

**Stellungnahme vom 29. Januar 2026**

## **Gemeinsam für konstruktive digitale Räume: Kernpunkte einer wirksamen Plattformregulierung**

**Ja, die Schweiz braucht das Gesetz zur Regulierung von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen. Der bundesrätliche Gesetzesvorschlag sieht wichtige Massnahmen vor, um eine konstruktive öffentliche Debatte, eine informierte Meinungsbildung sowie Informationsfreiheit und Selbstbestimmung auch online sicherzustellen. Wir, AlgorithmWatch CH, Digitale Gesellschaft, Stiftung für Konsumentenschutz und Opendata.ch, begrünnen diese ausdrücklich. Gleichzeitig regen wir an, dass das Gesetz zusätzlich auch folgende Anliegen erfüllt:**

### **Keine Rechtslücken für KI**

Das digitale Informations-Ökosystem verändert sich rasant: Auch generative KI-Systeme sind heute Teil von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen. Plattform-integrierte KI-Anwendungen wie Grok auf X sowie KI-basierte Anwendungen in Suchmaschinen wie der KI-Modus bei Google müssen vom Gesetz erfasst sein.

### **Keine Ohnmacht gegen Plattformrisiken**

Social Media und Suchmaschinen sind längst eine zentrale Informations- und Kommunikations-Infrastruktur unserer Gesellschaft. Es ist richtig und zentral, dass der Gesetzesentwurf vorsieht, dass Tech-Giganten die Risiken ihrer Dienste für die Gesellschaft evaluieren müssen. Aber er verpflichtet Plattformen nicht, diese Risiken auch zu mindern: Evaluiert eine Plattform, dass sie ein Risiko für die öffentliche Gesundheit oder die freie Meinungsbildung darstellt, müsste sie nichts dagegen tun. Ohne die Pflicht, Risiken zu mindern, werden wir Plattformen nicht zu Rechenschaft ziehen können, wenn sie ihren Profit auf Kosten von grundrechts-, gesellschafts- und demokratieschädlichen Auswirkungen maximieren.

### **Selbstbestimmung statt Klickökonomie**

Die Geschäftsmodelle marktmächtiger Plattformen und Suchmaschinen basieren auf Aufmerksamkeits- und Profitmaximierung durch den Verkauf personalisierter Werbung. Dazu werden Nutzende in ihren intimsten Details vermessen und monetarisiert. Das muss sich ändern. Im Mindesten darf personalisierte Werbung nicht auf besonders schützenswerten Personendaten (beispielsweise Religion, sexuelle Orientierung, politische Ansichten, Gesundheitsdaten)

beruhen. Für mehr Selbstbestimmung und Informationsfreiheit müssen Plattformen anbieten, dass Nutzer:innen Feeds so wählen können, dass sie nicht auf Interaktions- und Aufmerksamkeitsmaximierung optimiert sind.

## Sichere Plattformen für Jugendliche

Unsere öffentliche Debatte, in die wir auch Jugendliche einbeziehen möchten, findet heute weitgehend auf privaten Online-Plattformen statt. Wir müssen den Schutz von Jugendlichen auf diesen Plattformen gewährleisten. Dazu braucht es mehr Selbstbestimmung im Feed und ein Verbot von personalisierter Werbung für Minderjährige. Zudem müssen Plattformen in ihrer Risikoevaluation aufzeigen, ob sie negative Auswirkungen auf Jugendliche haben und diese Risiken allenfalls minimieren.

## Daten offenlegen, Kontrolle ermöglichen

Heute sind Plattformen und Suchmaschinen eine Blackbox, obwohl sie entscheiden, welche Informationen wir sehen und damit unsere öffentliche Debatte beeinflussen. Der Zugang zu Daten aus dieser Blackbox ist die Voraussetzung für unabhängige Aufsicht durch Forschung und Zivilgesellschaft. Das Gesetz muss diesen Datenzugang für die Forschung und Zivilgesellschaft sicherstellen und vereinfachen.

**Wir sagen überzeugt JA zum Gesetz zur Regulierung von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen. Die oben vorgeschlagenen ergänzenden Massnahmen adressieren drängende Anliegen und tragen so dazu bei, dieses Gesetz zu nutzen, um auch online eine konstruktive Debatte sicherzustellen.**