

Zwischen Filterblase, Fake News und Demokratiegestaltung – Algorithmen brauchen Transparenz und Kontrolle

***Gemeinsames Positionspapier der Landeszentrale für Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz und der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz***

I. Algorithmen bestimmen, was wir sehen

- ***Algorithmen analysieren unser Verhalten***
Bei der alltäglichen Nutzung von digitalen Geräten und Diensten hinterlassen die Nutzer eine Vielzahl von Daten. Diese Informationen lassen tiefe Einblicke in die persönliche Lebensführung, das Konsumverhalten, die eigenen Interessen und Einstellungen zu. Mit der steigenden Datenmenge aufgrund fortschreitender Digitalisierung vieler Lebensbereiche kann das Verhalten der Menschen mit immer höherer Genauigkeit erforscht und vorhergesagt werden.
- ***Algorithmen personalisieren und reduzieren dabei Vielfalt***
Indem Algorithmen die Inhalte in Telemedien oder Angebote von Waren und Dienstleistungen auf die Interessen des Einzelnen zuschneiden, können sie zu einer Verringerung der Auswahlmöglichkeiten und zu einseitiger Meinungsbeeinflussung führen. Wenn sich die Angebote allein nach dem individuellen Vorverhalten richten, sind Filterblasen das Ergebnis. In der Filterblase können immer gleiche Inhalte, Meinungen oder Werbebotschaften zum Zweck der Verhaltensbeeinflussung reproduziert werden. Dieses Vorgehen führt zu einem Mangel an Vielfalt.
- ***Algorithmen können diskriminieren***
Verhaltens- und Konsumprofile stellen eine wesentliche Grundlage für die Arbeit von Algorithmen dar. Die im Hintergrund automatisiert ablaufende Protokollierung erlaubt die Einteilung der Nutzer in unterschiedliche Klassen. Die Kategorisierung kann beispielsweise erfolgen anhand der vermuteten politischen Einstellung, des Einkommens oder des Bildungsgrades. Je nach Programmierung der Algorithmen können auf diese Weise bestimmte Personengruppen von Angeboten vollständig oder teilweise ausgeschlossen werden. Entscheidungen, die von Algorithmen auf der Grundlage von Profilen getroffen werden, haben das Potential, soziale Unterschiede zu verstärken. Darüber hinaus muss davon ausgegangen werden, dass die auf Algorithmen gestützte Eingruppierung nicht mit absoluter Zuverlässigkeit arbeitet und fehlerhafte Klassifizierungen möglich sind.

II. Algorithmen und politische Willensbildung

- ***Demokratie benötigt Meinungsvielfalt***
Algorithmen können das Angebot von Inhalten und den darin vermittelten Meinungen verringern oder einseitig beeinflussen. Eine solche Selektion von Inhalten schadet dem politischen Diskurs, wenn Algorithmen den Informationshorizont des Einzelnen fortlaufend nur auf bekannte und vertraute Meinungen beschränken. Filterblasen können die Realitätswahrnehmung verzerren.

- **Demokratie benötigt fairen Meinungsstreit**

Hinter den Techniken von Social Bots und Chat Bots stehen Algorithmen, die vor allem in sozialen Medien automatisiert und massenhaft Einträge oder Mitteilungen erzeugen. Dadurch verleihen sie bestimmten Inhalten oder Meinungen ein Gewicht, das sie ohne den Einsatz der Technik nicht erhalten würden. Auf diese Weise können sich bestimmte Personen oder Gruppen erhebliche Meinungsmacht verschaffen, was auch die Verbreitung von erfundenen Nachrichten („Fake News“) begünstigt.

III. Algorithmen und wirtschaftliche Teilhabe der Verbraucher

- **Verbraucher haben ein Recht auf Auswahl**

Verbrauchern muss die Möglichkeit eingeräumt werden, am Markt für Waren und Dienstleistungen diskriminierungsfrei teilzuhaben. Wenn Algorithmen den Zugang zu Angeboten erheblich erschweren oder verhindern, kann daraus eine nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung entstehen. Automatisch erzeugte Rückschlüsse auf vorangegangenes Verhalten können sich nachteilig auswirken, zum Beispiel durch Preise, die sich allein am Kaufverhalten und der vermuteten Zahlungsbereitschaft orientieren.

- **Verbraucher müssen sich selbstbestimmt am Markt bewegen können**

Algorithmen versuchen, das Konsumverhalten der Verbraucher zu steuern. Werbebotschaften und Angebote werden präzise an den vermuteten Interessen ausgerichtet. Verbraucher können die Zusammenstellung der für sie getroffenen Auswahl aber weder nachvollziehen noch beeinflussen. Diese Informationsasymmetrie macht Verbraucher unselbstständig, denn mangels Kontrollmöglichkeiten können sie das Ergebnis einer algorithmischen Entscheidungsfindung nicht prüfen oder verändern.

IV. Forderungen

- **Algorithmen müssen transparent werden**

Die mathematischen Verfahren treffen automatisiert Entscheidungen über den Einzelnen. Für die Betroffenen ist aber nicht nachvollziehbar, welche Daten als Grundlage dienen und welche Schlüsse daraus gezogen werden. Algorithmen sind „black boxes“, deren Arbeitsweisen den Betriebsgeheimnissen des jeweiligen Verwenders unterfallen. Um die Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen, sollten die Bewertungskriterien und die zugrundeliegenden Daten grundsätzlich offengelegt werden müssen. Außerdem sollten Nutzer transparent darüber informiert werden, wenn sie auf Entscheidungen von Algorithmen treffen.

- **Algorithmen müssen kontrolliert werden können**

Um nachteilige und ungerechtfertigte Folgen von Algorithmen zu vermeiden, müssen derartige Entscheidungssysteme Gegenstand einer unabhängigen Kontrolle durch eine Aufsichtsbehörde sein. Die Algorithmen sollten insbesondere dahingehend überprüfbar sein, inwieweit sie Meinungsvielfalt einschränken oder Verbraucher diskriminieren. Eine Prüfung von Algorithmen ist unter Wahrung von Betriebsgeheimnissen möglich, wenn die jeweils Aufsicht führende Stelle zur Verschwiegenheit verpflichtet ist.