

TENDENZ

Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

#2.24

Die Macht der Täuschung

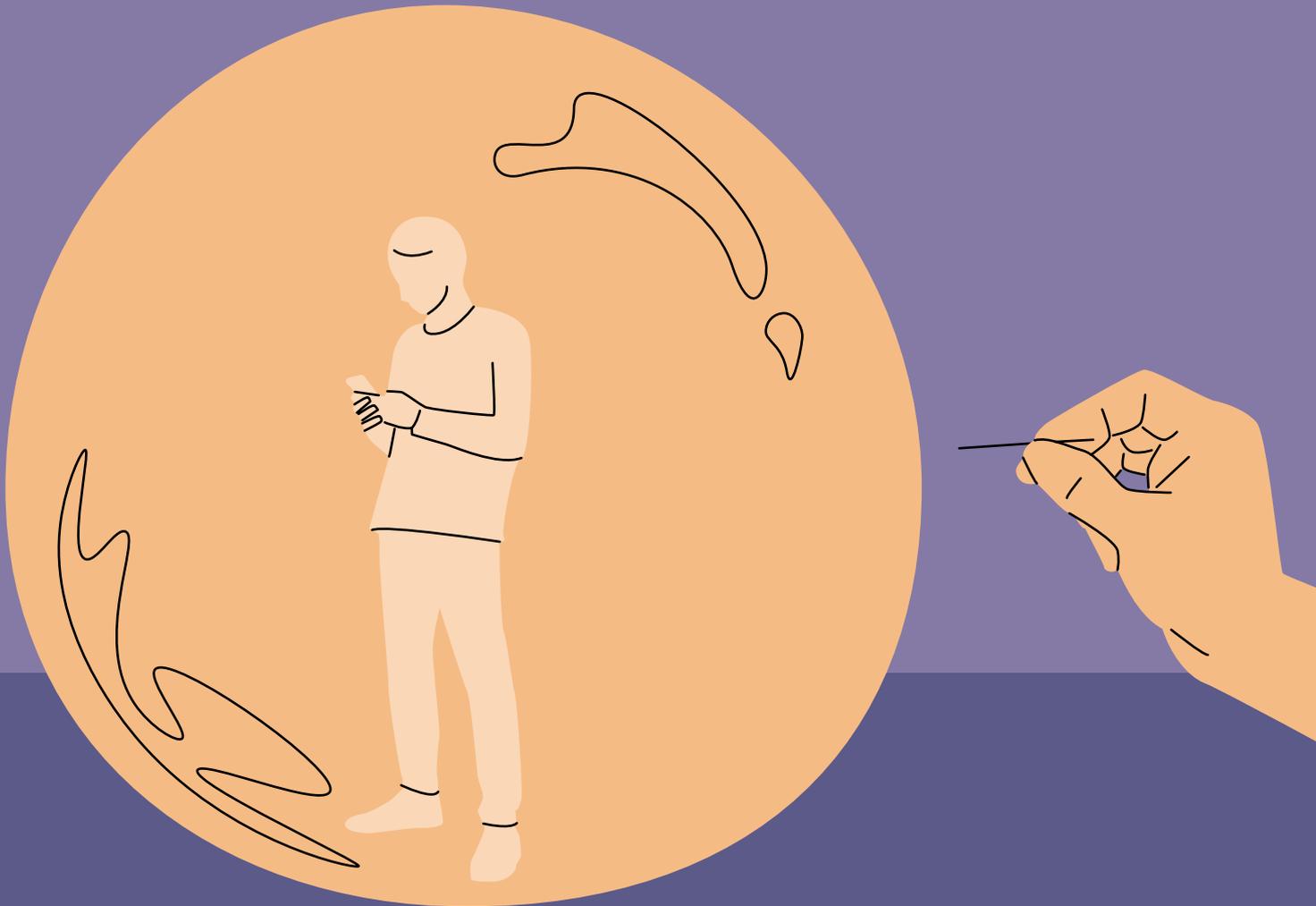
Politische Manipulation durch Desinformation

Freie Medien als Benzin im Motor der Demokratie

Gespräch mit Digitalminister Mehring und BLM-Präsident Schmiege

Die Lebensversicherung der Demokratie

Ein Plädoyer für den Lokaljournalismus



Demokratie braucht Medienvertrauen

Wie Misstrauen gegenüber Medien und Demokratie geschürt wird

Titelthema

Demokratie braucht Medienvertrauen

Demokratische Gesellschaften sind auf das Vertrauen der Menschen in Politik und Medien angewiesen. Doch beides scheint derzeit immer wieder erschüttert zu werden, zumal der Einsatz Künstlicher Intelligenz die Unterscheidung zwischen Wahrheit und Täuschung erschwert. Außerdem schüren bewusst verbreitete Desinformationen Medien- und Demokratieskepsis.

Von Senta Krasser 4

Desinformation

Die Macht der Täuschung

Gezielte Desinformation kann demokratische Prozesse gefährden. Mit der zunehmenden Verbreitung Künstlicher Intelligenz (KI) verschwimmen die Grenzen zwischen Wahrheit und Täuschung immer mehr. Medien- und KI-Kompetenz wird deshalb in der digitalen Ära zur Schlüsselqualifikation.

Von Franziska Mozart 12

Hate Speech

Hass im Netz gefährdet demokratischen Diskurs

Im Wahljahr 2024 häufen sich gewalttätige Angriffe auf Politiker und Politikerinnen. Digitaler Hass, vor allem aus sozialen Medien, wirkt wie ein "Brandbeschleuniger" und kann zu realer Gewalt gegen alle Betroffenen führen. Sowohl bundesweit als auch auf Länderebene gibt es zahlreiche Maßnahmen und Initiativen gegen Hass im Netz.

Von Maria Monninger 14

Interview

„Freie Medien sind das Benzin im Motor der Demokratie“

Bayerns Digitalminister Dr. Fabian Mehring und der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Dr. Thorsten Schmiege, sind sich einig, dass der Dreiklang aus Verantwortlichkeit, Qualitätsjournalismus sowie Medien- und Digitalkompetenz Vertrauen in Politik und Medien schafft.

Von Bettina Pregel 18

Lokaljournalismus

Die Lebensversicherung der Demokratie

Lokale Medien stehen unter massivem wirtschaftlichem Druck. Sie werden oft belächelt und noch öfter unterschätzt. Gleichzeitig ist Lokaljournalismus ein Sprachrohr für die Menschen vor Ort und essenzieller Bestandteil unserer Demokratie. Lokale Medien sind besser als ihr Ruf. Ein Plädoyer.

Ein Gastbeitrag von Katja Ilnizki 22

Medienkonsum und Wahlen

Social Media als Infoquelle für Erst- und Jungwählende

Welchen Einfluss haben Medien auf das Wahlverhalten? Für die politischen Akteure steht außer Frage: Wer keinen medialen Wahlkampf auf allen Kanälen organisieren kann, ist chancenlos. Welche Medien bei Wahlen als Informationsquellen besonders relevant sind, hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) untersuchen lassen.

Von Christiane Meiser und Regina Deck 26



Senta Krasser arbeitet als freie Journalistin in München. Sie schreibt über Medienthemen für Tageszeitungen und Fachzeitschriften wie medium magazin, Medienkorrespondenz, Blickpunkt:Film und DWDL.



Franziska Mozart ist freie Journalistin, Strategin und Ghostwriterin. Sie hat u.a für das Magazin Werben & Verkaufen und für das Handelsblatt gearbeitet. Ihre Lieblingsthemen sind Kommunikation, Technologie und Nachhaltigkeit.



Maria Monninger ist Referentin im Bereich Inhalterregulierung und Aufsicht der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Dort ist sie in der Gruppe Jugend und Nutzerschutz u.a. für die Themen Hassrede und Extremismusprävention zuständig.



Bettina Pregel ist stv. Pressesprecherin und Redakteurin der Tendenz in der Gruppe Kommunikation der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Die Pressereferentin arbeitete zuvor bei Tageszeitungen und Fachzeitschriften.



Dr. Christiane Meiser ist Fachreferentin in der Gruppe Medienwirtschaft im Bereich Technik, Medienwirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. **Regina Deck** ist Gruppenleiterin im Bereich Technik, Medienwirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit.



Katja Ilnizki ist freie Journalistin und selbstständige Beraterin für Radio und TV. Ihre Vision sind starke Medienmarken durch starke journalistische Inhalte.

Service / Projekte

Editorial	3
Medienticker Bayern	17
Literaturtipps	25
Veranstaltungen	28
Medienforschung	30
Termine / Impressum	31

Besuchen Sie unsere Website

www.blm.de



Dr. Thorsten Schmiede, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

Demokratie- und Medienvertrauen stärken

Realität oder Fälschung? Das ist die Frage, die angesichts der zunehmenden Verbreitung von Desinformation derzeit viele Bürgerinnen und Bürger umtreibt. Im Wahljahr 2024 ist diese Frage relevanter denn je, gibt es doch die Möglichkeit, mit Künstlicher Intelligenz die Macht der Täuschung auf die Spitze zu treiben. Oder eben auch mit Hilfe von KI Lügen zu entlarven.

Desinformation, Hass und Hetze beeinflussen das gesellschaftliche Klima und gefährden den demokratischen Diskurs. Radikale politische Kräfte nutzen vor allem Soziale Netzwerke, um die Öffentlichkeit zu beeinflussen. Das hinterlässt Spuren und führt zu einer zunehmenden Medien- und Demokratieskepsis, die fatale Folgen haben kann. So hat die Bertelsmann Stiftung im Frühjahr 2024 eine Studie mit dem viel-sagenden Titel „Verunsicherte Öffentlichkeit“ publiziert.

Wie steht es um das Medien- und Demokratievertrauen in Deutschland? Und welche gesellschaftliche Relevanz haben Medien in einer von KI beeinflussten Welt? Diese Fragen stehen im Fokus der aktuellen Tendenz-Ausgabe, die damit das Motto "Realities" der diesjährigen Medientage München aufgreift.

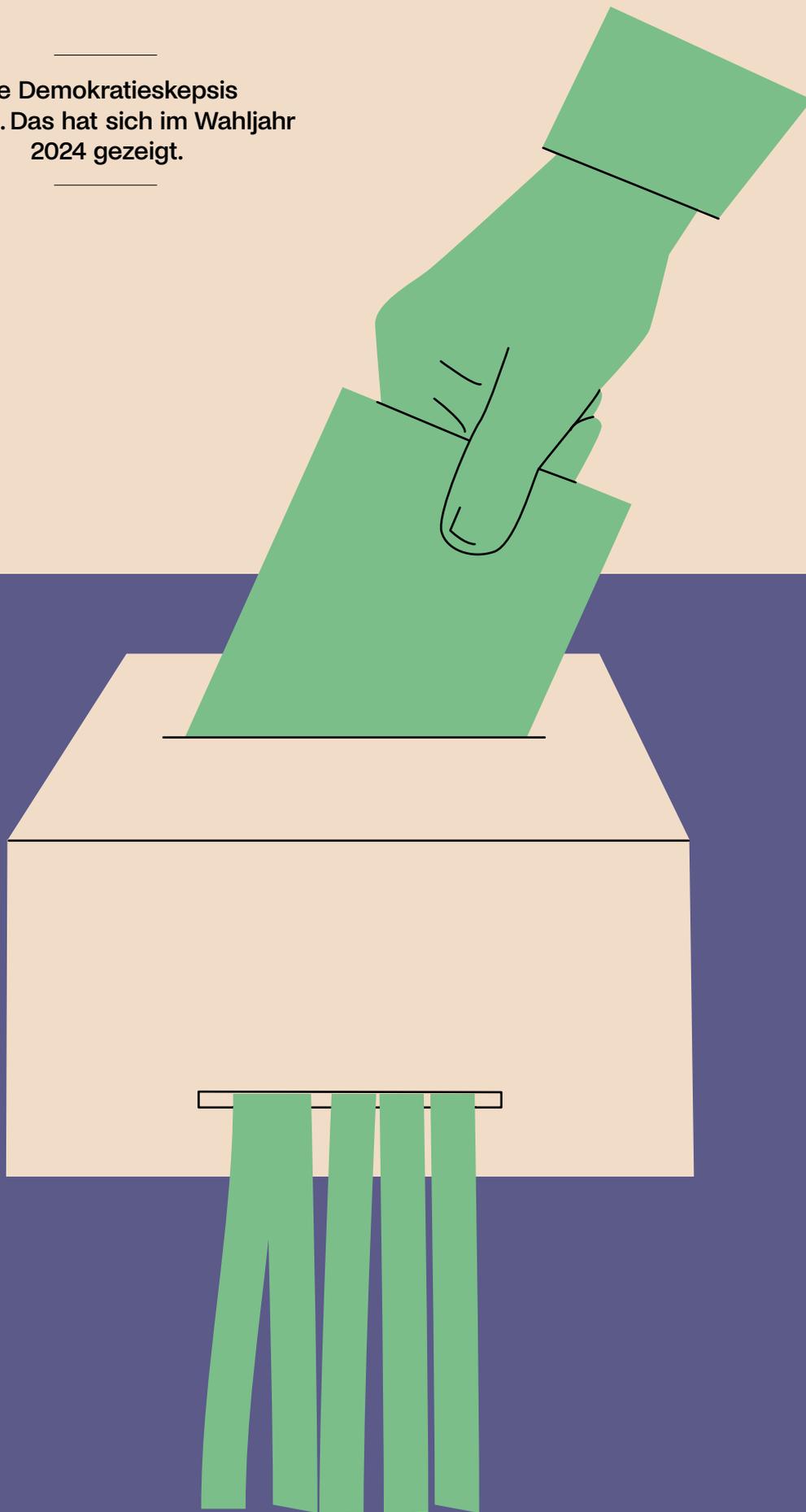
Wer ein Gefühl von Ohnmacht und Entmündigung durch „die da oben“ entwickelt, weiß teilweise nicht mehr, welchen Informationen er oder sie noch vertrauen soll. Doch Demokratie braucht Medienvertrauen, damit die Öffentlichkeit wieder diskursfähig wird bzw. bleibt. Sich dieses Vertrauen zu verdienen, dazu können und müssen Politik, Journalismus und auch die Medienaufsicht beitragen. Beispiele dafür sind in dieser Ausgabe zu finden: Sie reichen von der „Bayern Allianz gegen Desinformation“ über Initiativen gegen Hass im Netz, bis zum Projekt „Use the News“, um junge Menschen für Manipulationsversuche zu sensibilisieren.

Journalistinnen und Journalisten sind vor diesem Hintergrund gefordert, mehr denn je sauber zu recherchieren, faktenorientiert zu berichten und auch mal der Maxime „mehr Informationen – weniger Haltung“ zu folgen. Vor allem dann, wenn Haltung politische Beeinflussung jenseits der Kommentarspalten bedeutet. Gerade der Lokaljournalismus kann dazu beitragen, faktenorientiert und praxisnah als Sprachrohr für die Menschen vor Ort zu berichten. Damit sind lokale Medien, findet eine unserer Autorinnen, die „Lebensversicherung der Demokratie“.

Als Landeszentrale versuchen wir nicht nur dafür zu sorgen, dass manipulative Mechanismen transparent werden. Sondern auch dafür, dass diese Mechanismen erkannt werden: Das tun wir, indem wir Jung und Alt Medien- und Digitalkompetenz vermitteln – DIE Schlüsselqualifikation in einer von KI geprägten Medienwelt.

*Dr. Thorsten Schmiede
Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*

Die Demokratieskepsis
wächst. Das hat sich im Wahljahr
2024 gezeigt.

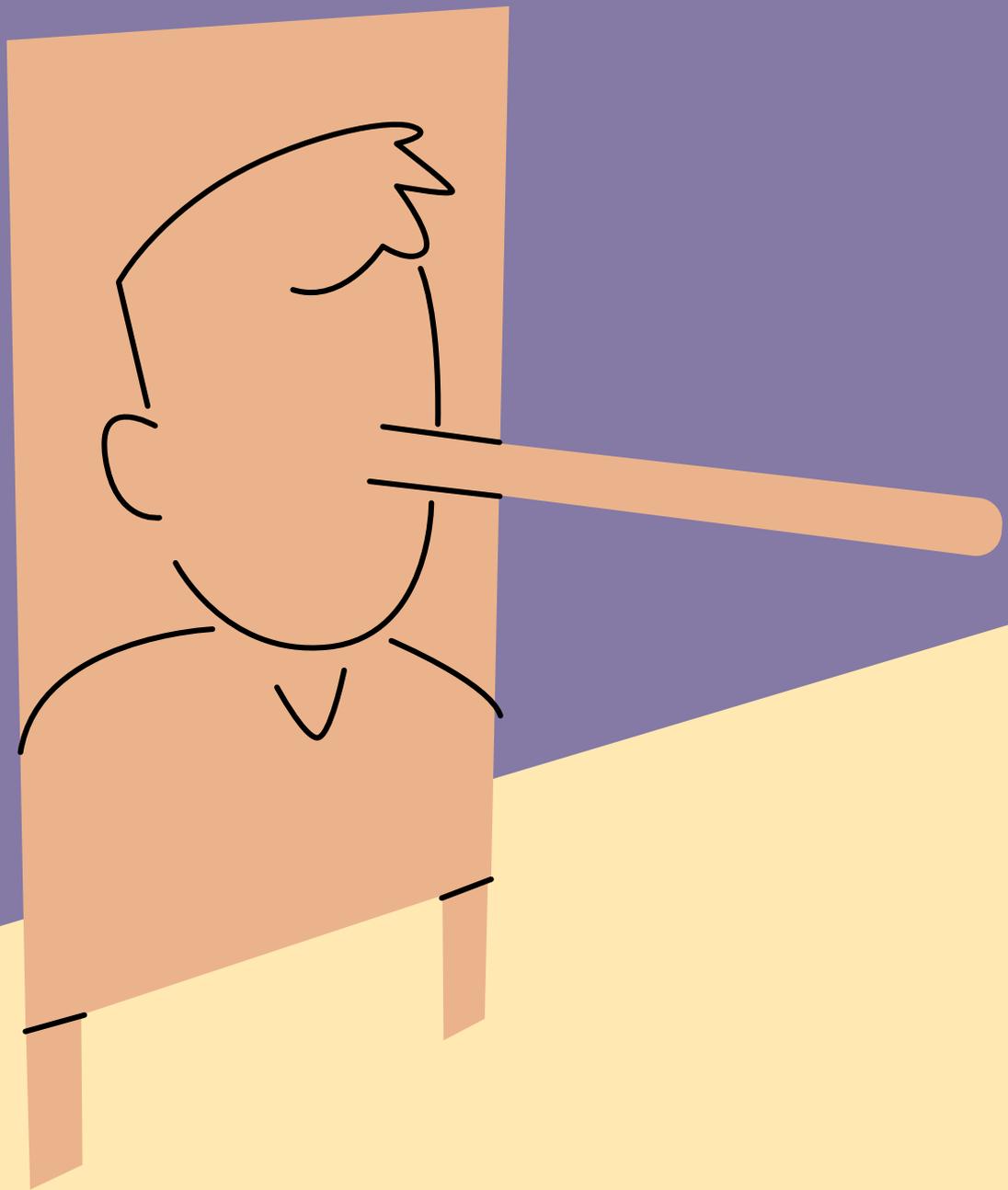


Wie Skepsis und Misstrauen gegenüber demokratischen Systemen geschürt werden

Demokratie braucht Medienvertrauen

Demokratische Gesellschaften sind auf das Vertrauen der Menschen in Politik und Medien angewiesen. Doch beides scheint derzeit immer wieder erschüttert zu werden, zumal der Einsatz Künstlicher Intelligenz die Unterscheidung zwischen Wahrheit und Täuschung erschwert. Außerdem schüren bewusst verbreitete Desinformationen Medien- und Demokratieskepsis.

● Text: Senta Krasser



Lügen haben nicht immer kurze
Beine und sind manchmal schwer zu
erkennen. Desinformation erschüttert
das Vertrauen in Politik und Medien.



Politiker-Avatare: Wäre das nicht die perfekte Lösung für die Probleme unserer Zeit, in der die Skepsis an unserem demokratischen Gefüge mit jeder Abstimmung im Wahljahr 2024 zu wachsen scheint? Also wenn uns nicht Menschen aus Fleisch und Blut regierten, sondern ihre von Künstlicher Intelligenz (KI) generierten Zwillinge?

So ein Politiker-Avatar ist unbestechlich und frei von Skandalen, trifft faktenbasierte Entscheidungen und agiert vollkommen transparent. Er arbeitet unermüdlich, hat Zugriff auf unbegrenztes Wissen und kommuniziert in jeder Sprache. Dabei bleibt er stets sachlich und rational, ohne emotionale Ausbrüche, ohne Ideologie, gemeinwohlorientiert und ohne Ego oder Interesse an einer Wiederwahl. Ein perfekter Diener des Volkes, der keine Fehler macht und keine Pausen braucht. Oder etwa nicht?

Kann KI die Demokratie retten?

Dieser Utopie ist die Moderatorin Linda Zervakis in einer bemerkenswerten Reportage nachgegangen, die ProSieben im Vorfeld der Landtagswahlen in Ostdeutschland zur Primetime ausgestrahlt hat. **„Kann KI die Demokratie retten?“**, wollte die Journalistin wissen und reiste dafür durch die Republik, um mit Politikerinnen und Politikern sowie Wahlberechtigten zu sprechen, aber auch mit KI-Experten wie Sascha Lobo.

Lobo gehört nicht zu den 51 Prozent der Europäer, die Politikerinnen und Politiker gerne durch einen KI-Algorithmus ersetzt sähen. Er ist aber durchaus der Meinung, dass man Künstliche Intelligenz konstruktiv einsetzen kann, um unsere angeschlagene Demokratie zu stärken und Vertrauen in die Politik wieder aufzubauen. KI müsse aus seiner Sicht sogar dabei helfen. „Das fängt schon damit an, dass die Gegenseite, die Leute, die die Demokratie attackieren, bereits mit Künstlicher Intelligenz arbeiten“, sagt er im Film. „Da müssen wir eine Art Waffengleichheit herstellen.“

Diese „Gegenseite“ hat viele Gesichter. Eines davon, um bei der Zervakis-Doku zu bleiben, gehört Norbert Kleinwächter. Der stellvertretende Fraktionsvorsitzende der AfD im Bundestag ist ein first mover und heavy user seiner Partei im Internet und löste im vorigen Jahr eine Debatte aus, weil er Bilder auf Social Media postete, die täuschend echt aussehen, aber künstlich erstellt sind. Sie zeigen zum Beispiel eine Gruppe von Menschen mit Migrationshintergrund mit wutverzerrten Fratzen, dazu den Text: „Nein zu noch mehr Flüchtlingen.“ Parteikollegen von ihm bastelten mit Hilfe von KI fotorealistische Abbildungen mit ähnlicher Intention.

Kleinwächter gab damals unumwunden zu, dass damit „Stereotype bedient werden“. Er sei „sehr, sehr dankbar“ für die neue

Technologie. Inzwischen kennzeichnet der Politiker seine künstlich erzeugten Bilder. Doch den Vorwurf, dass er und seine Partei mit solchen Symbolbildern etwas vorgaukeln, was nicht wahr ist, dass sie falsche Inhalte verbreiten und damit Ängste und Stimmungen schüren, dass sie letztlich den gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie den demokratischen Diskurs aufs Spiel setzen – das weist Kleinwächter im Film weit von sich.

Solche Begegnungen machen nachdenklich. Vor allem, wenn man weiß, dass die AfD allein auf Tiktok dreimal so viele Nutzende erreicht wie alle anderen Parteien im Bundestag zusammen. TikTok, aber auch YouTube und Instagram sind bei Erst- und Jungwählenden meist die erste Medienwahl. Für sie ist das, was Politikerinnen und Politiker auf Social Media und Messengern veröffentlichen, als Informationsquelle genauso relevant wie journalistische Angebote. Das zeigt u.a. die **Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“**, eine Sonderauswertung des Medienvielfaltsmonitors der Medienanstalten.

Radikale Parteien haben auf das Infoverhalten der Jungwählenden schnell reagiert. Ihr „Erfolgsrezept“: kurze, plakativ bebilderte Botschaften, die durch den Algorithmus verbreitet werden. Denn dieser honoriert polarisierende Inhalte mit vielen Kommentaren. Fatalerweise trägt, wer Falschbehauptungen richtigstellt, so ungewollt zur Verbreitung bei.

News Avoidance und Medienvertrauen

Im Kontext von Wahlen, und das ist die gute Nachricht, wird Social Media als Infoquelle allerdings nicht blind vertraut. Bevor Bayern im Oktober 2023 einen neuen Landtag wählte, ließ die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) **in einer Studie** erfragen, wo sich Wahlberechtigte informieren (vgl. S. 26-27). Die Älteren tun es nach wie vor und überwiegend in den klassischen journalistischen Medien, während die 18- bis 24-Jährigen Informationen eher auf Social Media aktiv suchen, wenn auch mit durchaus kritischem Blick. So sind mehr als ein Drittel in Sorge, dass das Wahlergebnis durch bewusst gestreute Falschinformation beeinflusst wird.

Die schlechte Nachricht, die über Wahlkämpfe hinaus bedenklich stimmen muss: Mehr als ein Drittel aller Befragten stimmte den Aussagen zu: „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.“ Und auch das Phänomen der News Avoidance greift offenbar um sich: Knapp ein Fünftel gab an, Nachrichten aktiv zu umgehen.

Nun war das Vertrauen in „die Medien“ schon immer gewissen Schwankungen unterlegen, wie Langzeitforschende von der Uni



„Jeder vierte Deutsche ist medienavers. Und der überwiegende Teil dieser Menschen fühlt sich von der Politik allein gelassen.“

Jens Lönneker



Mainz regelmäßig belegen (vgl. Literaturtipps, S. 25). Aktuell steht es um die Vertrauenssache eigentlich ganz gut: Nachdem das weltweit tobende Corona-Virus die Beziehung der Deutschen zu Radio, TV und Zeitungen nach einem anfänglichen Hoch beschädigt hatte, pendelte es sich 2023 auf Vorpandemieniveau ein. Mit einer Quote von 44 Prozent liegen die Medien zwar hinter Justiz (59 Prozent) und Wissenschaft (69 Prozent), aber, wenn auch knapp, noch vor der Bundeswehr. Diese schloss im Zuge der Scholz'schen Zeitenwende mit 43 Prozent im Ranking auf. Abgeschlagen liegen die Politik und die Kirchen mit je 17 Prozent auf den hinteren Rängen.

Die Mainzer Studie gibt indes keinen Anlass, sich entspannt zurückzulehnen. Die Medienskepsis bleibt groß, beängstigend groß. Und dass sie Hand in Hand geht mit einem geringen Vertrauen in unsere Demokratie, ist ein Grund zur Sorge, die viele Experten und Expertinnen teilen.

Von der Politik allein gelassen? Demokratiskepsis als Folge

„Da ist Holland in Not“, resümierte zum Beispiel der Psychologe Jens Lönneker, nachdem er im Auftrag der Stiftervereinigung der Presse und des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) tiefenpsychologische Gespräche mit Medienkritikern geführt und die Wechselwirkung von Medienvertrauen und Demokratie untersucht hatte. Ihm zufolge ist jeder vierte Deutsche „medienavers“, und der überwiegende Teil dieser Menschen glaube im Grunde nicht mehr an dieses System, fühle sich von der Politik allein gelassen. „Und dann ist der logische nächste Schritt der“, so Lönneker, „die Demokratie in Frage zu stellen. Selbst wenn diese Leute sagen, dass sie Demokraten sind, sind sie anfällig für Menschen, die unter dem Vorwand der Systemkritik völlig andere Absichten haben.“ Sprich: Für Menschen, denen jedes Mittel Recht

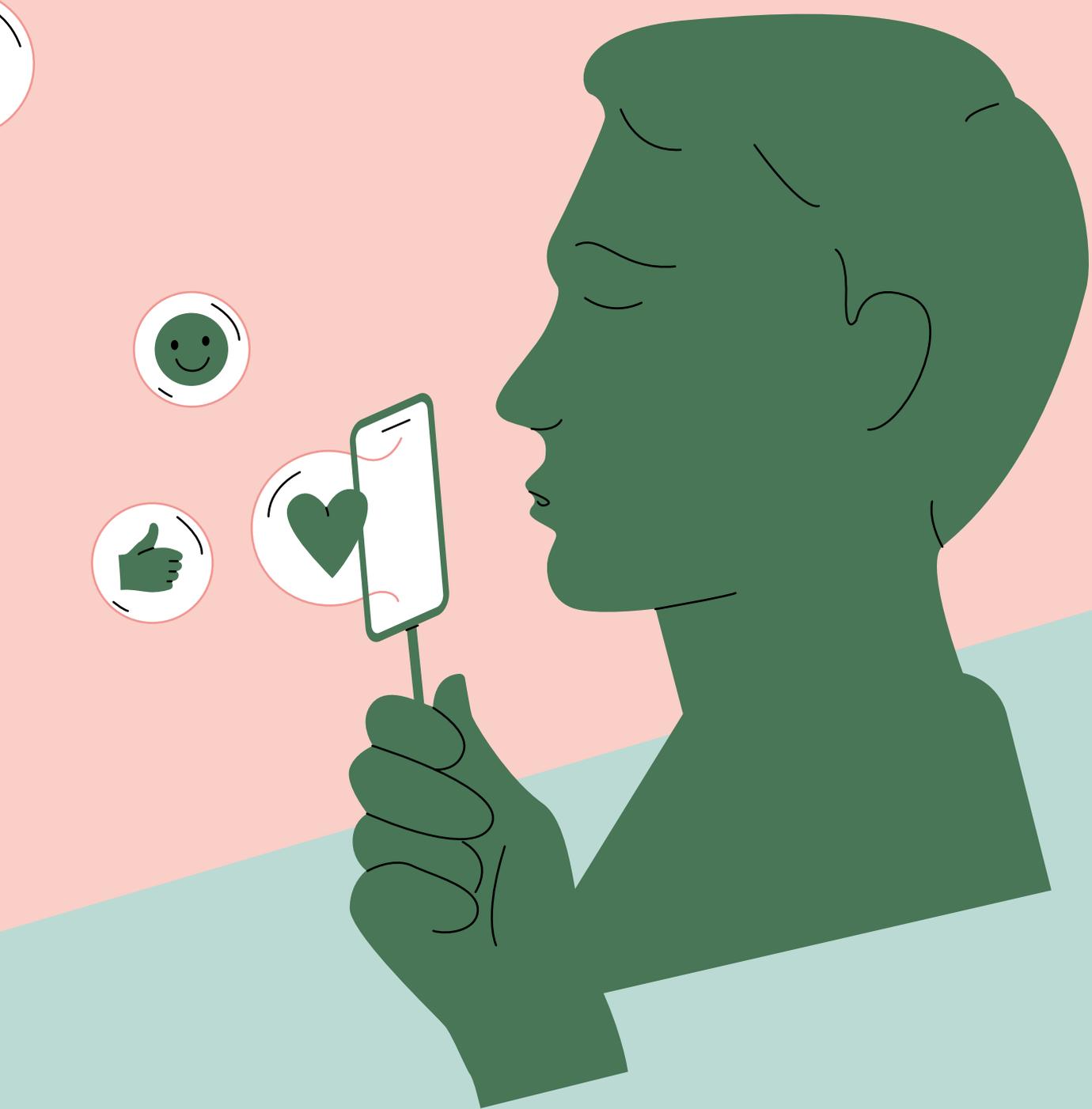
ist, um die Realität so zu deuten, wie es ihren Zwecken dient. Menschen, die bewusst desinformieren.

Laut einer aktuellen Studie der Bertelsmann-Stiftung („**Verunsicherte Öffentlichkeit**“, Februar 2024) halten acht von zehn Deutschen absichtlich verbreitete Falschbehauptungen für demokratiegefährdend, weil sie politische Meinungen manipulieren, Wahlen beeinflussen und die Gesellschaft spalten. Nur eine Minderheit (13 Prozent) glaubt, bei diesem Thema gehe es nur darum, alternative Meinungen schlecht zu machen und als unglaubwürdig darzustellen.

Nun ist die Wirkung von Desinformation – egal, ob sie mit oder ohne KI erstellt und verbreitet wurde – mangels ausreichender Daten noch nicht wirklich entschlüsselt. Dahinter, ob und wie jemand darauf reagiert, steckt ein hochkomplexer Wirkungsprozess aus persönlicher Einstellung, Eigenschaften von Desinformation und aktuellem Weltgeschehen. Unklar ist auf wissenschaftlicher Seite auch, ob Websites und Social-Media-Posts mit gefälschten oder irreführenden Botschaften tatsächlich schon Wahlen beeinflusst haben. Klar ist aber, dass die Macht der Meinungsbildung im Netz zunimmt. Und auch manches klassische Medium muss sich fragen lassen, welche Standards der Qualitätsjournalismus unbedingt einhalten sollte.

Desinformation erzeugt Misstrauen gegen demokratische Strukturen

Wenn aus Worten Taten werden: Donald Trump, der sich im November erneut zum US-Präsidenten wählen lassen will, behauptet bis heute, dass Joe Bidens Sieg im Kopf-an-Kopf-Rennen 2020 einzig und allein durch Wahlbetrug zustande gekommen sei. Obwohl es für den angeblichen Betrug keine konkreten Hinweise gab, forderte er seine Anhängerinnen und Anhänger zum Boykott des Wahlergebnisses auf. Die Bilder eines wütenden Mobs, der am 6. Januar 2021 das Kapitol in Washington D.C. stürmte,



Realität oder Fälschung?
Schwierig wird es, wenn
Desinformation durch Filter-
blasen verstärkt wird.



Wenn Trolle im Netz die
Stimmung schüren, kann auch
Gewalt daraus werden.

haben weltweit die Menschen aufgerüttelt. In den Medien war von einem schwarzen Tag für die Demokratie die Rede. Wird er sich womöglich wiederholen?

Die Frage ist akut, weil Desinformationskampagnen auch von außen gesteuert werden. Putins Russland führt seit Jahren einen „grauen Krieg“ gegen den Westen, indem es über seine so genannten „Informationskrieger“ insbesondere vor Wahlen Lügen verbreiten lässt. So kursierte vor der Europawahl die „News“, der ukrainische Präsident Wolodimir Selenskij habe Hilfgelder der EU und der USA unterschlagen. Das Ziel: Europas Unterstützung für die Ukraine zu unterminieren.

„Disfluencer“ nutzen Gefühl der Entmündigung

Hunderte solcher Falschbehauptungen finden sich im Netz, gespeist von unzähligen Accounts in den sozialen Medien, die bei den Menschen immer wieder Zweifel säen: Was stimmt hier? Dieser Mechanismus ist als Folge von Desinformation immer wieder zu beobachten, wie sich zuletzt bei den Ausschreitungen im westenglischen Southport zeigte.

Nachdem drei Mädchen bei einem Tanzworkshop ermordet worden waren, begannen Accounts die identische Lüge zu verbreiten, dass der Mörder ein Muslim und illegal in das Vereinigte Königreich eingereist sei. Nichts davon stimmte. Innerhalb von Stunden tauchte ein wütender Mob auf, attackierte Moscheen, zündete Gemeindezentren und Hotels an, in denen Migranten untergebracht waren, plünderte Geschäfte und verletzte Polizeibeamte.

Die Flammen der Gewalt, die bald über Southport hinausprangen, wurden laut britischen Medien durch russische Trolle geschürt, aber auch durch Stimmen aus dem extrem rechten Spektrum mit gewaltigem Multiplikationseffekt, wie die des Influencers Andrew Tate, dem auf Elons Musks Plattform X 9,8 Millionen Menschen folgen.

„Disfluencer“ lautet ein relativ neuer Sammelbegriff für solche Figuren, die ein starkes, aber diffuses Gefühl der Unzufriedenheit, Entmündigung und kulturellen Bedrohung von außen für ihre Zwecke nutzen. Alles, was die Menschen wütend macht, bringt ihnen Klicks und ökonomischen Erfolg. Zugleich fördert es ein Umfeld, in dem Emotionen und Vorurteile wichtiger sind als Fakten.

Gelingt es, das Misstrauen gegenüber Politik und Medien abzubauen?

Demokratie beruht auf Meinungsbildung durch Fakten. Fakten und Informationen, die von Journalistinnen und Journalisten recherchiert, geprüft, eingeordnet und verbreitet werden. Diese Aufgabe zur professionellen Filterung wird, siehe Trump, siehe Ukraine, siehe Southport, immer wichtiger in einer zunehmend von KI beeinflussten Medienwelt, in der die Grenzen gesetzlich noch nicht abgesteckt sind. Der „AI Act“ soll KI regulieren, ist aber noch nicht rechtskräftig.

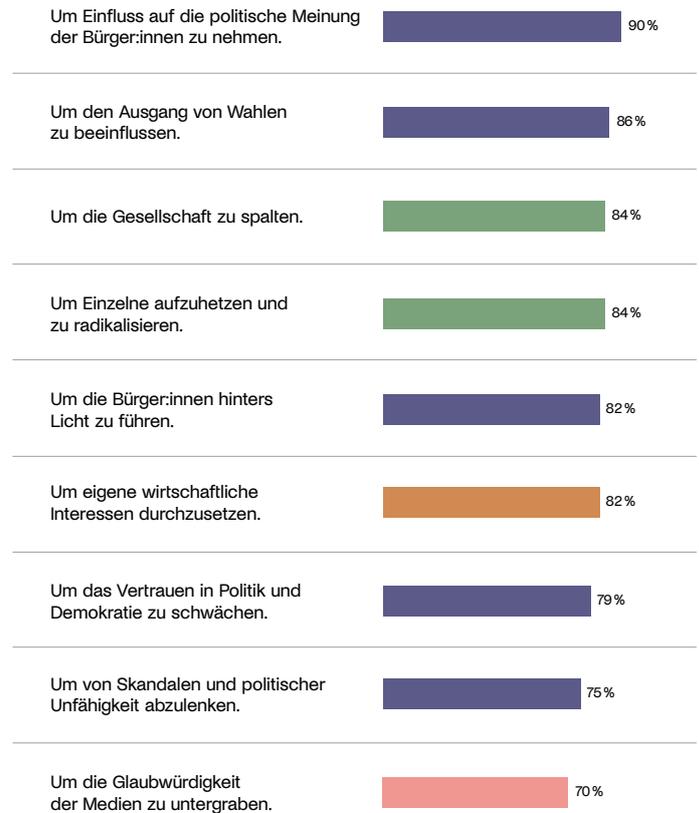
Natürlich sind Journalisten nicht unfehlbar. Sicher auch nicht alle, die für klassische Qualitätsmedien arbeiten, wie der Fall Claas Relotius gezeigt hat. Manchmal verbreiten Redaktionen unwissentlich auch selbst Falschnachrichten oder leiten welche weiter – wie die vom angeblichen Bettwanzenproblem in Paris, was den Unfug auf eine höhere Glaubwürdigkeitsstufe hob. Qualitätsstandards einzuhalten ist angesichts der ökonomischen Zwänge durch

sinkende Auflagen und Reichweiten seriöser Nachrichtenmedien auch nicht immer einfach. Schlagzeilen-Journalismus, wie er in Boulevardmedien gern betrieben wird, erhöht das Vertrauen in die Medien jedenfalls nicht gerade. Die Frage, wie sich die journalistische Arbeit verbessern lässt, treibt die Zunft selbst täglich um. Könnte da ausgerechnet KI nicht nur ein Teil des Problems, sondern Teil der Lösung sein?

Linda Zervakis präsentiert in ihrer eingangs erwähnten ProSieben-Reportage eine Software, mit der sich Politikerlügen in Echtzeit entlarven lassen. Sicher ein spannendes Tool mit Blick auf die bevorstehende US-Wahl. Es bleibt jedoch abzuwarten, inwieweit es in der Berichterstattung gelingt, sich ein Stück weit verlorengegangenes Vertrauen in Politik und Medien zurückzuholen. ●

Motive für die Verbreitung von Desinformationen

Was meinen Sie, warum werden Desinformationen im Internet verbreitet?



■ Politische Motive ■ Gesellschaftliche Motive
 ■ Wirtschaftliche Motive ■ Medienbezogene Motive

Quelle: Bertelsmann-Studie „Verunsicherte Öffentlichkeit, Frühjahr 2024“
 Basis: alle Befragten. Dargestellte Werte: trifft voll und ganz zu / trifft eher zu.
 Fehlende Werte: trifft eher nicht zu / trifft überhaupt nicht zu / weiß nicht.

Eine Ente wirkt etwas tollpatschig, ist aber ein harmloses Tier. Eine Zeitungsende, dieses etwas altmodische Wort, bezeichnet ebenfalls etwas Tollpatschiges: eine Falschinformation oder eine Geschichte, die nicht stimmt. Der Unterschied zwischen Fehlinformation und Desinformation ist weit größer als ein paar Buchstaben: Er liegt in der Absicht.

Während bei einer Fehlinformation ein Missgeschick vorliegt, ist die Täuschung das klare Ziel der Desinformation. Der Dichter Bertolt Brecht brachte den Unterschied zwischen Fehl- und Desinformation in „Das Leben des Galilei“ mit folgenden Worten auf den Punkt: „Wer die Wahrheit nicht weiß, der ist bloß ein Dummkopf. Aber wer sie weiß und sie eine Lüge nennt, der ist ein Verbrecher.“

Desinformation kann – gezielt eingesetzt – den öffentlichen Diskurs lenken, Menschen täuschen und die demokratische Meinungsbildung manipulieren. Das geschieht mit manipulierten Bildern und Videos, Lügen, falschen Behauptungen und aus dem Kontext gerissenen Zahlen oder Zitaten. Gefährlich daran ist, dass Desinformation oft schwer zu erkennen ist und Emotionen schürt. Dahinter stehen meist Gruppen, die dem politischen System und seinen Institutionen schaden wollen, beispielsweise rechtsextreme Gruppen. Die Bundesregierung warnt außerdem vor gezielten Desinformationskampagnen aus dem Ausland, etwa aus Russland.

Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation

Die Kraft von Bildern und Sprache ist enorm. Was Menschen sehen oder hören, das glauben sie oft auch. KI kann Personen sehr realistisch in Bilder oder Videos einfügen und aus kurzen Audio-Schnipseln von Stimmen ganze Botschaften erstellen, die täuschend echt klingen. Doch mit den technischen Möglichkeiten wächst nicht automatisch auch die Medienkompetenz der Rezipientinnen und Rezipienten. Desinformation und Manipulationen können daher eine starke Macht entfalten.

Im Januar beispielsweise, kurz vor den Vorwahlen in New Hampshire, wurden zahlreiche Wahlberechtigte in den USA von einem Anruf überrascht, der angeblich von Präsident Joe Biden kam. Er wollte sie scheinbar davon abhalten, wählen zu gehen. Dieser Anruf stammte jedoch von einer KI. Das Weiße Haus dementierte sofort, die Generalstaatsanwaltschaft leitete Ermittlungen ein.

Sicherheitsbehörden registrieren auch in Europa solche Versuche der politischen Manipulation durch KI, insbesondere im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg, wie der EU-Kommunikationsexperte Lutz Güllner erklärt. Im europäischen Auswärtigen Dienst gibt es eine eigene Abteilung mit dem Namen „Informationsintegrität“, die gegen Desinformation und Manipulationsversuche vorgeht.

KI-Anwendungen können eben nicht nur helfen und unterstützen, sondern auch manipulieren. Forschende des Massachusetts Institute of Technology (MIT) haben gezeigt, wie KI-Systeme in der Lage sind, Menschen zu täuschen. Sprachmodelle können demnach sehr überzeugend argumentieren und dabei auch Lügen nutzen. Die Konsequenz? Medien müssen immer genauer prüfen, was sie verbreiten. Und die Nutzerinnen und Nutzer sollten noch besser lernen, Desin-

formation zu erkennen und damit verantwortungsvoll umzugehen. „Medienkompetenz bedeutet zunehmend auch KI-Kompetenz“, sagt Dr. Thorsten Schmiede, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). „Sie zu vermitteln, ist heute eine zentrale Aufgabe in unserer Demokratie. In einer digital geprägten Gesellschaft, in der jede und jeder zu Absendern von Botschaften werden kann, ist es notwendig, dass auch alle diese Botschaften auf ihren Echtheitsgehalt hin überprüfen können.“

Vertrauen in die Medien stärken

Medienkompetenz zu vermitteln, ist inzwischen zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe geworden, die nicht nur Medienanstalten fordert. Um gerade junge Menschen für Manipulationsversuche zu sensibilisieren, haben sich z.B. in der Initiative #UseTheNews, der „Allianz für Nachrichtenkompetenz im digitalen Zeitalter“, Partner aus Medien, Bildung und Forschung zusammengeschlossen, darunter auch die BLM.

Die aktuelle Kampagne „Das Jahr der Nachricht“ soll den kompetenten Umgang mit Nachrichten stärken. Dabei stehen besonders junge Zielgruppen im Fokus, deren Medienkonsum sich zugunsten der Sozialen Medien verschoben hat. Ihnen bietet #UseTheNews Zugang zur Nachrichtenwelt über die Medien, die sie ohnehin am liebsten nutzen: Auf TikTok, Instagram und Youtube vermitteln Redakteurinnen und Redakteure aktuelle Nachrichten auf Augenhöhe, unterhaltsam und mit Hintergrundwissen. Die Jugendlichen sollen verstehen, was das mit ihrem Leben zu tun hat.

Wichtig ist außerdem zu erklären, wie Journalismus funktioniert. Denn nur dann kann auch Vertrauen in die Medien entstehen. Medien tragen als wesentliche Säule der Demokratie eine besondere Verantwortung. Damit das so bleibt, müssen sie sich mit ihren Zielgruppen weiterentwickeln.

Die Rolle der Sozialen Medien

Gerade Soziale Medien bieten einen Nährboden für Desinformation. Denn je stärker Inhalte polarisieren und dadurch Kommentare und Likes erhalten, umso mehr „belohnt“ der Algorithmus den Post durch Reichweite. So verbreiten sich Gerüchte und Fake News besonders leicht.

Tiktok spielt dabei eine nicht zu unterschätzende Rolle. Byte-dance, das Unternehmen hinter Tiktok, ist immer wieder mit der Kritik konfrontiert, dass die chinesische Regierung Zugriff auf die Daten der App habe. Viele demokratische Parteien zögerten deshalb lange Zeit, mit einem Profil auf Tiktok vertreten zu sein. Dieses Vakuum haben radikale Kräfte für sich genutzt. Immerhin beziehen neun Prozent der 18- bis 24-Jährigen in Deutschland ihre Nachrichten über Tiktok. Das ermittelte das „Reuters Institute for the Study of Journalism“. Weltweit liegt der Anteil in dieser Altersgruppe bereits bei 44 Prozent.

Angesichts dieses veränderten Mediennutzungsverhaltens gerade der jungen Menschen ist es um so wichtiger, gegen Desinformation und Manipulationsversuche gewappnet zu sein. ●

Von Extremismusprävention bis zur Strafverfolgung: gemeinsam gegen Online-Hass

Hass im Netz gefährdet demokratischen Diskurs



Im Wahljahr 2024 häufen sich gewalttätige Angriffe auf Politiker und Politikerinnen. Digitaler Hass wirkt offenbar wie ein "Brandbeschleuniger" und kann zu realer Gewalt führen. Amts- und Mandats-träger sind aber nur eine Gruppe von Betroffenen. Sowohl bundesweit als auch auf Länderebene gibt es zahlreiche Maßnahmen und Initiativen gegen Hass im Netz.

● Text: Maria Monninger

„Die Zahlen sind ein Alarmsignal“, warnte Holger Münch, der Präsident des Bundeskriminalamts (BKA), im Mai 2024 im Interview mit der TAZ. „Wir haben im vergangenen Jahr 5.400 Straftaten gegen Amts- und Mandatsträger registriert, in den vergangenen fünf Jahren hat sich die Zahl verdreifacht. Zum Glück waren davon nur ein Bruchteil Gewaltdelikte. Aber wir sehen, dass die Unzufriedenheit mit staatlichen Institutionen Beleidigungen und Bedrohungen befördert, und auch Gewalt. Und das häuft sich nun vor den anstehenden Wahlen.“

Die Folge der Hass-Spirale: Viele Betroffene ziehen sich aus der Politik zurück, vor allem auf kommunaler Ebene. Das hat direkte Auswirkungen auf das Zusammenleben in unserer Gesellschaft und auf die Demokratie. Wichtig ist, Betroffene nicht alleine zu lassen, fordert z.B. das Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz, zu dem u.a. auch HateAid gehört. Laut deren aktueller Studie „Lauter Hass – leiser Rückzug“ bekennt sich mehr als die Hälfte der Internet-User aus Angst vor Hass im Netz seltener zur eigenen politischen Meinung und beteiligt sich weniger an Diskussionen.

Online-Hass gegen Amts- und Mandatsträger

Wenn Politikerinnen und Politiker oder andere Personen des öffentlichen Lebens im Netz abgewertet oder angegriffen werden, ist das nicht nur ein Problem für die Betroffenen selbst. Es beeinflusst auch unser demokratisches Miteinander. Denn oft ist damit eine Ablehnung der freiheitlich-demokratischen Grundordnung und ihrer Werte verbunden – vor allem in Verbindung mit politischem Extremismus.

Und: Online-Hass ist auch eine Form von Gewalt. Gerade für Kinder und Jugendliche, die sich noch in der Entwicklung befinden und ihr Welt- und Menschenbild, ihre Werte sowie ihr politisches Wissen und Verständnis erst noch ausbilden, ist das problematisch. Ihre Kompetenz für ein diskriminierungsfreies gesellschaftliches Miteinander kann geschädigt und die Erziehung zur Achtung der persönlichen Integrität, Menschenwürde und Toleranz gestört werden. Es besteht die Gefahr einer Beeinträchtigung oder Gefährdung ihrer Entwicklung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit.

Neben Straftaten können im Fall von Online-Hass also auch Jugendschutzverstöße vorliegen. Insofern ist Online-Hass auch ein Thema für den Jugendmedienschutz. Gemeinsam gegen Hate Speech vorzugehen, haben sich unter anderem die Medienanstalten vorgenommen.

BLM setzt auf Kooperationen im Kampf gegen Hass im Netz

So setzen die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und das bayerische Justizministerium in ihrer Initiative **Justiz & Medien – Konsequent gegen Hass** auf eine konsequente Strafverfolgung. Hass und Hetze können in einem einfachen Online-Verfahren direkt bei der Staatsanwaltschaft gemeldet werden. Außer Medienhäusern, freien Journalisten und Plattformen können auch **Amts- und Mandatsträger** am Meldeverfahren teilnehmen: also

Kommunalpolitikerinnen und -politiker sowie bayerische Abgeordnete (Mitglieder des Landtags und bayerische Mitglieder des Bundestags und des Europäischen Parlaments).

Betroffene wenden sich mit ihren Strafanzeigen oder Bitten um Prüfung der Strafbarkeit eines Sachverhalts direkt online an den Hate-Speech-Beauftragten in der Zentralstelle zur Bekämpfung von Extremismus und Terrorismus (**ZET**) bei der Generalstaatsanwaltschaft München. Seine Aufgabe ist es, für eine „besonders engagierte Bearbeitung“ und „gleichmäßige Handhabung“ der Fälle in Bayern zu sorgen, so das bayerische Justizministerium.

Auch das **„Bayerische Bündnis für Toleranz – Demokratie und Menschenwürde schützen“**, zu dessen rund 100 Mitgliedern seit 2021 auch die BLM gehört, ist im Kampf gegen Hass im Netz aktiv. Es ist Bayerns größter Zusammenschluss aus staatlichen, zivilgesellschaftlichen Akteuren und Religionsgemeinschaften, die sich für die Stärkung der Demokratie und die Achtung der Menschenwürde einsetzen und sich die Bekämpfung von Rechtsextremismus, Antisemitismus und Rassismus zum Ziel gesetzt haben.

Das Schwerpunktthema 2024/2025 lautet „Gemeinsam für Respekt und Toleranz im Netz“. So haben die Bündnispartner eine öffentliche Videokampagne initiiert, in denen Betroffene zu Wort kommen. Unter dem Hashtag **#zuwertvollfuerhass** wird auf sozialen Netzwerken wie Instagram dazu aufgefordert, sich gegen Hass im Netz zu wehren.

Bei der Extremismusprävention setzt die BLM auf Vernetzung, Wissens- und Erfahrungsaustausch, Zusammenarbeit mit relevanten Stellen sowie auf die Sensibilisierung der Öffentlichkeit durch Veranstaltungen und Präventionsmaterialien.

Prüfen und Verfolgen von Rechtsverstößen im Netz

Prävention und Meldeverfahren auf verschiedenen Wegen ergänzen sich: So kooperiert die BLM seit Juni 2024 auch mit der Meldestelle **„REspect! Gegen Hetze im Netz“**, um gegen jugendgefährdende und entwicklungsbeeinträchtigende Formen von Hass im Netz vorzugehen. BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiede sieht das als wichtige Ergänzung zum gemeinsamen Vorgehen mit der bayerischen Justiz gegen unzulässige strafrechtlich relevante Inhalte. „Jedes Hass-Posting ist problematisch, auch wenn es nicht strafrechtlich relevant ist. Das gilt vor allem für Heranwachsende. Wenn sich Ausgrenzungstendenzen und Gewaltbereitschaft verstärken, wird die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen gefährdet. Werte wie Empathie, Respekt und Toleranz sind für mich nicht verhandelbar. Deshalb ist es uns wichtig, auch hier aktiv zu werden.“

Die Bekämpfung von Rechtsverstößen im Netz im Kontext von Hass und Hetze ist ein Schwerpunkt im Jugend- und Nutzerschutz der BLM. 2023 wurden im Rahmen der Aufsicht dazu 1.500 Fälle geprüft, ein Großteil davon auf Social-Media-Plattformen. Im Fokus stehen vor allem absolut unzulässige Darstellungen, also Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, Volksverhetzung sowie Holocaustleugnung und – verharmlosung, teils in Kombination mit drastischer Gewalt und Desinformation. Die Landeszentrale kooperiert dafür mit den Staatsanwaltschaften, insbesondere mit der ZET bei der Generalstaatsanwaltschaft



München, und mit der **Zentralen Meldestelle für strafbare Inhalte im Internet beim Bundeskriminalamt (ZMI-BKA)**. Mit dieser bundesweiten Meldestelle arbeiten alle Medienanstalten zusammen.

Meldeverfahren, Löschanregungen an Plattformen und die Abgabe von Fällen an die Staatsanwaltschaft sowie medienrechtliche Aufsichtsverfahren: Die Bandbreite der Verfahren gegen Rechtsverstöße von Inhalte-Anbietern im Netz ist groß. Wenn es zu Aufsichtsverfahren kommt, reichen die Maßnahmen von Bußgeldern bis zur Untersagung von Inhalten.

Was gegen Online-Hass auf europäischer Ebene unternommen wird

Immer wichtiger wird das Vorgehen gegen illegale Online-Inhalte auf europäischer Ebene. Der Digital Services Act (DSA) dient der europaweiten Umsetzung klarer Regeln für digitale Dienste wie z.B. Sozialer Netzwerke. Das Ziel: die grenzüberschreitende Medienregulierung im Online-Bereich zu erleichtern. Neu ist, dass die Prüfung und Sanktionierung „systemischer Verstöße“ durch sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen ausschließlich bei der EU-Kommission liegt.

In Deutschland wird der DSA durch das Digitale Dienste Gesetz (DDG) ergänzt, das die Zuständigkeiten der nationalen Behörden festlegt. Als Koordinierungsstelle für Digitale Dienste (KDD) wurde die Bundesnetzagentur benannt. Außerdem erhalten mehrere Behörden spezifische Zuständigkeiten: Für den Online-Schutz Minderjähriger teilen sich die Medienanstalten und die Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz die Aufsichtsbefugnisse im Jugendschutz.

Ein weiterer Schritt im Kampf gegen Online-Hassrede: 2023 hat die BLM bereits über 100 Anordnungsverfahren gegenüber Plattformen eingeleitet, wie sie der DSA vorsieht. Diese Verfahren sorgen für eine schnelle Entfernung illegaler Inhalte aus dem Netz.

Sowohl auf Ebene der Bundesländer als auch bundes- und europaweit gibt es also eine Reihe von Maßnahmen im Kampf gegen Hass und Hetze im Netz. Wie wichtig diese Maßnahmen sind – von Extremismusprävention bis zur Strafverfolgung –, zeigt der laut mehrerer Studien alarmierende Anstieg von Online-Hass. ●

Gemeinsam gegen Hass im Netz in Bayern

www.bayern-gegen-hass.de

Auf der Website des bayerischen Justizministeriums sind alle Anlauf- und Meldestellen zu finden, die in Bayern gegen Hass im Netz zur Verfügung stehen.

Weitere Anlaufstellen:

www.konsequent-gegen-hass.de

www.bayerisches-buendnis-fuer-toleranz.de

www.meldestelle-respect.de

www.justiz.bayern.de

www.bka.de

Funkanalyse Bayern 2024

Lokaler Rundfunk: ein unverzichtbares Qualitätsmedium

Lokalradio spielt in Bayern weiterhin eine zentrale Rolle und auch die 14 bayerischen Lokal-TV-Sender können ihre Tagesreichweite trotz zunehmender Streaming-Konkurrenz halten. Diese Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2024 (Hörfunk und Fernsehen) zeigen, dass der lokale Rundfunk ein unverzichtbares Qualitätsmedium im Alltag des bayerischen Publikums ist.

Radio erreicht täglich mehr als drei Viertel der Bevölkerung (78,5 Prozent; 2023: 81,3 Prozent). Zu diesem Ergebnis tragen ganz maßgeblich die mehr als 80 bayerischen Lokalradios bei: Fast ein Viertel der Menschen über 14 Jahre im Freistaat (23,6 Prozent; 2023: 24,3 Prozent) schaltet werktags Lokalradio ein. Aufgrund des vergleichsweise geringen Verlusts können die lokalen Sender ihren Marktanteil auf rund 19 Prozent erhöhen (+1 Prozentpunkt) – zusammen mit den landeswei-



ten privaten Programmen sind es sogar 39 Prozent (+2 Prozentpunkte).

In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegen die Lokalradios mit einem Marktanteil von 23 Prozent besonders hoch im Kurs. Auf den weiteren Plätzen folgen Bayern 1 (16 Prozent), ANTENNE BAYERN (15 Prozent) und Bayern 3 (14 Prozent). Das Lokalfernsehen bestätigt seine Relevanz ebenfalls mit stabilen Ergebnissen: Wie im Vorjahr erreichen die 14 bayerischen Lokal-TV-Sender 746.000 Zuschauerinnen und Zuschauer an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche. Die Imagewerte sind gut: 61 Prozent der Lokal-TV-Zuschauerinnen und -Zuschauer in Bayern, die in den letzten zwei Wochen ein lokales Fernsehprogramm gesehen haben, finden, dass Lokal-TV alle Meinungen zu Wort kommen lässt. Damit wird dem Lokalfernsehen eine ausgewogene Berichterstattung bestätigt. **sr ●**

Wegweisender Schritt in die Radiozukunft

Mit der Verlängerung von 48 UKW-Kapazitäten lokaler, regionaler und landesweiter Anbieter sowie dem neuen Transformations-Anreiz-Konzept zur Förderung von DAB+ hat der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in seinen vergangenen Sitzungen die Weichen für die Umsetzung der Audiostrategie 2025 gestellt. Die UKW-Kapazitäten sind zunächst bis zum 30. Juni 2030 verlängert. Wenn es die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Radiobranche erforderlich macht, verlängern sich die UKW-Zuweisungen automatisch um zwei weitere Jahre. Im Jahr 2032 können die Anbieter eine weitere UKW-Verlängerung bis 2035 beantragen, sollte die wirtschaftliche Tragfähigkeit das noch erfordern. Dieses schrittweise

Vorgehen ist in der Audiostrategie festgelegt und macht die Migration nicht an einem bestimmten Datum fest.

Das neue Transformations-Anreiz-Konzept gilt seit 1. Juli 2024 und sieht gestaffelte Förderungen vor. Die höchste Förderung von 90 Prozent erhalten gemeinnützige Angebote und Anbieter, die ausschließlich terrestrisch via DAB+ verbreiten. 60 Prozent Förderung bekommen Angebote, die via DAB verbreitet werden, deren Unternehmen aber auch UKW-Programme im Portfolio haben. Simulcast-Programme, die via UKW und DAB verbreitet werden, erhalten – je nach Kostenbelastung im UKW-Sendernetz – eine DAB-Förderung zwischen 0 und 50 Prozent. ●

Meldungen

Medientage München 2024: „Realities“

Künstliche Intelligenz verändert die Medienbranche gerade nachhaltig. Unter dem Motto „Realities“ steht bei den Medientagen München vom 23. bis 25. Oktober dieses Jahr die gesellschaftliche Relevanz der Medien in einer von KI beeinflussten Welt im Fokus. Maschinell erzeugte Inhalte können eine neue Realität schaffen, die sich kaum von der tatsächlichen unterscheiden lässt. Es liegt in der Verantwortung der Medien, verlässliche Informationen zu vermitteln, die Orientierung bieten. Denn eine informierte Öffentlichkeit bildet die Grundlage für eine funktionierende Demokratie. Das Programm für das Branchentreffen im Münchner Werksviertel umfasst mehr als 100 Sessions. Online unter: www.medientage.de

BLM-Verwaltungsrat neu gewählt

Für die zehnte Amtsperiode ab 1. November 2024 sind folgende Mitglieder im Verwaltungsrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) bestätigt worden: Martin Bayerstorfer und Henry Schramm (für die Gemeinden und Gemeindeverbände), Alexandra Holland und Willi Schreiner (für die Anbieter) sowie Dr. Holger Enßlin, Angela Haas, Roland Richter, Stefanie Staf und Susanne Wiegräfe. <https://www.blm.de/de/wer-wir-sind/verwaltungsrat.cfm>

Werbequiz der BLM

Mitmachen und mehr wissen: Mit dem neuen Werbequiz der BLM können Mediennutzende und Influencerinnen und Influencer herausfinden, ob sie Online-Werbung erkennen und richtig kennzeichnen würden. Die interaktiven Fragen schärfen das Bewusstsein für kommerzielle Inhalte und sensibilisieren für die oft versteckten Werbebotschaften in Sozialen Medien. <https://das-werbequiz.de/>

Mediennutzung einfach erklärt

Wie reagiere ich auf Verschwörungsmythen oder Apps, die meine Zeit fressen? Fünf neue animierte Erklär-Clips der BLM bieten Antworten auf diese und andere Fragen zur Mediennutzung. Unter dem Motto „How2ActOnline“ behandeln die kurzen Videos Themen von Digital Nudging bis zu Cookies. Die Clips sind für den Einsatz im Unterricht und in Bildungseinrichtungen geeignet. bit.ly/3WQhQCY

Digitalminister Dr. Fabian Mehring und BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiede
im Gespräch zu Medien und Demokratie

„Freie Medien sind das Benzin im Motor der Demokratie“

Desinformationskampagnen erschüttern gezielt das Vertrauen in Medien und Demokratie. Und das ist nur ein Instrument im digitalen Kommunikationsraum, mit dem die Menschen lernen müssen umzugehen. Bayerns Digitalminister Dr. Fabian Mehring und BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiede, sind sich einig, dass der Dreiklang aus Verantwortlichkeit, Qualitätsjournalismus sowie Medien- und Digitalkompetenz Vertrauen in Politik und Medien schafft.

● Interview: Bettina Pregel

Demokratie braucht Vertrauen in die Medien und das kann durch Desinformation untergraben werden. Welche Desinformation ist Ihnen beiden in den letzten Monaten besonders aufgefallen?

Thorsten Schmiede: Es ist aus meiner Sicht nicht die eine Falschnachricht, die demokratiegefährdend ist. Hinter Desinformation stecken häufig Kampagnen, in denen viele Fehlinformationen wie in einem Mosaik zusammengesetzt sind, um Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung zu nehmen. Im Fokus solcher Desinformationskampagnen, die teilweise aus dem Ausland gesteuert werden, stehen häufig nationale oder auch weltpolitische Ereignisse.

Fabian Mehring: Tatsächlich sind das Problem nicht einzelne Fake News, sondern die in einer gezielten Kampagne bewusst gebündelte Summe von Fehlinformationen, hinter der eine Agenda zur Manipulation von Meinungsbildung steckt. Das fiel mir zuletzt auf, als ich bei den Olympischen Spielen in Paris war und es die russischen Fake News über Bettwanzen in französischen Hotels gab. Davon allein geraten westliche Demokratien selbstredend nicht ins Wanken. Problematisch ist jedoch die erkennbare Intention, über das Streuen einer Vielzahl von derlei Petitessen ein Gesamtbild zu zeichnen, das bei den Menschen als negatives Narrativ verfangt.

„Verunsicherte Öffentlichkeit“ ist der Titel einer Bertelsmann-Studie zu Desinformation im Wahljahr 2024. Ist Desinformation die Pest dieses Jahrzehnts?

Fabian Mehring: Gezielte Desinformation ist in der Tat zur Pest unserer modernen Zeit geworden. Fake News verbreiten sich wie eine Epidemie und vergiften das politische Klima. Das hat sich sowohl bei den jüngsten Landtagswahlen in Deutschland als auch auf europäischer Ebene gezeigt: Allenthalben setzen politische Geschäftemacher darauf, öffentliche Meinungsbildung per Falschinformation zu manipulieren und darüber die Konfiguration unserer Demokratie in ihrem Sinne zu verändern. Dabei wirken soziale Medien bisweilen als Fake News-Maschinen mit gigantischen Reichweiten und erheben die krudesten Verschwörungstheorien zur „Religion der Uninformierten“. Um nicht zu einer Deep Fake-Demokratie zu verkommen, sind konkrete Maßnahmen angezeigt – wie bei einer echten Epidemie. Wir brauchen eine Menge Prävention durch Aufklärung und Sensibilisierung, klare Regeln zum Umgang mit den Symptomen und wirksame technische Werkzeuge für die Therapie.

Thorsten Schmiede: Gelogen wurde in der Geschichte der Menschheit immer. Nehmen wir z.B. die konstantinische Schenkung im Jahr 800 nach Christus, eine gefälschte Urkunde, um die Vormacht und die territorialen Ansprüche der Päpste zu sichern. Das ist eine der ersten „Fake News“ gewesen, die verbreitet wurden. Desinformation war also schon immer ein Instrument, um im eigenen Interesse die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Wir haben im 20. Jahrhundert das Thema Propaganda auf einem ganz anderen Niveau erlebt und wegen der Breitenwirkung von Rundfunk mit einer

dezidierten Regulierung reagiert. Nun sind neue Player mit neuen technischen Möglichkeiten hinzugekommen. Mit Hilfe Künstlicher Intelligenz können z.B. täuschend echte Bilder hergestellt werden. Und diese „Fake“-Bilder bleiben im Kopf. Wir sollten als Gesellschaft darüber nachdenken, was die richtigen Instrumente sind, um das Vertrauen in das, was man sieht, hört und liest, zu stärken.

Eine Maßnahme, um das Vertrauen wieder herzustellen, ist die „Bayern-Allianz gegen Desinformation“. Welche Idee steckt hinter der Allianz?

Fabian Mehring: Mit unserer Bayern-Allianz packen wir das Problem schon im vorpolitischen Raum bei seinen Wurzeln – und nicht erst, wenn es justiziabel wird. Uns geht es darum, die Spielregeln unserer Demokratie sowie die Gütekriterien von Qualitätsjournalismus im digitalen Raum zu etablieren. Deshalb haben wir ein europaweit einzigartiges Bündnis geschmiedet. Unter dem Dach unserer Allianz wirken globale Tech-Konzerne, bayerische Qualitätsmedien, Partner aus der Wissenschaft und Zivilgesellschaft sowie die Institutionen der Staatsregierung konzertiert zusammen. Gemeinsam bieten wir den Feinden unserer Demokratie – auch und insbesondere im digitalen Raum – die Stirn.

Desinformation vergiftet politisches Klima

Wie hat sich das politische und gesellschaftliche Klima in Deutschland verändert? Und welche Rolle spielt Desinformation dabei?

Fabian Mehring: Es ist in jedem Fall rauer geworden und wir erleben eine deutliche Verschiebung des Diskurses an die politischen Ränder. Das ist kein bayerisches oder deutsches Phänomen. Vergleichbares zeigt sich derzeit in nahezu allen europäischen Staaten. Spätestens seit der Corona-Pandemie haben wir es mit einer Reihe von Verschwörungsmethoden zu tun, die sektenhafte Züge aufweisen und zu einem gemeinsamen Nenner der Einfältigen geworden sind. Unter manchen Aluhüten stecken Impfgegner, andere sind 5G-Kritiker oder Reichsbürger. Aus alledem ist eine eigenartige Melange aus Systemkritikern erwachsen, die unbegründete Zweifel an den Grundfesten unserer Verfassung hegen. Im digitalen Raum erzielen deren krude Theorien bisweilen gewaltige Reichweiten, weil sie dort oft unwidersprochen stehen bleiben und massenhaft verbreitet werden. Derlei sich selbst verstärkende Kommunikationsblasen müssen wir dringend zum Platzen bringen, um die zunehmende Entkopplung von Diskurs und Realität zu stoppen.

Thorsten Schmiege: Keiner kann leugnen, dass es außer für Politiker und Mandatsträger auch für Journalisten immer schwerer wird angesichts der Medienskepsis. Zur Entwicklung dieses Phänomens gibt es mehrere Studien. Die BLM hat z.B. 2023 rund um die Landtagswahl in Bayern untersuchen lassen, wie sich die 18- bis 24jährigen Erst- und Jungwählenden informieren und wie hoch ihr Vertrauen in die Demokratie ist (vgl. S. 26-27). Gut ein Drittel haben Aussagen zugestimmt, dass die Bevölkerung systematisch von den Medien belogen wird und die Politik die Meinung der Bevölkerung manipuliert. Besonders hoch ist dieser Anteil bei denjenigen, die radikal gewählt haben. Es gibt also einen nicht zu unterschätzenden Zusammenhang zwischen Medien- und Demokratievertrauen.



(v.l.) Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, und Bayerns Digitalminister Dr. Fabian Mehring im Gespräch.

Wesentliche Säule der Demokratie ist die Meinungsfreiheit. Diese kompromisslos zu verteidigen, erklärt der Gründer von Telegram, Pavel Durov. Nun wird gegen ihn ermittelt. Wo sind für Sie beide die Grenzen von Meinungsfreiheit?

Thorsten Schmiege: In einer freiheitlichen Demokratie muss man auch Meinungen tolerieren, die nicht der eigenen entsprechen und die man vielleicht ein Stück weit unerträglich findet. Generell gilt, dass wir gleiche Spielregeln für alle Player – vom Rundfunk bis zu Social Media – brauchen. Dafür müssen alle gesellschaftlichen Kräfte zusammenarbeiten: in der Medienregulierung globaler Internet-Player auf europäischer Ebene, bei der Medienkompetenz-Vermittlung und bei der Förderung starker Qualitätsmedien.

Was Telegram betrifft, sollte man nicht vergessen, dass Plattformen und Messenger-Dienste wie eine Bühne sind. Was auf dieser Bühne passiert, entscheiden zunächst einmal diejenigen, die Telegram oder andere Dienste nutzen. Die Plattformanbieter vertreten die Ansicht, dass sie nur die Infrastruktur bieten, aber nicht für die Inhalte verantwortlich sind. Einfluss und Macht auf die Meinungsbildung zu haben, bedeutet aber auch, Verantwortung zu tragen. Und diese Verantwortung fordern die Medienanstalten schon seit längerer Zeit ein. Laut Medienstaatsvertrag haben wir die Aufgabe, Verstöße gegen journalistische Sorgfaltspflichten zu sanktionieren. Das ist gar nicht so einfach, weil man sich da ganz schnell im Bereich Meinungsfreiheit bewegt.



Fabian Mehring: Meinungsfreiheit endet an den Grenzen unserer Verfassung. Das heißt: Dort, wo die Grenzen der Verfassung überschritten werden, müssen wir klare Kante im Sinne eines resilienten Rechtsstaats zeigen und die Wehrhaftigkeit unserer Demokratie in Anschlag bringen. Für den digitalen Raum bedeutet das: Was am Stammtisch kriminell ist, muss auch im Internet illegal sein.

Dabei stellt es uns häufig vor Probleme, dass digitale Kommunikation auf globalen Plattformen stattfindet, sodass sich Versuche einer Regulierung auf nationalstaatlicher Ebene bisweilen als zahnlose Tiger erweisen. Umso wichtiger sind klare gesamteuropäische Regeln, wie wir sie im Digital Services Act (DSA) auf den Weg gebracht haben. Genau wie bei der Regulierung plädiere ich dafür, auch bei der Vermittlung von Medien- und Digitalkompetenz konzertierte Allianzen

zen einzugehen. Dabei können beispielsweise die BLM und mein Digitalministerium gemeinsam viel Gutes tun. Etwa wenn es darum geht den Menschen klarzumachen, dass die Überprüfung der Kreditfähigkeit von Quellen im digitalen Raum genauso wichtig ist wie in der analogen Welt.

Auch Elon Musk wird vorgeworfen, auf X, ehemals Twitter, zu wenig auf demokratische Spielregeln zu achten. Deshalb ziehen sich immer mehr Organisationen aus X zurück. Warum ist das Digitalministerium noch auf X vertreten?

Fabian Mehring: Weil ich nicht dazu bereit bin, den digitalen Kommunikationsraum den Feinden unserer Verfassung exklusiv zu überlassen. Als überzeugte Demokratinnen und Demokraten müssen wir überall präsent sein, wo öffentliche Meinungsbildung geschieht. Dabei geht es nicht um die Frage, ob Elon Musk ein lupenreiner Demokrat ist, sondern um die Diskurshoheit im digitalen Raum.

Das gilt für X und TikTok gleichermaßen wie für alle anderen Social-Media-Plattformen. Nüchtern betrachtet sind soziale Medien ja auch nicht per se des Teufels, sondern nur ein neues Instrument im Werkzeugkoffer moderner Kommunikation. Mit einem Hammer kann man ja auch sowohl einen Nagel in die Wand schlagen als auch einen Mord begehen. Nicht anders ist es mit sozialen Netzwerken. Es kommt darauf an, was wir daraus machen.

Für mich eröffnen soziale Medien die Chance, nahbar und transparent zu kommunizieren und politische Entscheidungen einem breiten Publikum verständlich zu erklären. Problematisch wird es freilich dann, wenn destruktive Kräfte die Plattformen zu Fake News-Maschinen umfunktionieren, um unsere Gesellschaft zu spalten.

Dr. Schmiede, welche Verantwortung tragen die Betreiber Sozialer Netzwerke und Messenger-Dienste für die Inhalte?

Thorsten Schmiede: Das Werkzeugbild beschreibt das Problem gut. Auch Telegram ist ein Beispiel dafür. Damit wurde ursprünglich ein Kommunikationsangebot geschaffen, um auch regierungskritischen Menschen in totalitären Regimen eine geschützte Plattform für den Austausch zu bieten. Das kann auch in die andere Richtung genutzt werden, von Demokratiefreunden, die sich unter dem Radar der Verfassungsschützer kurzschließen. Deshalb sollten nun Möglichkeiten diskutiert werden, an welchen Stellen sich Telegram gegenüber den Behörden öffnen kann und muss, ohne den Charakter der Gründungsidee zu verlieren.

Welche Rolle spielen denn Soziale Netzwerke für die Meinungsbildung gerade junger Menschen?

Thorsten Schmiede: Wir wissen aus Studien, dass junge Menschen sich hauptsächlich bei YouTube, Instagram, TikTok und Co informieren. Das Informationsverhalten verschiebt sich weg von Print, Radio und TV hin zu den Intermediären, also Sozialen Netzwerken, Messenger-Diensten wie WhatsApp, und Suchmaschinen wie Google. Wir müssen als Gesellschaft akzeptieren, dass sich die User den Verbreitungsweg aussuchen, den sie favorisieren.

Die Inhalteanbieter wiederum brauchen Reichweite und müssen deshalb auf diesen Kanälen präsent sein. Laut dem Online-Video-Monitor 2023 könnte TikTok aus Sicht der Videoanbieter in Zukunft YouTube als reichweitenstärkste Plattform überholen. Welche Plattform die reichweitenstärkste ist, kann sich jederzeit ändern. Die Regulierung muss unabhängig von einzelnen Playern

agieren, um den Missbrauch von Meinungsmacht zu verhindern. Problematisch wird es dann, wenn politische Kräfte gezielt Influencer einkaufen, um auf Social Media politisch Werbung zu machen. Im Rundfunk ist das aus guten Gründen verboten.

Sind Influencer aus Sicht eines Politikers die neuen Meinungsmacher?

Fabian Mehring: Na klar - aber ich würde das Wort „neue“ streichen. Denn wirklich neu ist ja eigentlich nur die Darreichungsform sowie die Art und Weise, wie Inhalte konsumiert werden.

Wenn Aristoteles, Platon oder Cicero Reden gehalten haben, waren sie schließlich auch nichts anderes als politische Influencer ihrer Zeit. Verändert haben sich über die Jahrhunderte hinweg einzig die Kommunikationsformen und deren Reichweite. Gerhard Schröder sagte über sich selbst, er regiere mit „BILD, BamS und Glotze“. Heutzutage kommen eben soziale Medien als weiterer Kommunikationskanal dazu.

Politisches Influencertum ist dabei per se nichts Negatives, sondern eine große Chance, die Menschen unmittelbar an der Entstehung politischer Entscheidungen teilhaben zu lassen. Ich bin davon überzeugt: Die Leute über soziale Medien hinter die Kulissen der politischen Arbeit blicken zu lassen, kann sogar helfen, verlorengegangenes Vertrauen in die Politik und ihre Akteure zurückzugewinnen.



Verantwortungsvoller Einsatz Künstlicher Intelligenz

Über gefakte Bilder und Geschichten haben wir bereits gesprochen. Durch Künstliche Intelligenz (KI) eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten. Wie lässt sich hier möglicher Manipulation entgegenwirken?

Fabian Mehring: Je mehr zweifelhafte Kräfte Zukunftstechnologien gegen unser Gemeinwesen in Anschlag bringen, umso mehr müssen wir die gleiche Technik nutzen, um unsere Demokratie zu schützen. Dabei kann uns etwa KI dabei helfen Fake News einzudämmen, wie wir das bereits mit Partnern wie Google, Meta, Microsoft und Adobe in unserer Bayern-Allianz gegen Desinformation erfolgreich umsetzen. Zeitgleich ist es angesichts der hohen Dynamik des technischen Fortschritts an uns, die Menschen fortlaufend aufzuklären. Viele Leute sind einfach noch nicht daran gewöhnt, dass es nun Künstliche Intelligenz in ihrem Alltag gibt, sodass beispielsweise ein Video auf ihrem Handy potenziell auch künstlich erzeugt worden sein könnte. Dafür müssen wir die Bevölkerung sensibilisieren.

Thorsten Schmiede: KI ist zunächst einmal eine ganz spannende Entwicklung, gerade für Medienunternehmen. Sie nutzen die Möglichkeiten u.a. für die Recherche und zur Vereinfachung der Redaktionsabläufe, um mehr Zeit für den journalistischen Auftrag zu haben. Aber wie bei jeder neuen technologischen Entwicklung gibt es auch Risiken. Umso mehr muss bei KI deshalb immer erst die Quelle von Informationen hinterfragt werden. Deshalb gibt es für Verlage die Impressumspflicht, die auch für Online-Publikationen gilt. Erst, wenn jemand mit seinem Namen für etwas steht, kann ich beurteilen, ob ein Inhalt vertrauenswürdig ist.

Der Medienrat der Landeszentrale hat vor anderthalb Jahren Leitlinien für den Einsatz von KI im Journalismus verabschiedet. Das

oberste Prinzip: Die redaktionelle Verantwortung liegt immer beim Menschen. Ein weiterer wichtiger Punkt: die Transparenz.

Was sollte denn alles gekennzeichnet werden?

Thorsten Schmiege: Am Anfang dachte ich, Kennzeichnen ist das A und O. Mittlerweile sehe ich das anders. Wichtig ist es, Transparenz zu schaffen. Wie setzt man die KI ein? Und wer übernimmt die Verantwortung?

Fabian Mehring: Richtig. Entscheidend ist, dass wir uns einig über die vollumfängliche Verantwortlichkeit desjenigen sind, der Inhalte publiziert – und zwar unabhängig davon, wie sie zustande gekommen sind. Wir brauchen einen menschenzentrierten KI-Ansatz. Künstliche Intelligenz kann lediglich ein Werkzeug für jemanden sein, der damit arbeitet, für sein Werk aber gleichwohl die volle persönliche Verantwortung zu tragen hat.

Mit Transparenz und gut erklärter Politik Vertrauen zurückgewinnen

Die Verantwortlichkeit ist ein entscheidendes Kriterium für Medienvertrauen. Lassen sich Medien- und Demokratievertrauen gleichsetzen?

Thorsten Schmiege: Ich würde es nicht gleichsetzen. Da hilft der Blick auf die Grundsatzurteile des Bundesverfassungsgerichts. Freie Medien sind die Voraussetzung für eine funktionierende Demokratie, sie sind aber nicht wesensgleich.

Fabian Mehring: Für mich sind freie Medien das Benzin im Motor der Demokratie. Insofern setzt das eine das andere voraus. Wenn wir sehen, was wenige Flugstunden von hier in der Ukraine oder im Nahen Osten und anderswo auf der Welt passiert, sind wir wirklich gesegnet, unsere freie Medienstruktur zu haben. Ich finde: Unser Ansatz einer klugen Kombination aus öffentlich-rechtlichen und privaten Medien ist ziemlich ideal, um ein demokratisches Gemeinwesen gut in die Zukunft zu führen. Wir sind deshalb auch wohl beraten, uns das nicht dauerhaft selbst schlecht zu reden oder von Populisten schlecht reden zu lassen.

Trotzdem nimmt das Misstrauen zu. Wie kann Demokratievertrauen zurückgewonnen werden?

Fabian Mehring: Für essenziell halte ich Transparenz. Wir müssen wieder lernen, Politik nicht einfach nur zu machen, sondern sie den Menschen auch gut zu erklären. Und zwar so, dass unsere Entscheidungen in der Breite der Gesellschaft, die sich nicht täglich mit Politik befassen kann, verstanden werden. Im zweiten Schritt gilt es die Menschen dazu zu befähigen, im digitalen Kommunikationszeitalter zurechtzukommen, sodass sie politische Kampagnen objektiv einordnen und für sich bewerten können.

Nehmen wir zum Beispiel das Wahlergebnis in Sachsen und Thüringen. Ich bin mir sicher: Wären die Menschen nicht einzig mit der Alternative für Deutschland (AfD) konfrontiert, die sie über TikTok kennen, sondern im Bilde, was Positionen wie ein Austritt aus NATO und Europäischer Union für ihre Lebenswirklichkeit bedeuten würde, wäre die Abstimmung anders ausgefallen.

Und wie kann Medienvertrauen zurückgewonnen werden?

Thorsten Schmiege: Wir haben den Dreiklang schon angesprochen: durch Regulierung, Qualitätsjournalismus mit vertrauenswürdigen

Angeboten und die Vermittlung von Medien- und KI-Kompetenz. Warum wenden sich bestimmte Menschen von den Qualitätsmedien ab? Das hat auch ein bisschen was damit zu tun, dass man sich als Journalist nicht vereinnahmen lassen sollte. Jenseits der Kommentarspalten sollte jedes politische Geschehen aus mehreren Blickrichtungen betrachtet werden. Die eine vermeintlich richtige Blickrichtung gibt es nicht.

Wenn Medien- und Digitalkompetenz die Schlüsselqualifikationen für die KI-Welt von heute und morgen sind, wer sollte sie vermitteln?

Thorsten Schmiege: Das ist zunächst die Aufgabe von Medienanstalten, Elternhaus und Bildungseinrichtungen. Unterstützung aus der Politik in Form von Kooperationen gibt es bereits in gemeinsamen Projekten wie dem Medienführerschein Bayern. Wir müssen alle gesellschaftlichen Kräfte bündeln, um die Medienkompetenz zu stärken.

Fabian Mehring: Richtig! Wir brauchen eine gesamtgesellschaftliche Kraftanstrengung, die nur im Zusammenspiel funktionieren kann: Das beginnt in den Familien, die Schule muss vertiefen und in Ausbildung, Studium und Beruf muss sich diese Kompetenz fortentwickeln. Deshalb setze ich als Digitalminister bewusst auf passende Angebote für Medien- und Digitalkompetenz vom Kleinkind bis zur Seniorin: von der Medienkompetenz-App „Wo ist Goldi?“ für die Grundschüler bis zu „Zusammen Digital“, unseren Beratungstheken für Senioren. Mit unserer Bayern-Allianz gegen Desinformation führen wir diese losen Fäden zusammen und schnüren ein kraftvolles Gesamtpaket zur Verteidigung unserer Demokratie im digitalen Raum. ●



Dr. Fabian Mehring (rechts) ist seit November 2023 Bayerischer Staatsminister für Digitales. Seit 2018 sitzt der promovierte Politikwissenschaftler als Abgeordneter im Bayerischen Landtag. Bis zu seiner Ernennung zum Minister war er parlamentarischer Geschäftsführer der Freie Wähler-Fraktion im Landtag.

Dr. Thorsten Schmiege (links) ist seit Oktober 2021 Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Seine Tätigkeit für die BLM begann er im September 2019 als Geschäftsführer. Außerdem ist der promovierte Jurist stellvertretender Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten.



Lokaljournalismus ist nah und mittendrin

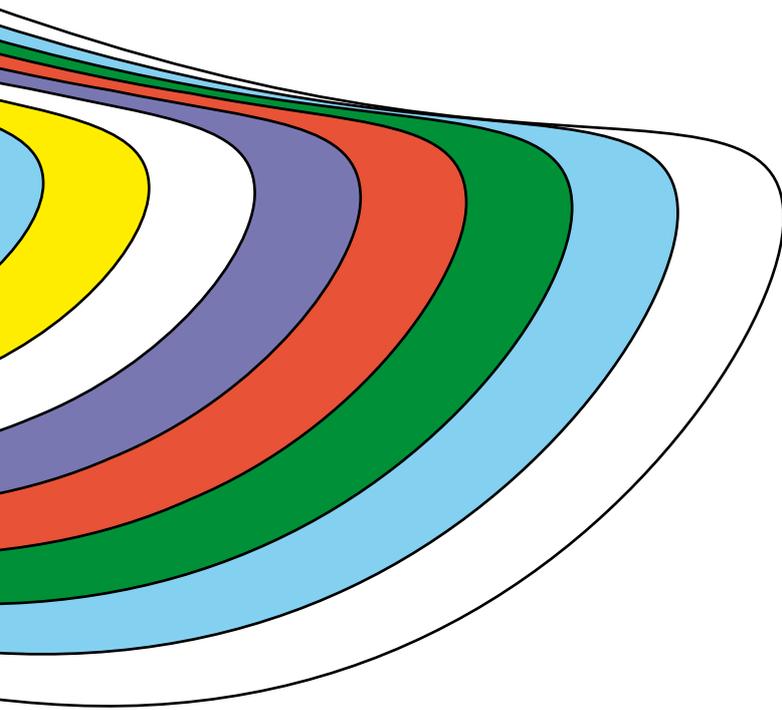
Die Lebensversicherung der Demokratie

Lokale Medien stehen unter massivem wirtschaftlichem Druck. Sie werden oft belächelt und noch öfter unterschätzt. Gleichzeitig ist Lokaljournalismus ein Sprachrohr für die Menschen vor Ort und essenzieller Bestandteil unserer Demokratie. Lokale Medien sind besser als ihr Ruf. Ein Plädoyer.

● Ein Gastbeitrag von Katja Ilizki

Der Wecker klingelt um halb sieben. Wie jeden Montag macht sich Markus Gollinger auf den Weg in die Arbeit. Er ist Lokaljournalist bei dem oberbayerischen Radiosender Bayernwelle SüdOst: „Es war ein stinklangweiliger Tag. Zu dritt in der Redaktion, nichts war los. Die Nachrichtenlage gleich null.“ Nur wenige Stunden später ist alles anders.

Es ist der zweite Januar 2006. Am Nachmittag stürzt das Dach der Eislaufhalle im nahe gelegenen Bad Reichenhall ein und begräbt 15 Menschen unter sich – zwölf davon sind Kinder. „Mir ist es heiß



und kalt den Rücken runtergelaufen“, erinnert sich Gollinger. Es war das bislang prägendste Erlebnis in seiner Zeit als Lokaljournalist. „Wir haben sofort das Programm umgestellt – wir haben sofort die Musik geändert.“ Anstelle der lauten, schrillen Popsongs laufen ruhige, leise Balladen im Radio.

Lokaljournalismus ist nah. Lokaljournalismus tut manchmal weh. Lokaljournalismus trägt Verantwortung, die über das bloße Informieren hinausgeht. „Du musst sofort das Gefühl der Menschen vor Ort aufgreifen – und du bist einer von ihnen. Und das Gefühl ist nicht Halligalli.“ Lokale Medien bestechen durch ihre Unmittelbarkeit und ihr Einfühlungsvermögen. Sie kennen die Themen und Befindlichkeiten ihres Publikums. Und trotzdem sind sie nicht selten Verlierer.

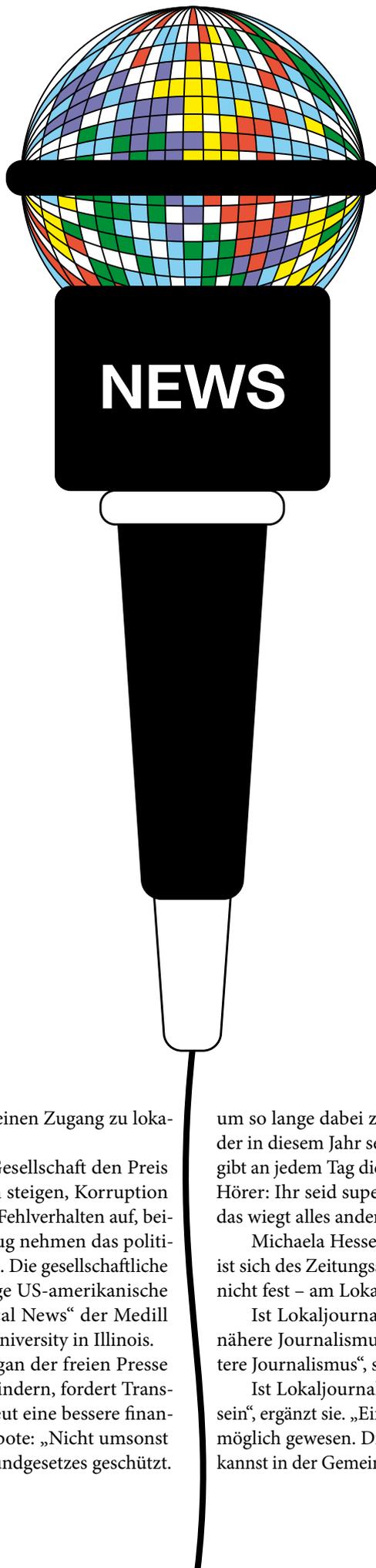
Lokale Medien berichten nicht aus dem Elfenbeinturm, sondern sind mittendrin

Das Image des Lokaljournalismus hat offenbar gelitten. „Und das in vielen Fällen zurecht. Vor allem, wenn Geschichten ohne Relevanz erzählt werden“, sagt Michaela Hessenberger. Die freie Printjournalistin lebt und arbeitet nur 20 Kilometer von Bad Reichenhall entfernt, im österreichischen Salzburg. Ihr Steckenpferd: Lokales. Doch die Journalistin wägt ab: Oft sei Lokaljournalismus handwerklich auch gut gemacht und dann sei ein solch negatives Pauschalurteil weder fair noch richtig. „Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten sind diejenigen, die gerne viele Meter machen und viel Einsatz zeigen. Sie arbeiten direkt am Menschen. Und den Umgang mit dieser Bandbreite an unterschiedlichsten Personen – vom Politiker über die Wirtin bis zur Reinigungskraft – die musst du erst einmal leisten können“, argumentiert Hessenberger. Sie ist seit knapp 20 Jahren Lokaljournalistin und schreibt u.a. für eines der österreichischen Leitmedien, die Salzburger Nachrichten. Lokale Medien berichten nicht aus dem Elfenbeinturm – sie stehen mittendrin. Sie sind für die Menschen zugänglich und vertrauenswürdig. „Lokaljournalismus ist auch die Stimme der Bürgerinnen und Bürger. Hier kommen ihre Themen nicht nur zur Sprache. Hier wird auch ihre Sprache gesprochen“, stellte auch der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Dr. Thorsten Schmiege, bei der Eröffnung der diesjährigen Lokalrundfunktage in Nürnberg fest.

Themen und Probleme haben immer eine lokale Wurzel

Die Bedeutung lokaler Medien wird gerne unterschätzt. Sogar in der Medienbranche selbst werden die Lokalen nur zu gerne belächelt. „Natürlich hat eine Bundespressekonferenz mehr Flair als eine Gemeinderatssitzung. Und du kannst dich auch als Journalist wichtiger fühlen. Aber inzwischen bin ich der Meinung, dass die Stechmückenbelastung, die im Gemeinderat diskutiert wird, für den Menschen das dringlichere Thema ist“, sagt Radiojournalist Gollinger.

So schafft es die Stechmückenbelastung in Oberbayern vielleicht nicht auf die große Agenda nach Berlin – andere Themen aber durchaus. Wenn die Bundesregierung über die Verteilung ukrainischer Geflüchteter streitet, dann nicht, weil Bundesinnenministerin Nancy Faeser ein Platzproblem in ihrem Regierungsbüro hat. Eine solche Debatte schafft es nach Berlin, weil eine kleine Gemeinde, irgendwo in Deutschland, so laut und kräftig schreit, dass es bis ins Regierungsviertel dröhnt. Und das schafft diese Gemeinde, weil ihr der Lokaljournalismus hilft. Lokale Medien machen das Problem sichtbar, geben dem Problem eine Bühne und sind Sprachrohr für die Menschen vor Ort.



Lokaljournalismus ist die Lebensversicherung unserer Demokratie

Wie viele Lokalzeitungen, regionale Radios und Fernsehsender es in Deutschland gibt, dazu liegen keine konkreten Zahlen vor. Das Auswärtige Amt zählt derzeit aber noch rund 320 regionale Tageszeitungen. Noch. Denn die wirtschaftliche Lage – insbesondere der Printmedien – ist beängstigend.

Die Auflagen schwinden Jahr für Jahr. Anfang der 90er Jahre sind es noch knapp 30 Millionen verkaufte Zeitungen pro Jahr; Ende des vergangenen Jahres nur noch knapp elf Millionen Stück. Tageszeitungen werden zu Wochenzeitungen oder verschwinden sogar komplett vom Markt. Das Anzeigengeschäft geht massiv zurück. Redaktionen werden sukzessive verkleinert, Stellen nicht mehr nachbesetzt oder Personal sogar entlassen. Der Bundesverband der Zeitungsverleger und Digital Publisher warnt anlässlich dieser Entwicklung vor sogenannten Nachrichtenwüsten in Deutschland – bereits im kommenden Jahr sollen 40 Prozent der deutschen Gemeinden ohne Lokalzeitung sein.

Die gesellschaftlichen und politischen Folgen dieser Entwicklung können wir seit Jahrzehnten in den USA beobachten. Dort leben derzeit rund 70 Millionen Menschen in solchen Nachrichtenwüsten – sie haben keinen Zugang zu lokalen Informationen durch die freie Presse.

Fehlen lokale Medien, dann zahlt die Gesellschaft den Preis dafür. Und der ist hoch. Verwaltungskosten steigen, Korruption nimmt zu. Auch Unternehmen weisen mehr Fehlverhalten auf, beispielsweise bei Umweltdelikten. Im Gegenzug nehmen das politische Engagement und die Wahlbeteiligung ab. Die gesellschaftliche Spaltung wird stärker. Das belegen unzählige US-amerikanische Studien, wie zuletzt auch „The State of Local News“ der Medill School of Journalism an der Northwestern University in Illinois.

Warum das so ist? Weil das Kontrollorgan der freien Presse fehlt! Um genau das in Deutschland zu verhindern, fordert Transparency International Deutschland e.V. erneut eine bessere finanzielle Förderung lokaljournalistischer Angebote: „Nicht umsonst ist die Pressefreiheit in Artikel 5 unseres Grundgesetzes geschützt.

Die Medien, insbesondere auch die regionalen, sind die Watchdogs unserer Demokratie. Sie schauen der Politik auf die Finger, decken Missstände auf und verhindern vielfach allein durch ihr Dasein Machtmissbra“, sagt Ulrike Fröhling, die Leiterin der Arbeitsgruppe Medien von Transparency Deutschland.

Ist Lokaljournalismus der bessere Journalismus?

Den Lokaljournalismus besser finanziell fördern und absichern? „Unbedingt!“, bejaht Markus Gollinger: „Die Menschen und ihre Themen haben es verdient, ein Podium zu bekommen und ins Rampenlicht gestellt zu werden.“

Vor allem Lokalradio hat im Kontext der aktuellen Entwicklungen der Medienbranche die große Chance auf eine Renaissance: Sterben Lokalzeitungen weg oder verschwinden ihre Artikel zunehmend hinter Online-Bezahlschranken, kann der Lokalfunk diese Lücke füllen. Kein anderes Medium vermag die Menschen so schnell und unmittelbar, barrierefrei und kostenlos mit lokaler Information zu versorgen wie das Radio.

Nutzen die Radios ihre Chance nicht, werden die Informationen über kurz oder lang fehlen. „Man muss schon Idealist sein, um so lange dabei zu bleiben. Aber es lohnt sich.“, sagt Gollinger, der in diesem Jahr sein 25-jähriges Dienstjubiläum feiert. „Aber es gibt an jedem Tag diesen Moment, da sagt dir eine Hörerin oder ein Hörer: Ihr seid super! Es ist toll und wichtig, was ihr macht. Und das wiegt alles andere auf.“

Michaela Hessenberger unterstützt das. Die Printjournalistin ist sich des Zeitungssterbens bewusst. Am gedruckten Blatt hält sie nicht fest – am Lokaljournalismus dafür desto mehr.

Ist Lokaljournalismus der bessere Journalismus? „Es ist der nähere Journalismus. Und vielleicht auch ein Stück weit der echtere Journalismus“, so Hessenberger.

Ist Lokaljournalismus der ehrlicher Journalismus? „Muss er sein“, ergänzt sie. „Ein Fall Relotius wäre im Lokaljournalismus nicht möglich gewesen. Die soziale Überwachung ist zu engmaschig. Du kannst in der Gemeinde keine Figur erfinden, die niemand kennt.“ ●



Bücher



Bernhard Pörksen
Die große Gereiztheit – Wege aus der kollektiven Erregung

CARL HANSER VERLAG 2018, ISBN: 9783446258440

Ähnlich wie Brodnig analysiert der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen die Erregungsmuster des digitalen Zeitalters. Im Blick hat er dabei das große Geschäft mit der Desinformation. Da im digitalen Zeitalter jeder zum Sender geworden sei, schwinde der Einfluss etablierter Medien, so seine Argumentation. „Medienmündigkeit ist zur Existenzfrage der Demokratie geworden.“

Franz Ruch

Medien in der Demokratie. Die Bedeutung des Vertrauens in die Massenmedien für das politische System

GRIN VERLAG 2016, ISBN: 978-3-668-36543-8
Diese Studienarbeit im Fachbereich Medien/Kommunikation der Martin Luther-Universität Wittenberg beschäftigt sich mit Vertrauen in die Massenmedien als „Institution neben den Institutionen“. Ruch untersucht zunächst die Rolle der Massenmedien in demokratischen Systemen und analysiert anschließend die Vertrauenslage der Bevölkerung in Massenmedien.

Studien

Lukas Bernhard, Leonie Schulz, Cathleen Berger, Kai Unzucker
Verunsicherte Öffentlichkeit

HRSG. VON DER BERTELSMANN-STIFTUNG, FEBRUAR 2024

Die Autoren haben im Rahmen einer Befragung von 5.000 Personen untersucht, wie häufig Menschen Desinformationen begegnen und wie selbstbewusst sie Informationen im Internet bewerten. Die Ergebnisse der Studie zum Superwahljahr 2024 sind beunruhigend: Eine deutliche Mehrheit sowohl in den USA als auch in Deutschland betrachtet Desinformation als eine Bedrohung für die Demokratie und den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Als wichtiger Faktor im Umgang mit Desinformationen wird das Medienvertrauen gesehen.

bit.ly/3zxEMnT

Nikolaus Jakob, Tanjev Schultz, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Marc Ziegele, Christina Viehmann

Medienvertrauen in Deutschland

BD. 10951 DER SCHRIFTENREIHE DER BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG, BERLIN 2023, BESTELLN. 10951

Die etablierten Medien sind unter Druck geraten: Lügenpresse-Vorwürfe und Hass-Kommentare in Online-Foren häufen sich. Wie steht es um das Medienvertrauen in Deutschland? Das wird seit 2015 jährlich in der Mainzer Langzeitstudie an der Johannes-Gutenberg-Universität erhoben.

BESTELLUNG ONLINE:
www.bpb.de



Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz
Lauter Hass – leiser Rückzug

HRSG. VON: DAS NETZ, GESELLSCHAFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK UND KOMMUNIKATIONSKULTUR, HATE AID, NEUE DEUTSCHE MEDIENMACHER*INNEN ALS TEIL DES KOMPETENZNETZWERKS GEGEN HASS IM NETZ, 2024

Die Studie des Kompetenznetzwerks (u.a. Hate Aid) analysiert die Erfahrungen deutscher Internetnutzer*innen und liefert aktuelle Zahlen & Fakten zu Hass im Netz. Einer der alarmierenden Ergebnisse: Mehr als die Hälfte der Befragten bekennt sich aus Angst im Netz seltener zur eigenen politischen Meinung (57%), beteiligt sich seltener an Diskussionen (55%) und formuliert Beiträge bewusst vorsichtiger (53%). Die Folge: der Rückzug aus demokratischen Diskursen.

bit.ly/3TwwmUS

Dr. Paul Grünke, Simon Litsche, Sandra Starchenko
Demokratiekompetenz stärken

Herausforderung Künstliche Intelligenz und die Vermittlung von Medienkompetenz

HRSG.: DIE MEDIENANSTALTEN, BERLIN 2024
In diesem Gutachten werden die Auswirkungen von KI auf den Medienbereich untersucht und Maßnahmen zur Stärkung der Medienkompetenz vorgeschlagen. Dazu werden die Veränderungen betrachtet, die durch KI im Medienbereich bereits stattgefunden haben und noch erwartet werden.

bit.ly/4e74WwO

Podcasts

Antje Allroggen und Brigitte Baetz
Deutschlands Medien und die Demokratie

PODCAST VOM 18.05.2023 IM DEUTSCHLANDFUNK
bit.ly/3Tstb0o

Philipp Lorenz-Spreen, Max-Planck Gesellschaft
Ist Social Media gut für die Demokratie?

PODCAST VOM 26. JULI 2023
bit.ly/3XJyxH4

TV-Dokumentationen

ARD alpha
Demokratie und Medien
Dokumentation vom 12. 8. 2024

Beeinflussen die Medien Politik und somit unsere Demokratie, oder ist es umgekehrt? Welche Rolle spielt Social Media bei unserer Meinungsbildung und sind die klassischen Medien überhaupt noch zeitgemäß? Diesen Fragen geht Politikwissenschaftlerin Andrea Römmele nach.
bit.ly/3TytGWw

ProSieben
Kann KI die Demokratie retten?

REPORTAGE VON LINDA ZERVAKIS
bit.ly/4dhj3i8



Empfehlung der tendenz-Redaktion

Wider die Verrohung

Die österreichische Journalistin Ingrid Brodnig gibt in ihrer aktuellen Publikation „Wider die Verrohung“ Tipps, wie auf Fake News und Emotionalisierung besser reagiert werden kann.

Die gesellschaftlichen Auswirkungen von Hass, Verschwörungsmethoden und Desinformation sind ihr Thema. Die öffentliche Debattenkultur wieder zu verbessern, ihr Ziel. Die Ausgangslage liegt für Ingrid Brodnig klar auf der Hand: „Wer am lautesten und aggressivsten auftritt, bekommt am meisten Reichweite. Öffentliche Debatten werden gezielt emotionalisiert, polarisiert und manipuliert, die Stimmung wird dadurch feindseliger. Das ist nicht nur im persönlichen Alltag extrem frustrierend, sondern auch brandgefährlich für unsere Gesellschaft und Demokratie.“

Deshalb vermittelt sie Strategien, wie populistische Diskussionsmuster, Hetze gegen Personen des öffentlichen Lebens und Fake News erkannt werden können. Und was diesen Entwicklungen, angetrieben von den Mechanismen Sozialer Medien, entgegengesetzt werden kann. Ein Ratgeber für eine demokratische Debattenkultur!

Ingrid Brodnig
Wider die Verrohung – Über die gezielte Zerstörung öffentlicher Debatten

BRANDSTÄTTER VERLAG, WIEN/MÜNCHEN, JULI 2024, ISBN-10: 9783710608124

Social Media als Infoquelle für Erst- und Jungwählende

Auch wenn die Wissenschaft nach wie vor kontrovers diskutiert, welchen Einfluss die Medien auf das konkrete Wahlverhalten haben, steht für die politischen Akteure außer Frage: Wer keinen medialen Wahlkampf organisieren kann, ist praktisch chancenlos. Welche Medien bei Wahlen besonders relevant als Informationsquellen sind, hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) in einer Studie untersuchen lassen.

● Text: Christiane Meiser und Regina Deck

Klar ist: Wählerinnen und Wähler informieren sich in den Medien über Themen, Parteien, Kandidaten und Kandidatinnen. Doch wo und wie tun sie das? Das Meinungsforschungsinstitut pollytix strategic research hat dazu unmittelbar vor der Landtagswahl in Bayern 2023 im Rahmen einer Online-Befragung mehr als 1.000 Wahlberechtigte gefragt (vgl. Infobox).

Journalistische Informationsquellen dominieren das Informationsrepertoire

Von Wahlplakaten einmal abgesehen, denen in den Wochen vor der Wahl kaum jemand entgehen kann, nehmen die Wahlberechtigten Informationen zur Landtagswahl am häufigsten in den etablierten Medien wahr. Die crossmedialen Angebote von TV- und Radiosendern, gefolgt von Print, führen die Rangreihe der „passiven“, also der nicht intentional genutzten, Informationsquellen, an (vgl. Abb.). Das sind gute Nachrichten für den Journalismus, mehr noch: Journalistisch-redaktionelle Quellen dominieren auch das „aktive“ Informationsverhalten: Über

drei Viertel (77 %) der Wahlberechtigten haben sich bewusst über mindestens ein Angebot eines etablierten Mediananbieters zur bayerischen Landtagswahl informiert.

Ob Informationen zur Landtagswahl häufiger im Fernsehen oder in Sozialen Medien wahrgenommen werden, ist stark abhängig vom Alter. Die 18- bis 24-jährigen Erst- und Jungwählenden kommen vor allem in Sozialen Medien mit Infos in Kontakt – das Wahlplakat außen vorgelassen.

TV oder Social Media? Eine Frage des Alters und der Parteipräferenz

Jeweils etwa ein Fünftel derer, die Soziale Medien nutzen, folgt auch Nachrichtenseiten, die über die Landtagswahl berichten, bzw. Politikern und Politikerinnen sowie Parteien, die zur Landtagswahl antreten. Ein knappes Zehntel folgt außerdem Influencern, die sich zur Landtagswahl äußern. In beiden Gruppen spielt die Parteipräferenz eine wichtige Rolle: Befragte mit Wahlabsicht AfD sind überproportional stark vertreten, wenn es darum geht, aktiv Social-Media-

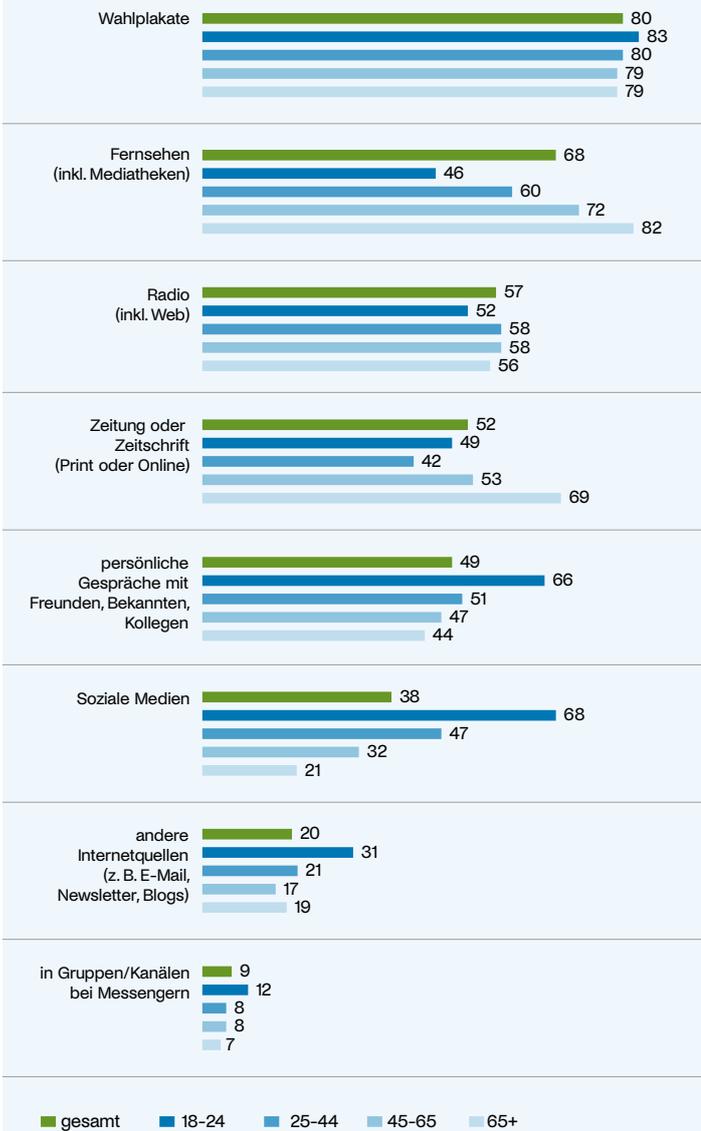
Kanälen mit Informationen zur Landtagswahl zu folgen. Die besondere Aktivität der AfD und ihrer Anhängerschaft auf Social Media zeigt sich auch im Kontext der Landtagswahl. Größere mediale Aufmerksamkeit bekam sie allerdings erst in Bezug auf die Europawahl 2024.

Social Media wird als Informationsquelle allerdings auch kritisch bewertet, denn die Kehrseite von Social Media ist vielen bewusst: So sieht zum Beispiel über ein Drittel (36 %) der Nutzenden die Gefahr, durch gezielt ausgespielte Wahlwerbung einseitig informiert zu werden. Noch mehr sind in Sorge, dass das Wahlergebnis durch bewusst gestreute Falschinformation beeinflusst wird (46 %). Und mehr als die Hälfte beklagt zu viel Hass und Hetze in den Sozialen Medien (54 %).

Mangelndes Vertrauen in Medien und Demokratie besonders bei AfD-Affinen

Anlass zur Sorge gibt vor allem der wachsende Zynismus gegenüber den etablierten Medien: Jeweils gut ein Drittel (36 %) stimmt den Aussagen zu, dass die Medien und die

Passive Informationsquellen nach Alter

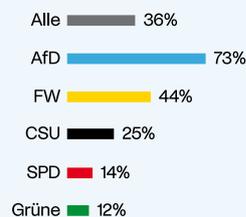


Quelle: Landtagswahlstudie 2023
 Basis: alle Befragten (n=1.126). Mehrfachnennungen möglich.
 Fehlende Werte: Mir sind keine Informationen zur Landtagswahl begegnet.

Welche Rolle spielt die Parteipräferenz bei Medienskepsis?

Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?
 10er Skala:
 0: stimme überhaupt nicht zu
 10: stimme voll und ganz zu

"Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren."



"Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen."



Dargestellt sind: Stimme eher/voll und ganz zu (6-10)
 Quelle: Landtagswahlstudie 2023
 Basis: alle Befragten, die Soziale Medien nutzen (n=965)

Informationen zur Studie:

- **Download:** „Relevanz von medialen Informationsquellen im Kontext der bayerischen Landtagswahl 2023“
- Fallzahl & Grundgesamtheit: n=1.126; Wahlberechtigte zur Landtagswahl in Bayern, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben
- Erhebungszeitraum: 28.9.-7.10.2023
- Erhebungsmethode: Online-Befragung, repräsentative Stichprobe aus Online-Access-Panel
- Durchführung: pollytix strategic research im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Politik die Meinung der Bevölkerung manipulieren, bzw. dass die Bevölkerung von den Medien systematisch belogen wird (vgl. Abb. rechts). Vor allem Wahlberechtigte mit der Parteipräferenz AfD stimmen diesen beiden Aussagen zu (73% bzw. 70%).

Das mangelnde Vertrauen in die Medien geht dabei Hand in Hand mit einem geringen Vertrauen in unser demokratisches System. Auch in diesem Punkt zeigt sich ein klarer Zusammenhang mit der Parteipräferenz: Unter den AfD-Affinen stimmen nur 15 Prozent der Aussage zu, dass das demokratische System in Deutschland gut funktioniert. Bei

allen wahlberechtigten Befragten liegt der Wert mit durchschnittlich 50 Prozent deutlich höher.

Medienwissen und digitale Nachrichtenkompetenz stärken Vertrauen

Damit reihen sich die Ergebnisse aus Bayern in viele andere Forschungsarbeiten ein, die auf den zunehmenden Vertrauensverlust in die etablierten Medien und eine gewisse Demokratieskepsis hinweisen (vgl. Titelthema S. 4-11). Doch wie kann wieder mehr Me-

dien- und Demokratievertrauen aufgebaut werden?

Aus unterschiedlichen Studien ist bekannt, dass Medienwissen im Allgemeinen und digitale Nachrichtenkompetenz im Speziellen das Medien- und Demokratievertrauen stärkt. Außerdem muss die Medienregulierung weiterhin ihren Beitrag dazu leisten, Werbung transparent zu kennzeichnen und gegen Falschinformation, Hass und Hetze vorzugehen. Ziel sollte es sein, dass zuverlässige Informationen die Bürgerinnen und Bürger auf allen Kanälen chancengleich erreichen. ●



Rückblick auf die 32. Lokalrundfunktage in Nürnberg

Lokal ist nicht egal

Lokalradio und Lokal-TV bleiben relevant, weil sie eine wichtige Funktion in unserer Gesellschaft einnehmen. Mit Kooperationen und Offenheit für neue Technologien können sie sich zukunftssicher aufstellen, so das Fazit der 32. Lokalrundfunktage in Nürnberg, zu denen sich die Branche am 25. und 26. Juni 2024 traf. Im Fokus: Themen rund um Künstliche Intelligenz, Lokaljournalismus und Innovation.

● Text: Bettina Pregel

„Lokale Inhalte sind nicht nur das Herzstück unserer Gesellschaft, sie sind das Herzstück unserer Demokratie.“ So beantwortete BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiede gleich zum Auftakt die Frage, warum lokal eben nicht egal sei. Lokaler Rundfunk schaffe lokale Identität, spiele eine unverzichtbare Rolle für die ausgewogene Meinungsbildung und wirke Spaltung entgegen, indem er Brücken baue.

Brücken bauen und kooperieren

Brücken bauen und zusammenarbeiten sollte die Branche auch vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs um Medienzeit. „Es ist meine tiefe Überzeugung“, so Schmiede: „In der digitalen, von globalen Playern beherrschten Medienwelt müssen wir altes Konkurrenzdenken hinter uns lassen und gemeinsam eine große Kooperationsoffensive starten. Nur so können wir die Medien und das Lokale in der digitalen Welt stärken.“

Ein Beispiel dafür ist die Kooperation mit dem Bayerischen Rundfunk beim geplanten Ausbildungscampus in München. Der BLM-Präsident ist sich sicher: „Recruiting und Ausbildung sind wichtiger denn je. Investitionen in die besten Talente sind deshalb essenziell.“

Preisverleihung und Funkanalyse Bayern

Zur Talentshow wurde dieses Jahr auch wieder die Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise, die in 12 Kategorien vergeben wurden. Mit 13.500 Online-Votings konnte beim Publikumspreis ein neuer Rekord aufgestellt werden. Der emotionale Höhepunkt aber war dieses Jahr ein BLM-Ehrenpreis für den Pionier des privaten Rundfunks in Bayern, Gunther Oschmann, Gesellschafter von Müller Medien und Gründer der Neuen Welle. Ein Ehrenpreis,

erstmalig und extra zum 40-jährigen Jubiläum des privaten Rundfunks in Bayern geschaffen.

Wie unverzichtbar das Qualitätsmedium lokaler Rundfunk im Alltag der Menschen in den Regionen ist, belegten die Ergebnisse der Funkanalyse Hörfunk und Fernsehen Bayern 2024. Sie zeigen: Qualität und Lokalität zählen sich bei den Reichweiten aus. Vor allem, wenn die Ausbildung stimmt und junge Talente kreativ werden können.

Talentförderung wichtiger denn je

Ein leidenschaftliches Plädoyer für die Förderung junger Talente hielt Dennis Clark, Vice President of Talent Development bei iHeartRadio, der aus den USA nach Nürnberg gekommen war. Clark ist überzeugt: „Menschen sind die Zukunft des Radios, denn sie sind das Bindeglied zu den Hörerinnen und Hörern. Und noch nie war die emotionale Verbindung zu ihnen wichtiger als jetzt.“ Ähnlich sieht es Audiotainment-Südwest-Geschäftsführerin Valerie Weber: „KI-Personalities binden die Leute nicht ans Radio. Sie schalten ein und sind fasziniert davon, was die Technologie kann – und schalten dann wieder aus.“

Was Künstliche Intelligenz für lokales Radio und Lokal-TV alles leisten kann, zeigte u.a. Innovationsexperte Maks Giordano. In seiner Keynote ermutigte er das Publikum, KI zu nutzen, aber auch genau zu überlegen, wofür sie eingesetzt werden soll. Denn: „Wir überschätzen neue technologische Entwicklungen kurzfristig total, aber langfristig unterschätzen wir sie.“

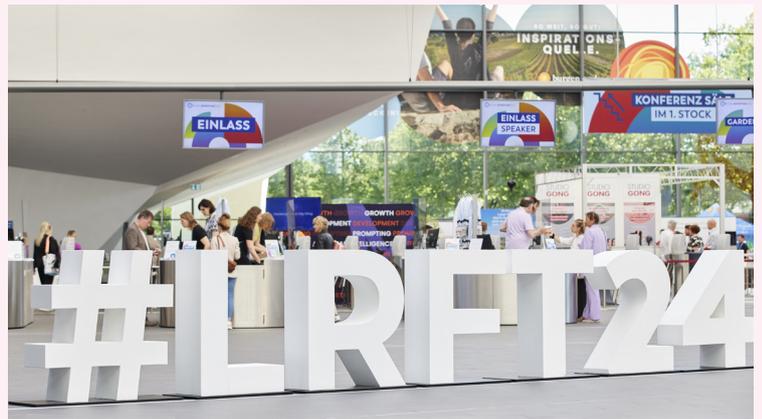
Was die Zukunft bringt, werden die nächsten Lokalrundfunktage zeigen. Sie finden am 25. und 26. Juni im NCC Mitte der Nürnberg Messe statt. ●



Stolze Gewinnerinnen und Gewinner der BLM-Hörfunk- und Fernsehpreise: Beim Online-Voting für den BLM-Publikumspreis ist erstmals die 13.000er Marke geknackt worden.



Passend zum 40jährigen Jubiläum des privaten Rundfunks: ein Ehrenpreis für den Rundfunkpionier Gunther Oschmann.



Viele Insights, Learnings und Gesprächsstoff lieferten die Lokalrundfunktage 2024.



Das Medienfest im Innenhof des alten Nürnberger Rathauses: wie immer ein Branchentreff mit viel Atmosphäre.



Der Radio Galaxy Award 2024 ging an die Newcomerin Ásdís aus Island, hier mit dem Galaxy-Team und BLM-Präsident Schmiege.

Fotos: Benjamin Bückner und Ludwig Olari/Medien Bayern



BLM-Studie zu „Algorithmen und Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen“

Algorithmen- und KI-Kompetenz ausbauen

Ob auf Instagram, TikTok oder mit ChatGPT: Algorithmen und Künstliche Intelligenz (KI) sind im Medienalltag von Jugendlichen omnipräsent. Doch was wissen sie darüber, wie nutzen sie die Anwendungen und wie bewerten sie die neuen Möglichkeiten? Die BLM-Studie [„Algorithmen und Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen“](#) zeigt: Es gibt noch Nachholbedarf bei der Wissensvermittlung und dem Aufbau von KI-Kompetenz.

● Text: Bettina Pregel

Soziale Medien sind ein integraler Bestandteil der Lebenswelt von Jugendlichen. Genauso wie Sprachassistenten zum Musikhören oder ChatGPT als Hausaufgabenhilfe. Die Vorteile der algorithmenbasierten, personalisierten Empfehlungen auf TikTok und Co empfinden junge Menschen in der Regel als hilfreich und nützlich. Sie sind auch offen für die Nutzung von KI in ihrem Alltag. Sie sehen aber auch die damit verbundenen Nachteile wie das Gefühl, beobachtet zu werden, die Realität durch die Bubble verzerrt wahrzunehmen oder die Richtigkeit KI-generierter Inhalte überprüfen zu müssen.

Die Einstellungen und das Wissen Jugendlicher über Algorithmen und KI hat das Team um Prof. Dr. Ruth Wendt und PD Dr. Claudia Riesmeyer vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) erforscht. Damit legt die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) jetzt erstmals eine systematische Untersuchung zum Umgang von Jugendlichen mit Algorithmen und KI vor. Aus den Befunden leitet das Forschungsteam drei Handlungsempfehlungen ab:

Wissensvermittlung zu Algorithmen und KI ausbauen

Die Jugendlichen können zwar Kennzeichen und Beispiele für Algorithmen und KI benennen. Es fehlt ihnen aber an Hintergrundwissen, z.B. zur Frage: Wer programmiert welche Inhalte mit welcher Intention? Die Jugendlichen wissen durchaus über die mögliche Manipulation von Menschen durch Algorithmen Bescheid, wollen aber noch mehr über die Funktionsweise erfahren.

Mediensozialisationsaufgabe wahrnehmen

Die Wissensvermittlung sollte im Rahmen der Medienerziehung in Elternhaus und Schule ausgebaut werden und nicht nur anlassbezogen stattfinden. BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege betont:

„Hier müssen auch Lehrkräfte und Eltern, die neue Technologien häufig negativ sehen, mit entsprechenden Materialien noch besser unterstützt werden. Wir werden in unseren medienpädagogischen Angeboten wie dem Medienführerschein oder in unseren Veranstaltungen die Entwicklungen bei KI und Algorithmen noch mehr in den Fokus nehmen.“

Offenheit zeigen

Eltern und Lehrkräfte scheinen eine negative Sichtweise auf KI-Anwendungen zu haben und geben diese weiter, was die Wahrnehmung der Jugendlichen prägen kann, so ein Fazit der Wissenschaftlerinnen. Ängste äußern die befragten Jugendlichen beispielsweise mit Blick auf ihre berufliche Zukunft und den Ersatz von Arbeitskräften durch KI.

Wie ein niederschwelliger Aufbau von KI-Kompetenzen an Schulen mit „Experiential AI Learning“ stattfinden kann, erklärt Prof. Dr. Steffen Zimmermann. Karrierechancen und gesellschaftliche Teilhabe hängen laut Zimmermann davon ab, inwieweit man souverän mit Künstlicher Intelligenz umgehen kann. Deshalb plädiert der Professor für Digital Business für eine frühzeitige und flächendeckende Vermittlung von KI-Kompetenzen.

Nun gilt es, weitere Erfahrungen zu sammeln, die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu evaluieren und Maßnahmen zu entwickeln. ●

Die Studie ist in der BLM-Schriftenreihe als Bd. 111 erschienen und steht [hier](#) zum Download bereit.



2024

23. 10. - 25.10. | München
Medientage München
Veranstalter: Medien Bayern GmbH
Ort: House of Communication
www.medientage.de

23.10. | München
13.30 - 14.15 Uhr
Justiz und Medien –
Konsequent gegen Hass
Veranstalter: BLM
Ort: House of Communications
www.medientage.de

23.10. | München
Verleihung Blauer Panther
TV & Streaming Award
Veranstalter: Medien Bayern GmbH
Ort: BMW-Welt
www.medientage.de

23.10. | München
Verleihung „Mach Dein
Radio-Star“-Preis
Veranstalter: BLM
Ort: House of Communication
<https://www.machdeinradio.de>

24.10. | München
11.15 - 12.00 Uhr
Audio Trends 2024
Veranstalter: die medienanstalten
Ort: House of Communications
www.medientage.de

24.10. | München
13.30 - 14.30 Uhr
Audio-Gipfel:
Listen to Reality
Veranstalter: BLM
Ort: House of Communications
www.medientage.de

24.10. | München
Verleihung
Nachhaltigkeitspreis
Medien
im Rahmen eines BLM-Panels
der Medientage München
Veranstalter: BLM
Ort: House of Communication
www.medientage.de

25.10. | München
Europatag
Veranstalter: BLM/EMR
Ort: House of Communications
www.medientage.de

25.10. | München
13.30 - 14.15 Uhr
Relevant bleiben!
So stärkt Nachrichten-
kompetenz das Vertrauen
in Medien
Veranstalter: BLM/BR
Ort: House of Communications
www.medientage.de

25.10. | München
13.30 - 14.30 Uhr
Politische Influencer in
den Sozialen Medien
Preisverleihung durch HSS
Veranstalter: Hanns-Seidel-Stiftung
Ort: House of Communications
www.medientage.de

11.11. | Augsburg
Augsburger
Mediengespräche
„Medien und Demokratie“
Veranstalter: BLM
www.blm.de

28.11. | München
29. Fachtagung des
Forums Medienpädagogik
der BLM
Wie erreichen journalistische
Nachrichten junge Menschen?
Veranstalter: BLM
Ort: BLM
bit.ly/4dWD26J

29.11. | München
20. Interdisziplinäre
Tagung von
JFF und BLM
Making Medien? Coding Pädagogik
Veranstalter: JFF und BLM
Ort: BLM
www.id-tagung.de
www.blm.de

2025

27. - 30. März | Leipzig
Leipziger Buchmesse
Veranstalter:
Ort: Leipziger Messe
www.leipziger-buchmesse.de

25. - 26. Juni | Nürnberg
Lokalrundfunktag
Veranstalter: Medien Bayern GmbH
Ort: Messe Nürnberg
www.lokalrundfunktag.de

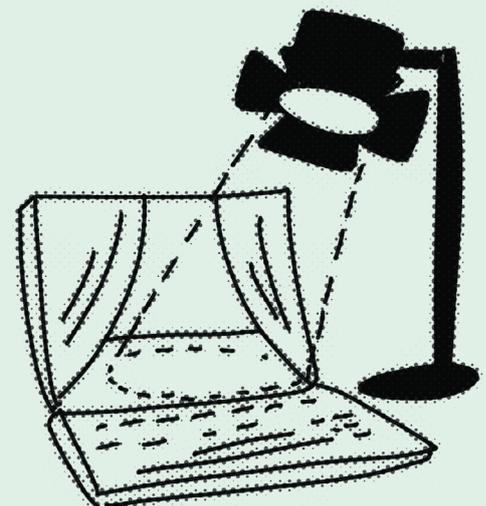
25.06. | Nürnberg
Verleihung der
BLM-Hörfunk- und
Lokalfernsehpreise
Veranstalter: BLM
Ort: Nürnberg Messe
www.blm.de/radiotv/blm-preise.cfm

Impressum

Das Magazin TENDENZ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien erscheint halbjährlich, der Bezug ist kostenlos. Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autoren verantwortlich; für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen.

Herausgeber und Anschrift der Redaktion:
Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
Heinrich-Lübke-Straße 27, 81737 München
Gruppe Kommunikation
Telefon: 089/6 38 08-318 | www.blm.de

Redaktion: Bettina Pregel, bettina.pregel@blm.de
Redaktionsschluss: 2. Oktober 2024
Art Direction: Rose Pistola GmbH, rosepistola.de
Druck: novaconcept schorsch GmbH, Kulmbach
Das Papier stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft.





Seinem Ärger Luft machen oder
nur heiße Luft produzieren?