

Arbeitsblatt 2

Die Macht der Technologiekonzerne

1) Die Macht der „Big Five“

Die „Big Five“ verdienen nicht nur sehr viel Geld, sondern verfügen auch über großen Einfluss auf ihre User. Denn ihre Produkte, wie z. B. Smartphones oder (Social-Media-)Apps, werden täglich von Milliarden Menschen genutzt. Weltweit gibt es z. B. schätzungsweise 3,9 Milliarden aktive Android-User.

Durch die Nutzung entstehen unglaubliche Mengen an **Userdaten**. Dazu gehören unter anderem Informationen darüber,

- wonach wir suchen und was wir anklicken,
- welche Videos wir ansehen und in welcher Form wir darauf reagieren (z. B. mit Likes oder Kommentaren),
- welche Produkte wir uns online ansehen oder kaufen,
- wie lange und von welchem Ort aus wir eine App nutzen,
- mit wem wir kommunizieren.

Diese Daten können von **Technologiekonzernen** verarbeitet werden, um mithilfe von **Algorithmen und Künstlicher Intelligenz (KI)** Inhalte an einzelne User anzupassen. Dadurch können die Konzerne ihre Angebote gezielt steuern und mit **personalisierter Werbung** Geld verdienen. Die Auswahl der angezeigten Inhalte und Werbung unterscheidet sich deshalb von Person zu Person. Die verwendeten Algorithmen sind beispielsweise darauf ausgerichtet, uns zum Kauf anzuregen oder uns möglichst lange auf einer Plattform zu halten, damit wir noch mehr Inhalte und Werbung konsumieren.

Wie der **digitale Raum** gestaltet ist, bestimmen Technologiekonzerne jedoch nicht allein: Auch Gesetze, Schulen, Familien, Medien und wir selbst spielen dabei eine Rolle.

Wer sind die „Big Five“?

Als „Big Five“ werden fünf besonders große und einflussreiche Technologiekonzerne bezeichnet: **Alphabet (Google), Amazon, Apple, Meta und Microsoft**. Zu ihnen gehören viele weltweit verbreitete Dienste und Produkte wie **Google, YouTube, Instagram, WhatsApp, Windows oder das iPhone**.

Stichworte: Nutzerdaten, Algorithmen, Künstliche Intelligenz, personalisierte Werbung

Herausgeberin

Landesanstalt für Kommunikation (LfK)
Reinsburgstraße 27
70178 Stuttgart

V. i. S. d. P.:

Dr. Wolfgang Kreißig,
Präsident der LfK

CC-Lizenz:

Alle Inhalte sind, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter CC BY-NC 4.0 Namensnennung-Nicht kommerziell 4.0 International veröffentlicht. Logos, Marken sowie Inhalte Dritter sind von dieser Lizenz ausgenommen.

2) Eine kritische Position: „Manifest für eine neue digitale Wirtschaft“*

In einem **Manifest von 2024** weisen **mehr als 70 Organisationen** weltweit darauf hin, dass es aus ihrer Sicht problematisch ist, wenn große Technologiekonzerne zu viel Macht besitzen – insbesondere dann, wenn es kaum Konkurrenz gibt. Deshalb fordern sie Staaten weltweit dazu auf, die Konzerne stärker zu kontrollieren und ihre Macht durch gesetzliche Regelungen zu beschränken.

Das Manifest wurde von dem **Verein LobbyControl** veröffentlicht, der sich unter anderem für mehr Transparenz beim Einfluss großer Unternehmen auf politische Entscheidungen einsetzt.

Zu den **Forderungen** des Manifests gehören beispielsweise:

- Die **Marktmacht großer Technologiekonzerne** soll **begrenzt** werden. **Fusionen** und **Übernahmen** sollen stärker kontrolliert oder verhindert werden, wenn sie den Wettbewerb einschränken. Dadurch sollen mehr Konkurrenz und Auswahl entstehen.
- Technologiekonzerne sollen verpflichtet werden, ihre **Produkte und Dienste** stärker miteinander **kompatibel** zu machen. Dadurch soll es für User leichter werden, zwischen verschiedenen Anbietern oder Produkten zu wechseln.
- Technologiekonzerne sollen **angemessen besteuert** werden, z. B. mithilfe einer **Digitalsteuer**, um die Steuersätze an die Besteuerung traditioneller Unternehmen aus Industrie und Handwerk anzupassen. Dadurch soll unter anderem verhindert werden, dass Unternehmen durch die Verlagerung von Gewinnen Steuerschlupflöcher in Niedrigsteuerrändern nutzen.

Stichworte: Marktmacht, Monopol, Wettbewerb, Fusionen, Übernahmen, Digitalsteuer

Aufgabe

Formuliere drei Forderungen, welche du an Regulierungsbehörden (Staaten) stellen würdest, um die Macht von großen Technologiekonzernen zu beschränken.

Folgende Aspekte könntest du einbeziehen:

- **Datenschutz:** Welche Informationen sollten Unternehmen sammeln und speichern dürfen?
- **Suchtgefahr:** Wer trägt Verantwortung dafür, dass Menschen soziale Medien nicht so lange nutzen, dass es ihnen schadet? Sollte es bestimmte Regeln für Apps und ihre suchtgefährdenden Algorithmen geben?
- **Werbung:** Welche Rolle sollte Werbung in sozialen Medien spielen? Wo und in welcher Form sollte sie (nicht) erlaubt sein?
- **Einflussnahme und Manipulation:** Wie sollte mit politischen Inhalten in sozialen Medien umgegangen werden? Wie sollten solche Inhalte ausgewählt und angezeigt werden?
- **Kontrolle und Regulierung:** Sollten bestimmte Inhalte verboten oder gelöscht werden? Wie sollten Plattformen mit beleidigenden, irreführenden oder falschen Inhalten umgehen?

* Mehr zum Manifest „Big Tech muss weg!“ gibt es auf der Website von LobbyControl:

<https://www.lobbycontrol.de/macht-der-digitalkonzerne/big-tech-muss-weg-ein-manifest-fuer-eine-neue-digitale-wirtschaft-117544/>