

20.4431 Postulat

Politische Werbung im Internet und Schutz der Demokratie

Eingereicht von: Pult Jon
Sozialdemokratische Fraktion
Sozialdemokratische Partei der Schweiz



Einreichungsdatum: 09.12.2020
Eingereicht im: Nationalrat
Stand der Beratung: Erledigt

Eingereichter Text

Der Bundesrat wird beauftragt, in einem Bericht Kennzahlen und Fakten zur politischen Werbung im Internet zu erheben sowie den Bedarf nach Regulierung derselben aufzuzeigen. Das Ziel besteht darin, das Ausmass der Entwicklung darzulegen, Schwachpunkte der heutigen Rechtslage zu identifizieren und allfällige Lösungen zu skizzieren, wie der demokratische Meinungsbildungsprozess vor absichtlichen Falschmeldungen und intransparenten, algorithmusgetriebenen Anzeigen im Internet geschützt werden kann.

Begründung

Abstimmungs- und Wahlkämpfe verlagern sich zunehmend ins Internet. Anders als in TV und Radio sowie im Printbereich bestehen auf Internet-Plattformen wie sozialen Netzwerken oder Suchmaschinen kaum Regeln im Bereich der politischen Werbung. Algorithmusgetriebene Werbung ermöglicht auch keine Transparenz.

In TV und Radio ist politische Werbung verboten, in den übrigen Medien erlaubt. Allerdings kann eine Zeitung eine politische Anzeige ablehnen. Laut dem Presserat, der Beschwerdeinstanz der Medienbranche, sollen auch ethische Kriterien entscheidend dafür sein, ob politische Anzeigen publiziert werden. Zudem soll laut Presserat die Gestaltung so sein, dass erkennbar ist, dass es sich um politische Werbung und nicht um redaktionellen Inhalt handelt. Das Verbot der politischen Werbung in TV und Radio ist hingegen gesetzlich verankert und soll verhindern, dass die demokratische Willensbildung durch wirtschaftlich mächtige Akteure übermässig beeinflusst werden kann.

Keine Regulierung kennt die Schweiz bisher bei der politischen Werbung auf Internet-Plattformen. Dabei stellen ausländische Konzerne wie Facebook unsere Demokratie vor erhebliche Herausforderungen. Die Algorithmen, die Anzeigen im Internet weiterverbreiten und steuern, sind intransparent und unterstehen keiner demokratischen Kontrolle. Damit können auch absichtliche Falschinformationen (Fake News) stark verbreitet werden, ohne dass Absender Rechenschaft ablegen müssen und Inhalte durch die breite Öffentlichkeit geprüft werden können. Wirtschaftlich mächtige Akteure können auch über Internet-Plattformen die Willensbildung übermässig beeinflussen. Und erst noch ohne Transparenz über ihre Aktivitäten. Aus diesem Grund hat Twitter politische Werbung auf seiner Plattform verboten. Die anderen Plattformen erlauben sie weiterhin.

Es stellt sich die Frage, warum die Schweizer Demokratie mit einem Verbot politischer Werbung in TV und Radio sowie mit Branchenregeln bei den anderen redaktionellen Medien (Presserat) geschützt wird aber im Internet keinerlei Regeln für bezahlte politische Werbung gelten. Eine politische Diskussion auf Basis des postulierten Berichts kann und soll zur Klärung beitragen.

Stellungnahme des Bundesrates vom 17.02.2021

Auf Internet-Plattformen wie Facebook, YouTube oder Twitter können Personen und Organisationen eigene Inhalte veröffentlichen und Inhalte anderer diskutieren und weiterverbreiten. Auch in der Schweiz spielen diese Plattformen eine wichtige Rolle und wurden 2019 von 71% der Bevölkerung genutzt. Sie stellen damit



einen wachsenden Faktor in der Meinungsbildung dar. Dies gilt insbesondere für jüngere Generationen, deren Kommunikationsverhalten stark von Social Media Diensten geprägt ist.

Die Entscheidung darüber, welche Inhalte welchen Nutzenden (nicht) angezeigt werden, und wie prominent diese Inhalte in deren "Feed" auftauchen, fällt weitgehend automatisiert unter Rückgriff auf Algorithmen. Diese entscheiden gemäss der Logik, die die Plattform-Betreiber programmiert haben. Auf vielen Plattformen ist es möglich, gegen Bezahlung bestimmte Inhalte wie zum Beispiel kommerzielle oder politische Werbung unter bestimmten Zielgruppen verbreiten zu lassen.

Plattformen führen einerseits zu einer weiteren Demokratisierung der Öffentlichkeit, indem sie die Hürden für die öffentliche Sichtbarkeit privater Meinungsäusserungen senken und ihre Verbreitung vereinfachen. Andererseits werden auf ihnen jedoch auch gezielte, nachweislich falsche oder irreführende Informationen zur Täuschung der Öffentlichkeit, Desinformation und Hassrede (z.B. rassistische oder diskriminierende Äusserungen) verbreitet. Ausmass und Entwicklung dieser Phänomene sind indes nur sehr schwer zu erfassen; unter anderem weil die meisten Plattformen keinen Zugang zu den nötigen Daten gewähren, und weil die Unternehmen wegen der geringen Marktgrösse der Schweiz kaum entsprechende Berichte veröffentlichen. Dies gilt auch für politische Werbung. Google etwa macht für EU-Länder Angaben zum Umfang der Werbeausgaben für politische Werbung, hingegen nicht für die Schweiz. Der Democracy Action Plan der EU sieht vor, dass die Kommission dieses Jahr einen Legislativvorschlag zur Transparenz gesponserter politischer Inhalte vorlegen wird.

Dem Bundesrat ist bewusst, dass mit den digitalen Intermediären eine neue Kommunikationsinfrastruktur entstanden ist, die nach Regeln von privaten ausländischen Organisationen funktioniert, aber Wirkung in der Schweiz entfaltet. Er hat deshalb einen Bericht in Auftrag gegeben, der Chancen und Risiken der Intermediäre erfassen, vorliegende empirische Erkenntnisse zusammentragen, den Handlungsbedarf aufzeigen und gegebenenfalls Massnahmen vorschlagen soll. Die Thematik politischer Werbung wird Teil dieses Berichtes sein und die Frage allfälliger Transparenzvorschriften dort diskutiert werden. Dabei sollen auch die regulatorischen Entwicklungen in Europa berücksichtigt werden.

Der Bericht wird gegen Ende 2021 erwartet. Die geforderte Debatte kann aufgrund dieses Berichts erfolgen.

Antrag des Bundesrates vom 17.02.2021

Der Bundesrat beantragt die Ablehnung des Postulates.

Chronologie

16.12.2022 Abgeschrieben, weil nicht innert zwei Jahren abschliessend im Rat behandelt

Zuständigkeiten

Zuständige Behörde

Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK)

Weitere Informationen

Erstbehandelnder Rat

Nationalrat

Mitunterzeichnende (44)

Aebischer Matthias, Atici Mustafa, Bregy Philipp Matthias, Candinas Martin, Christ Katja, Crottaz Brigitte, Farinelli Alex, Fehlmann Rielle Laurence, Fluri Kurt, Friedl Claudia, Funciello Tamara, Giacometti Anna, Glättli Balthasar, Graf-Litscher Edith, Grossen Jürg, Gugger Niklaus-Samuel, Gysi Barbara, Gysin Greta, Hurni Baptiste, Jans Beat, Kutter Philipp, Landolt Martin, Locher Benguerel Sandra, Marti Min Li, Marti Samira, Molina Fabian, Moser Tiana Angelina, Munz Martina, Pasquier-Eichenberger Isabelle, Piller Carrard Valérie, Reynard Mathias, Romano Marco, Roth Franziska, Schaffner Barbara, Schlatter Marionna, Seiler Graf Priska, Siegenthaler Heinz, Stadler Simon, Streiff-Feller Marianne, Studer Lilian, Suter Gabriela, Trede Aline, Töngi Michael, Widmer Céline



Links

