

Christliche Sozialethik im digitalen Zeitalter –

Kurzstatement Dr. Frank Meik – Es gilt das gesprochene Wort!

Die ungeheure Dynamik der Digitalisierung hat zuerst die Medienwelt erlebt. Die digitale Disruption wird aber alle gesellschaftlichen Bereiche und Unternehmen mit vergleichbarer Wucht erfassen. Wirtschaft, Verwaltung, Forschung und Kultur werden von den digitalen Prozessen und Kräften radikal verändert und neu zusammengesetzt.

Es ist stets schwer das zu begreifen, was gerade stattfindet, wenn man sich inmitten der Prozesse befindet. Noch immer haben wir nicht verstanden, was sich in der gesamten Medienwelt vollzogen hat und sich nun auch im Handel- und Dienstleistungsbereich durchsetzt. Die Digitalisierung hat alles verändert. Wir ziehen aber bislang nur bescheidene Rückschlüsse darauf, wie es in der Wirtschaft und den anderen Bereichen aussehen wird. Doch machen Sie sich bitte einfach einmal selbst klar, wie Sie vor 10 Jahren kommuniziert haben, bevor es das i-Phone gab und wie Kommunikation heute stattfindet. Dann ahnen Sie vielleicht, welche Veränderungen sich schon vollzogen haben und noch vollziehen werden. Deshalb gilt der Schwerpunkt meines kurzen Statements den Medien und der Medienwirtschaft.

Medien gelten als „vierte Gewalt“ im Staat. Sie sind für den öffentlichen Diskurs wichtig. Freie Medien sind in einer Demokratie unerlässlich. In meinem Buch „Wir klicken uns um Freiheit und Verstand“ habe ich vor 5 Jahren dargestellt, wie sich die Medienbranche durch die Digitalisierung grundlegend verändert hat und weiter wandelt und was dies für uns bedeutet:

- Wegfall des bezahlbaren Qualitätsjournalismus durch Wegfall der Geschäftsmodelle
- Stärkung von Social Media und ihre Wirkung
- Folgen für Gesellschaft und Demokratie

Die Medienwirtschaft ist aber auch der erste Bereich, der durch die Digitalisierung grundlegend verändert wurde. Im Buch „Digitale Attacke“ habe ich dargestellt, wie die digitale Disruption als nächstes den Handel und die Dienstleistungen umkrempelt. Wie sich der Einzelhandel zurzeit verändert, kann man an den Kleinstädten sehen (Sterben der Geschäfte) und an den enorm wachsenden Zahlen bei den Onlinebestellungen. Dabei ist Amazon mit über 60% Marktanteil die große Webkrake. Im Dienstleistungsbereich hat der Verdrängungsprozess erst begonnen. Banken und Versicherungen kämpfen dort immer noch um den alten Status.

Wenn der CEO der Deutschen Bank Cryan allerdings schätzt, dass ca. 50% der 100.000 Arbeitsplätze in der Deutschen Bank überflüssig sind, zeigt dies die Dimension.

In der Industrie beginnen die Veränderungsprozesse erst. Auch wenn es noch einige Zeit dauert, bis z.B. das autonome Fahren umgesetzt wird. Durch die Künstliche Intelligenz und die Automatisierung, die Roboter und Cyborgs werden viele Verwaltungsprozesse, Dienstleistungen und Industrieprozesse, durchgeführt von Menschen, abgelöst oder sogar überflüssig. Das gilt auch für den qualifizierten Dienstleistungsbereich. Dies gilt auch für die Medizin und für freie Berufe wie z.B. Juristen.

Ich werde mich in diesem Kurzstatement auf den Bereich der Medien konzentrieren, weil er eminent wichtig ist und die Veränderungen beispielhaft verdeutlicht.

Facebook, Google und Co. haben eine Attacke auf unsere Medienlandschaft nie gekanntes Ausmaßes gestartet. Das hat dazu geführt, dass es die sog. Vierte Gewalt in der uns bis vor ca. zehn Jahren bekannten Form nicht mehr gibt.

Jugendliche informieren sich über Facebook, WhatsApp-Chats oder Instagram – beides ebenfalls Tochterunternehmen von Facebook – via Snapchat oder Twitter. Die Älteren „googeln“, was sie wissen müssen.

Alle leben in einer Filterblase, meist unbewusst. Viele nehmen nur noch die Informationen wahr, die von ihrem Bekanntenkreis vorgeschlagen werden – oder von den Algorithmen der Hightech-Unternehmen. Diese sog. **social media** können aber nicht die Aufgaben der Medien in einer Demokratie wahrnehmen. Es gibt keine Trennung von Information, Meinung und Gefühl. Die Differenziertheit von Ansichten geht so verloren. Geliefert wird eine große Menge von Überflüssigem und Unsinn. Die Auswahl des Relevanten aus der Vielzahl der unsinnigen Meldungen durch speziell dafür geschulte Menschen fehlt. Hintergrund zu den Nachrichten wird nicht mehr geliefert. Es handelt sich bei Twitter, Facebook und den anderen eher um Wutkanäle, die allein Extreme stärken. Die Effekte davon sehen wir in unserer politischen Landschaft.

Die Attacke der Medien ist eine auf uns selbst. Die sog. „sozialen Medien“ dienen nicht, wie ursprünglich gedacht und erhofft, der offenen und freien Diskussion zu Themen von vielen.

In der digitalen Welt herrschen vielmehr die sog. **Communities**. Hier geht es darum, dass der Einzelne seine Vorlieben möglichst intensiv ausleben kann. Dafür sucht er sich Gleichgesinnte mit ähnlich hedonistischen Bedürfnissen. Diese Communities haben nichts mit den sozialen Gemeinschaften zu tun, weil Schwache oder Andersdenkende dort in der Regel nur Hohn und Spott ernten, weder Solidarität noch Verständnis.

Getrieben wird diese Entwicklung von den Plattformbetreibern, sei es Facebook, Google oder Twitter: Sie wollen in der virtuellen Welt nicht das wiederholen, was in der realen Welt gang und gäbe ist. Sie wollen vielmehr den Geschmack des Mainstream treffen – denn das verspricht den höchsten Profit für die Unternehmen, die durch die Bank das Quartalsdenken der Börse pflegen oder sich in der Hand von gewinnmaximierenden Wagniskapitalgebern befinden.

Der Begriff **Social Media** spiegelt etwas völlig Falsches – **asoziale Medien** würde es viel besser treffen. Der beste Beleg für meine Behauptung findet tagtäglich auf ähnliche Weise im Netz auf „sozialen“ Medien statt: Shitstorms – im Duden vornehmer umschrieben als: „Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internet, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht.“ Vor allem Blogbeiträge, Twitter-Nachrichten oder Facebook-Meldungen seien davon betroffen. Von Shitstorms sind nicht nur Unternehmen betroffen, die ungeschickt kommunizieren, oder es mit verärgerten Kunden zu tun bekommen. Jeder kann in einen solchen Sturm geraten, in ungeahnter Geschwindigkeit und Dimension. Eine unbedachte Äußerung im Internet reicht, um eine Lawine hasserfüllter Kommentare auszulösen.

Wir müssen uns nur einmal auf die Internetseiten von bekannten Tageszeitungen und Magazinen begeben. Schon hier schlägt uns der unkontrollierte Hass der Massen entgegen. Es wird ohne Maß geschimpft, beleidigt, gedroht. Bis es zu viel wurde. „Überfordert vom Leser-Hass: Zeitungredaktionen schränken Kommentarfunktion ein“, schreibt das Branchenportal Meedia.

Die Redaktionen greifen auf Software zurück, die vollautomatisch Beleidigungen erkennen soll, oder stellen eigene Redakteure an, nur zur Überwachung. Hier offenbart sich das Grundproblem des Internet: **Im Netz fehlt das Regulativ der gesellschaftlichen Normen.**

Die digitale Welt fördert nicht nur Beleidigungen, sondern auch andere Extreme. **Gewaltfantasien, Sexuelle Perversionen, Hass- und Hetztiraden, Volksverhetzung, Radikalismus von links bis rechts hin zu religiös-fundamental** – das Netz spiegelt unsere dunkle Seite.

Im **sog. Darknet, der dunklen, unregulierten Seite des Internet** findet sich von **Waffen- über Drogen-Shops** hin zu **schmutzigen sexuellen Fantasien** so gut wie **alles, was verboten ist**. Dorthin zu gelangen, erfordert zwar eine gewisse Affinität zur Technik, die aber vor allem für Jüngere keine Grenze darstellt. Für mögliche Gewalttäter oder Terroristen stellt es keine übermäßige Schwierigkeit dar, sich im Darknet alles Mögliche zu besorgen.

Doch zurück zur „normalen“ Berichterstattung der Onlinemedien. Hier zählt nicht mehr Qualität, sondern nur noch **der schnelle Klick**. Als Beispiel hierzu kann Melty, ein Lifestyle-Magazin im Netz für die junge Generation gelten. Das Portal gibt sich den Anschein eines jungen hippen Startup Unternehmens mit Tischtennisplatten und Hängematten.

Melty beschäftigt mehr freie Mitarbeiter als feste und diese sog. freie agierenden als **Scheinselbständige**, d.h. sie werden nur **nach Anzahl der Clicks entlohnt, die ihre Artikel liefern**.

Manchmal gibt es 4 Euro für einen Text, manchmal 30, wenn dieser mindestens 10.000mal betrachtet wird. Am meisten geklickt werden Berichte über US-Serien, die meist nach deutscher Zeit spät in der Nacht laufen. Viele Freelancer arbeiten deshalb in der Nacht. Gearbeitet wird bei Melty für einen Hungerlohn.

Es geht nur noch darum, ein günstiges redaktionelles Umfeld für die Anzeigen und die Clicks zu schaffen. Hierüber entscheidet ein Algorithmus, der analysiert, was auf Facebook und Twitter angesagt ist und wonach mögliche Leser auf Google suchen. Wenn es nichts Neues zu berichten gibt, heißt es, „denk Dir etwas aus“. Das Portal kommt in dieser Arbeitsweise auf **27 Mio. Besuche pro Monat** auf der Website sowie in den sozialen Netzen. Das entspricht in etwa dem **Onlineauftritt der FAZ**.

Sieht so also die Zukunft des Journalismus aus?

Dazu noch ein kleiner Exkurs, wie fest Angestellte bei den Webgiganten arbeiten. Hierüber kann ich Ihnen aus meiner eigenen Erfahrung u.a. von Facebook berichten. Die schöne Traum- und Scheinwelt des Campus spiegelt größtmögliche Freiheit und Bequemlichkeit vor. Alles wird auf dem Campus des Unternehmens geboten: Essen, Getränke, Fahrräder, Sportmöglichkeiten, Bücher in Telefonzellen zum Tauschen und selbst eine kleine Schreinerei, in der die Mitarbeiter werkeln dürfen. All dies dient aber nur einem Zweck: die Menschen, die dort arbeiten, sollen sich möglichst in Ihrer gesamten zur Verfügung stehenden Zeit dort aufhalten – und natürlich „always on“ sein und arbeiten. Entlohnt werden sie in der Regel nach Erfolg. Und es gibt permanenten Zeitdruck.

Doch zurück zu der Medienmacht von Portalen: Wohin die Macht von Facebook & Co führen kann, zeigt das Beispiel der Wahl in den USA. Wider Erwarten hat es mit Donald Trump im November 2016 ein Populist an die Spitze eines der mächtigsten Staaten der Welt geschafft. Die Rolle von Facebook ist nach mehr als einem Jahr nach dieser Schicksalswahl noch immer nicht restlos geklärt.

Zur Erläuterung wie Facebook mithilfe, die USA Wahl zu beeinflussen, weise ich auf meinen kleinen Buchbeitrag hin, der Ihnen zu dem Thema vorliegt.

Die Algorithmen eines einzelnen Tech-Unternehmens mit inzwischen weltweit 1,3 Milliarden Nutzern, die sich täglich mindestens einmal einloggen – auf monatlicher Basis zählt das Unternehmen 2 Milliarden Menschen, das entspricht mehr als einem **Viertel der Erdbevölkerung** - gestalten auf diese Weise die Zukunft der Welt mit. Erschreckend. Auch in Deutschland sollten uns die Nutzerzahlen von **Facebook und WhatsApp** – wie gesagt **ein Unternehmen** – zu denken geben. **37 Mio.** bei WhatsApp **und 20 Mio.** bei Facebook nur in Deutschland, so viele Menschen erreichen bei uns nicht einmal alle anderen Medien zusammen.

Auf einer **Rede beim Martinsgansessen** in der Nähe von München sagte am Sonntagabend der Stv. Chefredakteur der Bildzeitung, Herr Blome, über die Veränderungen in der Medienlandschaft:

„Die Bildzeitung verliert zwar weiterhin stark an Auflage, aber die anderen Printmedien verlieren noch stärker. Bemerkenswert ist aber, dass noch nie so viel online gelesen wurde, was Zeitungen, insbesondere regionale Zeitungen schreiben. Hieran verdienen die Zeitungen nur leider nichts.“ Er hätte noch hinzufügen können, „die Portalanbieter wie Google generieren dafür immense Werbeerlöse mit den Qualitätsinhalten der Zeitungen. Letztlich stellen sie das, was andere produzieren, auf ihre Plattform, generieren hierfür die Werbung und erzielen gigantische Erlöse und Gewinne. Die Zeitungen gehen leer aus.“

Über **9,5 Mrd. Euro verdient Google** allein in Deutschland mit dieser Werbung. Alle Zeitungsverlage zusammen haben vor 10 Jahren ca. 7 Mrd. über für lokale Werbeinhalte erlöst. Wenn es kein Geschäftsmodell mehr gibt für die Qualitätsmedien, werden diese als freie Medien nicht überleben.

Ich frage mich manchmal, warum es in der Gesellschaft hierüber keinen Diskurs gibt. Ist uns die Bequemlichkeit und der schnelle Klick einfach wichtiger als die Qualität und unsere Meinungsfreiheit?

Menschen sind gewohnt, aus der Begegnung voneinander zu lernen und über den persönlichen Kontakt den anderen einzuschätzen. Das haben wir über Hunderttausende von Jahren gelernt. Wenn wir uns im echten Leben treffen, genügt oft schon ein Blick ins Auge, ja, der Hauch eines Gefühls, um Stimmungen des anderen wahrzunehmen. Im Dialog können wir diese Ahnung manifestieren, manchmal täuschen wir uns, natürlich. Aber der erste Eindruck und das Erfahrungswissen zur Einschätzung und damit das „Bauchgefühl“ gehört zu den stärksten Fähigkeiten des Menschen. Im **Netz fehlen die Sinneseindrücke vollständig**, die uns den Weg der Evolution möglich gemacht haben. Wer tieftraurig am Computer oder vor dem Smartphone hockt, findet ebenso problemlos wie der Fröhliche das Emoji für ein Lächeln. Die Aussage einer solchen virtuellen „Gefühlsregung“ ist nett, sie drückt aber nicht wirklich ein Gefühl aus. Wer der Stärkste im Computerspiel ist, kann im wirklichen Leben versagen in genau denselben Disziplinen, die er virtuell beherrscht.

Wir spielen in der virtuellen Welt nur eine Rolle, die mehr mit Wunschenken als mit wahrer Authentizität zu tun hat.

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch: **Ich bin kein moderner Maschinenstürmer**. Innovation bildet eine Triebfeder unserer modernen Wissensgesellschaft – das ist gut und wichtig so. Aber die Wettbewerbsbedingungen sind aktuell derart verzerrt, dass wir gegenüber den Web-Kraken aus den

USA und an zweiter Front im Vergleich zu den staatlich finanzierten und geförderten Konzernen aus Asien zwangsläufig ins Hintertreffen geraten müssen.

Es ist traurig, dass wir uns als Gesellschaft zugleich keinen Deut darum scheren, dass **einer der wichtigsten Rohstoffe der Wissensgesellschaft**, unsere Daten, in **breiten Strömen außerhalb des Landes fließen**. Das darf nicht sein.

Der **Mensch ist ein bequemes Wesen** – der sich stets aufs Neue selbst belügt und betrügt. Sie erinnern sich: In leicht abgewandelter Form habe ich diese These bereits aufgestellt. Wir müssen nur ins Netz schauen, um uns zu vergewissern, dass dies genauso ist. Es gibt Dutzende Suchmaschinen im Internet, und vor wenigen Jahren lag die Zahl noch um ein Vielfaches höher, doch – Hand aufs Herz – **wo suchen Sie?** Natürlich, wie neun von zehn Deutschen geben sie lediglich **Google** in die Adressleiste ihres Internetbrowsers ein. So schön bequem.

Wo kaufen Sie ein? Das Internet quillt über von großen und kleinen Unternehmen, die ihre Dienste und Waren anbieten. Am Liebsten allerdings shoppen die **Deutschen bei Amazon**. Mit genauen Zahlen hält sich das US-Unternehmen zurück, es will so wenig Einblick bieten wie möglich. Doch unabhängige Statistiken zeigen, dass sich der Anteil des Umsatzes von Amazon am gesamten Online Handel und E-Commerce in Deutschland in den vergangenen Jahren vervielfacht hat. Er liegt inzwischen bei fast **40 Prozent**.

Das Internet schafft natürliche **Monopole** in weitestgehend unregulierten Märkten. Freie Märkte aber müssen durch rechtliche Vorgaben gestaltet sein. Fehlen solche Regeln, gelten auch die Kriterien der Marktwirtschaft nicht. Die Märkte streben zu mörderischen Ungleichgewichten: Das beste Beispiel, wohin solche unregulierte Märkte streben, hat uns die Finanzkrise geliefert.

Wenn wenige nach aller Macht gieren, verlieren alle.

Das System bringt Google und Amazon nicht nur ungeheuer viel Geld ein. Die 50 größten US-Konzerne – und darunter befinden sich viele Tech-Unternehmen – haben auf Offshore-Konten in **Steueroasen 1,3 Billionen Dollar gehortet**. Das berichtet die Nichtregierungsorganisation Oxfam. 1,3 Billionen – das ist eine Zahl mit zwölf Nullen. Das übertrifft die jährliche Wirtschaftsleistung von Ländern wie Spanien oder Mexiko. Geld ist der eine Effekt. Macht der andere.

Wir liefern den US-Technologieunternehmen nicht nur Geld und Daten frei Haus. Wir liefern Ihnen auch uns aus. **Was Google nicht kennt, existiert nicht.**

Produkte, die wir bei Amazon nicht finden, verdienen nicht unsere Aufmerksamkeit.

Menschen, die auf ihrem Smartphone **WhatsApp** von Facebook nicht installiert haben, **werden ignoriert**.

Die **Web-Kraken haben sich zu „judging machines“** weiterentwickelt.

Algorithmen strukturieren deren Daten und erlauben nur, was sie für sinnvoll und richtig halten. **Der gesunde Menschenverstand wird substituiert durch Computerprogramme.**

Wollen wir uns das wirklich antun lassen?