

URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-024-77303-y>

Guardian (23.01.2025):

What Is Oligarchy?

URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2025/jan/23/what-is-oligarchy>

Haagerup, Ulrik (2018):

Constructive News.

Århus: Aarhus University Press

Hamburg Media School (2024):

Wüstenradar – Erste bundesweite Studie zu Zeitungssterben.

URL: <https://rudolf-augstein-stiftung.de/aktuelles/msh-studie-wuestenradar/>

Kress (10.01.2025):

Steingarts provokante Frage: Was wäre, wenn Musk nicht Alice Weidel, sondern Robert Habeck zum Interview geladen hätte?

URL: <https://kress.de/news/beitrag/148699-steingarts-provokante-frage-was-waere-wenn-musk-nicht-alice-weidel-sondern-robert-habeck-zum-interview-geladen-haette.html>

Meßmer, Anna-Katharina; Sänglerlaub, Alexander & Schulz, Leonie (2021):

„Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test.

Berlin: Stiftung Neue Verantwortung.

URL: https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/0e483ac499-1728053243/snv_quelleinternet_messmersaengerlaubschulz_210319.pdf

Meßmer, Anna-Katharina & Alexander Sänglerlaub (2020):

Verstehen, was ist. Auf dem Weg in die nachrichtenkompetente Gesellschaft.

URL: https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resiliente-gesellschaft/quelle-internet/91ae3d8769-1728053243/2020-06-messmersaengerlaub-verstehen-was-ist_snv.pdf

Neue Deutsche Medienmacher (2020):

Viel Wille. Kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus.

URL: <https://neuemedienmacher.de/zahlen-fakten/diversitaet-im-journalismus/>

Netzpolitik.org (25.08.2024):

Köver, Chris: Ein Jahr Digital Services Act: „Ich bin jetzt nicht mehr so machtlos“.

URL: <https://netzpolitik.org/2024/ein-jahr-digital-services-act-ich-bin-jetzt-nicht-mehr-so-machtlos/>

Netzpolitik.org (2024):

Reuter, Markus: Gemeinwohlorientierte Digitalisierung braucht Unterstützung statt Steine im Weg.

URL: <https://netzpolitik.org/2024/mastodon-gemeinwohlorientierte-digitalisierung-braucht-unterstuetzung-statt-steine-im-weg/>

New York Times (03.02.2025):

Inside Musk’s Aggressive Incursion Into the Federal Government.

URL: <https://www.nytimes.com/2025/02/03/us/politics/musk-federal-government.html>

Observatory on Information and Democracy (2025):

Information Ecosystems and Troubled Democracy – Report Summary.

URL: <https://observatory.informationdemocracy.org/report/information-ecosystems-and-troubled-democracy-report-summary/>

Observatory on Information and Democracy (2025):

Information Ecosystems and Troubled Democracy – Report Summary.

URL: <https://observatory.informationdemocracy.org/report/information-ecosystems-and-troubled-democracy-report-summary/>

Reuters Institute & University Oxford (2024):

Digital News Report.

URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

Sängerlaub, Alexander (2023):

Die resiliente Informationsgesellschaft in Zeiten digitaler Disruption.

URL: <https://fourninesecurity.de/2023/02/22/die-resiliente-informationsgesellschaft-in-zeiten-digitaler-disruption>

Sängerlaub, Alexander (2018):

Feuerwehr ohne Wasser? Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings als Mittel gegen Desinformation.

URL: https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/studie-fact-checking-in-dtl/01c91e0cb3-1728053234/2018_feuerwehr-ohne-wasser.pdf

Sängerlaub, Alexander, Wolf-Dieter Rühl & Miriam Meier (2018):

Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017.

URL: https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/studie-fakten-statt-fakes/cb8a17768a-1728053237/2018-03-26_fakten_statt_fakes.pdf

Schulz, Leonie & Alexander Sängerlaub für reset tech (2021):

Hate, Disinformation and the Culture of Debate in the Federal Election Campaign.

URL: https://futureins.org/media/pages/schwerpunkte/resilienz-gegen-desinformation/debat-tenkultur-in-deutschland-btw21/e92e93f86a-1728053234/211112_reset_pollytix_bundestagswahl_en.pdf

Statista (o. J.):

Umfrage zu den wichtigsten Problemen in Deutschland.

URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1062780/umfrage/umfrage-zu-den-wichtigsten-problemen-in-deutschland/>

Süddeutsche Zeitung (09.01.2025):

Weidel im Talk mit Musk: „Hitler war ein Kommunist“.

URL: <https://www.sueddeutsche.de/panorama/weidel-im-talk-mit-musk-hitler-war-ein-kommunist-li.3180020>

Süddeutsche Zeitung (10.01.2025):

Loslabern, rumgackern, vollstopfen.

URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/alice-weidel-elon-musk-afd-gespraech-x-li.3180302?reduced=true>

Süddeutsche Zeitung (10.01.2025):

Weidel und Musk: Wie Lügen verfangen.

URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/hitler-kommunist-luegen-rechtsextremismus-li.3180187>

Tagesschau (10.01.2025):

Was bleibt vom Gespräch Weidel-Musk?

URL: <https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/weidel-musk-x-100.html>

Van Prooijen, Jan-Willem (2018):

The Psychology of Conspiracy Theories.

Abingdon/New York: Routledge.

WDR (o. J.):

hart aber fair: Die große Vertrauenskrise – versteht die Politik die Bürger noch?

URL: <https://www1.wdr.de/daserste/hartaberfair/sendungen/die-grosse-vertrauenskrise-versteht-die-politik-die-buerger-noch-100.html>

WhiteHouse auf YouTube (14.02.2025):

J.D. Vance auf der Münchner Sicherheitskonferenz.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pCOsgfINdKg&t=53s>

WHO (2020):

Managing the COVID-19 infodemic.

URL: <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic>

Whitney Phillips auf YouTube (25.02.2019):

The Oxygen of Amplification.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yjcZv3Brua8&t=126s>

ZDF (10.01.2025):

Elon Musk und Alice Weidel im Faktencheck.

URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/faktencheck-weidel-musk-100.html>

Zeit Online (26.02.2025):

Die Millionen, die nicht mitbestimmen.

URL: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2025-02/wahlbeteiligung-bundestagswahl-wahl-berechtigte-nichtwaehler-daten>

Alle Online-Quellen wurden letztmals am 3. März 2025 überprüft.

Impressum

Allianz für die resiliente Informationsgesellschaft c/o betterplace lab
Schlesische Straße 26
10997 Berlin