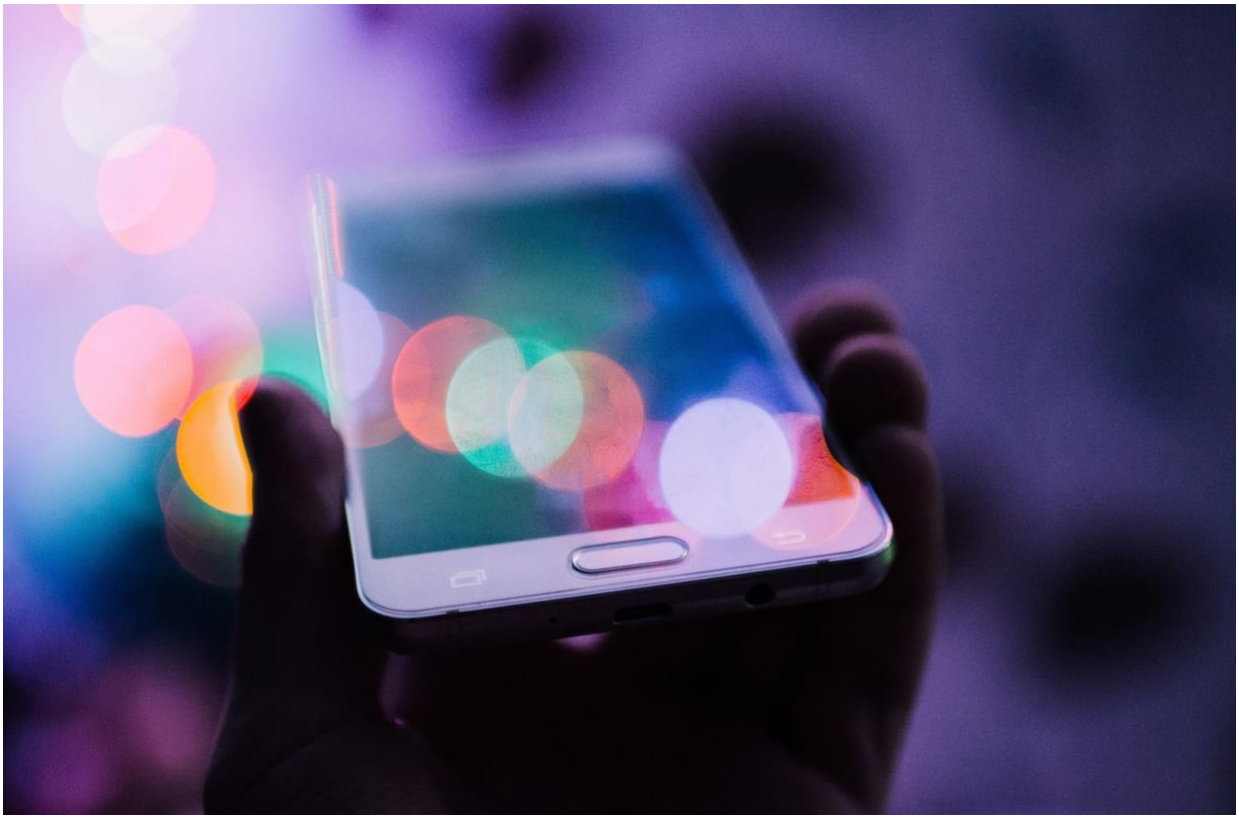

Digitale Teilhabe
statt digitalem Verbot

Impulspapier zur politischen Debatte um eine Social-Media-Regulierung für Kinder und Jugendliche

Christina Dinar, Adriana Leidenberger, Tong-Jin Smith

Juni 2026

Dieses Impulspapier richtet sich an Bildungspolitik, Medienpolitik, Verlage, Bildungsinstitutionen und Zivilgesellschaft. Es versteht sich als konstruktive Ergänzung zur laufenden Regulierungs- bzw. Verbotsdebatte und schlägt konkrete Maßnahmen vor, die unabhängig vom Ausgang der politischen Diskussion wirksam sein können.

Dinar, C., Leidenberger, A., & Smith, T.-J. (2026). *Digitale Teilhabe statt digitalem Verbot - Impulspapier zur politischen Debatte um eine Social-Media-Regulierung für Kinder und Jugendliche*. CeMIL. https://doi.org/10.17169/refubium-53190

https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/cemil/index.html

Veröffentlicht unter der Creative Commons License CC BY 4.0: Dieses Impulspapier kann frei geteilt und zitiert werden. Wir freuen uns über Rückmeldungen und Kooperationsanfragen.
Titelbild: Rodion Kutsaiev (Unsplash)

EXECUTIVE SUMMARY

Digitale Teilhabe statt digitalem Verbot

Die Debatte um ein Social-Media-Verbot für Minderjährige setzt einseitig auf Beschränkung und ignoriert die Frage der **digitalen Teilhabe**. Wer Jugendliche von kommerziellen Plattformen fernhalten will, ohne hochwertige Alternativen zu bieten, lässt sie mit den strukturellen Problemen allein.

Zugleich ist Qualitätsjournalismus jenseits öffentlich-rechtlicher Medien für junge Menschen hinter Paywalls systematisch unzugänglich. Das wirft **Gerechtigkeitsfragen** (Art. 17 UN-Kinderrechtskonvention) auf und hemmt die Förderung von Lesekompetenz, Urteilsfähigkeit und demokratischer Meinungsbildung.

Unser Vorschlag: eine gemeinnützige, europäische Plattform – ein **„Spotify für Journalismus“** –, die Qualitätsjournalismus datenarm, werbefrei und multiperspektivisch vornehmlich für Bildungszwecke zugänglich macht. Ein niedrigschwelliger Zugang über Schule und Bibliothek, ohne Anmeldung, ohne Tracking unterstützt Kinder und Jugendliche in ihrer freien Meinungsbildung.

Warum es trägt: Verlage erreichen junge Zielgruppen, die sie sonst verlieren. Das ist kein „nice to have“, sondern eine Überlebensfrage. Die Beteiligung lässt sich über den UrhWissG-Rahmen strukturell verankern. Die Plattform wäre ein konkretes Umsetzungsinstrument des European Media Freedom Act.

Was jetzt gebraucht wird: ein Angebotsprogramm ergänzend zur Regulierungsdebatte, eine deutsche Pilotphase als Proof of Concept und die Erweiterung des UrhWissG-Rahmens für den eigenständigen Volltext-Zugriff durch Schülerinnen und Schüler.

1. Ausgangslage: Eine Debatte, die zu kurz greift

Die politische Diskussion über ein Social-Media-Verbot für Minderjährige hat in Deutschland und Europa massiv an Fahrt aufgenommen. Das SPD-Impulspapier „Sichere soziale Medien“ (15. Februar 2026), die Reaktion der GMK (19. Februar 2026) sowie zahlreiche Stellungnahmen von Bundes- und Landtagsfraktionen markierten Anfang des Jahres den politischen Auftakt. Das im Juni 2026 veröffentlichte Gutachten der von Bundesbildungsministerin Karin Prien (CDU) eingesetzten Expertenkommission (Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2026) und die darauf folgende mediale Diskussion reflektieren den aktuellen Höhepunkt. Darüber hinaus wird seit Monaten auch medial, in Fachkreisen, auf Tagungen und Podien sowie in LinkedIn-Gruppen debattiert, wie Kinder und Jugendliche besser vor den Risiken digitaler Plattformen geschützt werden können.

Diese Debatte ist notwendig. Sie greift jedoch in ihrer aktuellen Form strukturell zu kurz, weil sie primär auf Beschränkung und Verbote setzt, die sich kaum durchsetzen lassen, wie das Beispiel Australien zeigt (Barnes et al., 2026). Die Frage der digitalen Teilhabe der jungen Generation wird weitgehend ignoriert, wobei besagte Expertenkommission konstatiert, dass „die Trias aus Schutz, Befähigung und Teilhabe den normativen und fachlichen Rahmen für die Weiterentwicklung des Kinder- und Jugendschutzes in der digitalen Welt“ bilden sollte (Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2026). Daher gilt: wer Jugendliche von kommerziellen Plattformen fernhalten will, ohne ihnen qualitativ hochwertige Alternativen zu bieten, reguliert eine demographische Minderheit und schränkt sie in ihren Informations- und Partizipationsrechten ein (Unicef, 1992; Siller & Zinsmeister, 2023).

Gleichzeitig wird eine Mehrheit der Bevölkerung mit den grundlegenden Plattformproblemen alleingelassen, da besagte Plattformen sowie manipulative Akteure weiterhin „business as usual“ betreiben können.

Die eigentlichen Herausforderungen sind struktureller Natur:

- Algorithmisch kuratierte und gesteuerte Inhaltsvermittlung, die auf maximale Verweildauer und Interaktionsraten statt auf Informationsqualität optimiert ist
- Geschäftsmodelle, die auf Datenextraktion und Verhaltensmanipulation basieren
- Paywalls, die Qualitätsjournalismus für ressourcenschwache Nutzerinnen und Nutzer – insbesondere Jugendliche – unzugänglich machen
- Nachlassende Lese-, Urteils- und Kommunikationskompetenzen bei Kindern und Jugendlichen, die nicht allein durch eine Bildschirmzeitbegrenzung adressiert werden können – zumal politische Kräfte an den Rändern der Gesellschaft durch Parolen wie „Lügenpresse“ oder „Fake News“ eine wichtige Säule der Demokratie diskreditieren

2. Das übersehene Problem: Lesekompetenz und demokratische Teilhabe

2.1 Der Rückgang der Lesekompetenz

Die Fähigkeit junger Menschen, längere und komplexe Texte zu lesen, zu erfassen, zu analysieren und zu reproduzieren, hat sich in den vergangenen Jahren nachweislich verschlechtert. Internationale Studien belegen einen konsistenten Rückgang, der besonders bei

unter 12-Jährigen alarmierend ist (McElvany et al., 2023; OECD, 2023). Universitäten beobachten veränderte bzw. begrenzte Basisfähigkeiten bei Studienanfängerinnen und -anfängern (Horowitch, 2024; Bergmann, 2024), inklusive eines nachlassenden Textverständnisses.

Die Ursachen sind vielschichtig. Social-Media-Plattformen mit ihrer Logik des endlosen Scrollens und fragmentierten Informationskonsums anhand kurzer Texte oder Videos tragen sicher dazu bei, sie sind aber nicht der einzige Faktor. Entscheidend ist auch, dass Qualitätsjournalismus – jenseits der Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR) – für junge Nutzerinnen und Nutzer systematisch unzugänglich ist. Verlage verstecken ihre besten Inhalte hinter Paywalls und erreichen junge Menschen bestenfalls mit kurzen Teasern und Snippets über Instagram, TikTok & Co., ohne sie jemals an das eigentliche Produkt heranzuführen. So fehlt der direkte Zugang zu Berichterstattung, die faktentreu, kontextualisierend und perspektivenreich zusammenträgt, was für das demokratische Gemeinwesen bedeutsam ist und nicht nur, was Klicks generiert.

Lesen ist hierbei weit mehr als reine Informationsaufnahme. Es ist eine Grundvoraussetzung für kritisches Urteilen und demokratische Meinungsbildung, Empathie und Perspektivwechsel sowie die Fähigkeit, sich eine andere, bessere Welt vorzustellen – auch und vor allem angesichts von Doomscrolling und politischer Entmutigung.

2.2 Zugang als Gerechtigkeitsfrage

Knapp jedes vierte Kind in Deutschland ist von Armut oder sozialer Ausgrenzung betroffen (Statistisches Bundesamt, 2024). Der Zugang zu Qualitätsjournalismus und damit zu einer zentralen Ressource demokratischer Teilhabe ist in Deutschland qua Geschäftsmodell de facto sozial selektiv – auch über digitale Kioske und Apps mit Flatrates wie Readly, Zinio oder YUMPU. Das ist keine Randnotiz, denn Artikel 17 der UN-Kinderrechtskonvention garantiert Kindern ausdrücklich das Recht auf Zugang zu Informationen aus verschiedenen nationalen und internationalen Quellen (Unicef, 1992) – ein Recht, das durch sozial selektive Geschäftsmodelle systematisch unterlaufen wird und junge Menschen auf digitalen Plattformen mit denjenigen allein lässt, die sie ideologisch manipulieren und verführen wollen. Nicht umsonst sind extremistische Parteien wie die AfD auf Instagram und TikTok so aktiv (Janson, 2024). Wer das nicht als politisches Problem begreift, hat die Debatte noch nicht zu Ende gedacht.

Hinzu kommt: Die Leserschaft großer Tageszeitungen überaltert rapide, vor allem in der gedruckten Version. Insgesamt hängen traditionelle Medien wie TV, Radio und Print sowieso stark von der Generation 55+ ab (Behre et al., 2025). Für zwei Drittel der 18- bis 24-Jährigen in Deutschland sind dagegen soziale Medien eine regelmäßig genutzte Nachrichtenquelle, während 17 Prozent Nachrichten ausschließlich über Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube beziehen (Höllig et al., 2026). Zwar berichtet der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2025), dass fast 61 Prozent der 14- bis 29-Jährigen wöchentlich gedruckte und digitale Zeitungsangebote nutzen, aber dazu zählen dann auch etwa ebay Kleinanzeigen, Web.de und mobile.de, die mit relevanter journalistischer Berichterstattung als Basis politischer Meinungsbildung wenig zu tun haben. Und 93 Prozent der 18- 24-Jährigen in Deutschland stimmen der Aussage zu, dass mindestens ein Teil ihrer Nachrichtenbedürfnisse mittlerweile

von Content Creators, sogenannten Newsfluencern bzw.News Creators befriedigt werden (Höllig et al., 2026).

Ähnliches gilt für Jugendliche ab zwölf Jahren, wobei mit zunehmendem Alter TikTok und Instagram sowie Newsfluencer relevanter für den Nachrichtenüberblick werden (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2025). Um sich über das Weltgeschehen zu informieren, nutzen Teenager zwar häufig noch Radio und TV oder tauschen sich im Familien- und Freundeskreis aus. Aber digitale Medien nehmen auch hier eine immer größere Rolle ein, allen voran Instant-Messenger und Social Media wie WhatsApp und Snapchat, aber auch KI-generierte Inhalte und Zusammenfassungen, die nur eine limitierte Sicht auf die Welt ermöglichen (ebd.).

Daher sei gesagt: Wer heute junge Menschen nicht mit journalistischen Angeboten erreicht, wird morgen keine zahlenden Abonnentinnen und Abonnenten haben. Das Problem betrifft in erster Linie Verlage. Aber auch öffentlich-rechtliche Medien müssen sich fragen, ob ihre Digitalstrategien dazu führen, dass junge Menschen an ihre Nachrichtenmarken herangeführt werden und diese dann auch als Erwachsene nutzen. So zeigt sich, wie die systematische Unzugänglichkeit von Qualitätsjournalismus den demokratischen Informationsraum insgesamt in Frage stellt und jenen das Feld überlässt, die das Vertrauen in Qualitätsmedien und den Nachrichtenjournalismus erschüttern wollen.

3. Was nicht funktioniert – und warum

3.1 Bußgelder und Altersgrenzen allein

Altersgrenzen auf kommerziellen Plattformen sind sowohl technisch als auch rechtlich – jenseits des Hausrechts der Plattformen – schwer durchzusetzen (Barnes et al., 2026). Ein deutscher Alleingang ist angesichts des Digital Services Act (DSA) als übergeordneter europäischer Rechtsverordnung undenkbar (Leiendecker, 2025), wobei Art. 28 DSA Plattformen zwar zu geeigneten Schutzmaßnahmen für Minderjährige verpflichtet, sie aber ausdrücklich von der Pflicht befreit, für die Altersverifikation zusätzliche Daten erheben zu müssen. Hierin liegt ein strukturelles Dilemma, das Altersgrenzen als Durchsetzungsinstrument weiter schwächt. Zudem reguliert eine Altersbegrenzung nur Symptome, nicht die Ursachen.

Dennoch eint Befürworterinnen und Gegner von Social-Media-Verboten eine gemeinsame Forderung: Plattformen müssen stärker in die Pflicht genommen werden durch wirksame Schutzmaßnahmen für Minderjährige, jenseits einfacher Altersverifikation und durch aktive Förderung von Medienkompetenz.

Auch die Konzerne hinter Instagram, TikTok, Snapchat & Co. selbst bekennen sich öffentlich – zumindest in Teilen – zu diesen Zielen. So hat Instagram etwa im Herbst 2024 ein sogenanntes Teen-Konto eingeführt mit dem Slogan „Standard-Schutz für Teens, weniger Sorgen für Eltern“ (Instagram, 2024), während der Konzern hinter der Plattform für „Digital Literacy“ (Meta, o.D.) wirbt und dafür Ressourcen für Jugendliche, Eltern und Lehrkräfte zur Verfügung stellt.

Es liegt nahe, bei Verstößen gegen diese Selbstverpflichtungen mit empfindlichen Bußgeldern zu reagieren. Doch die Erfahrungen mit dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) zeigen, dass dieser Mechanismus an seine Grenzen stößt: Betroffene Unternehmen reagieren vor allem mit dem Aufbau juristischer Kapazitäten, die Verfahren systematisch verzögern (Klausa, 2021;

Bundesamt für Justiz, 2023). Bußgelder werden so zur kalkulierbaren Betriebsgröße, nicht zum Anstoß für Verhaltensveränderung.

Wirksamer dürften deshalb Anreizstrukturen sein, die positives Engagement strukturell belohnen, etwa durch steuerliche Erleichterungen oder regulatorische Anerkennung, die an nachweisbare Investitionen in Medienkompetenz, Lesefähigkeit und unabhängige Wirkungsforschung geknüpft sind. Da die Plattformregulierung europäisch verfasst ist, ist diese Aufgabe eine für den europäischen Gesetzgeber. Ein DSA-kompatibles Anreizsystem, das Plattformen für nachweisbare Medienkompetenzinvestitionen belohnt, wäre konsequenter und nachhaltiger als nationale Alleingänge. Zudem fügt sie sich in die Logik des European Media Freedom Act (EMFA) ein.

3.2 Einzelne Medienangebote für Schulen

Es gibt bereits Angebote von Rundfunkanstalten für Schulen wie *ZDF goes Schule* oder *So geht Medien* des Bayerischen Rundfunks. Auch Zeitungsverlage engagieren sich mit Klassensätzen gedruckter Ausgaben bzw. E-Paper-Zugängen oder mit umfassenderen Angeboten wie *Zeit für die Schule*, dem Schul- und Lehrerportal *Fazschule* oder der *MedienStunde* der Aachener Zeitung. Nach eigenen Angaben des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) erreichen Zeitungsverlage mit ihren Medienprojekten „ein Viertel der allgemeinbildenden Schulen in Deutschland" (Ende, 2024). Diese Angebote sind alle wertvoll, haben aber strukturelle Grenzen:

- Sie kommen jeweils aus einer Hand und bieten damit zwangsläufig nur eine Perspektive
- Der Zugriff auf einen einzelnen Anbieter reicht für ausgiebige Recherche als Grundlage für die Meinungsbildung nicht aus
- Das Zusammensuchen verschiedener Quellen kostet Zeit, erzeugt bei digitalen Angeboten Tracking-Risiken und erfordert multiple Anmeldungen
- Die Angebote sind insgesamt fragmentiert, nicht aufeinander abgestimmt und dienen nicht selten nur der Selbstvermarktung ohne didaktischen und pädagogischen Mehrwert
- Die Wahrnehmung dieser Angebote ist stark vom Engagement einzelner Lehrkräfte oder Schulleitungen abhängig, sie erreichen somit nicht alle Schülerinnen und Schüler

Mit dem 2023 ins Leben gerufenen *Presseportal für Schulen* haben Lehrkräfte kostenlos Zugang zur redaktionellen Berichterstattung von mehr als 1.500 Zeitungen, Magazinen und Online-Medien. Das Portal ist eine Kooperation zwischen den Bundesländern, den Verwertungsgesellschaften VG Wort und VG Bild-Kunst sowie der PMG Presse-Monitor, einem Gemeinschaftsunternehmen deutscher Zeitungs- und Zeitschriftenverlage für die Zweitverwertung ihrer Inhalte. Letztere vertritt hier die Interessen der Verlage, die seit Inkrafttreten des aktuellen Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetzes (UrhWissG) im März 2018 ihre Zustimmung als Rechteinhaber für die „Nutzung von Volltexten für schulische Zwecke" (Medienkompetenzrahmen NRW, 2024) geben müssen. Als Ressource zur Erstellung von Unterrichtsmaterialien eignet sich das Portal, allerdings ermöglicht es Kindern und Jugendlichen kein selbständiges Recherchieren und Entdecken durch eigene Zugänge.

3.3 Medienkompetenz ohne Medienqualität

Wer nur Fake News erkennen kann, aber keinen Zugang zu Nachrichtenjournalismus hat, ist nicht medienkompetent. Urteilsfähigkeit setzt Kontakt mit urteilswürdigen Inhalten voraus. Das aber ist für Kinder und Jugendliche, die sich vor allem auf Social Media bewegen, nur in kleinen Häppchen möglich – Wasser auf die Mühlen der Befürworterinnen und Befürworter eines Social-Media-Verbots für Kinder und Jugendliche.

Allerdings wird verkannt, dass für 44 Prozent der 18- bis 14-Jährigen, aber eben auch für 34 Prozent der 25- bis 34-Jährigen und ein Viertel der 35- bis 44-Jährigen in Deutschland soziale Medien die Hauptnachrichtenquelle sind (Höllig et. al, 2026). Und auch Ältere ab 45 nutzen nicht nur regelmäßig Online-Quellen, sondern vermehrt Social Media und beziehen ihre Nachrichten von Newsfluencern statt von journalistischen Medien (ebd.). Dieses Nachrichtennutzungsverhalten ist also keineswegs nur auf Jüngere beschränkt. Gleichzeitig ist gut belegt, dass Plattformmechanismen systematisch Inhalte bevorzugen, die emotionalisieren und unterhalten – sogenannte Soft News – und eben nicht solche, die politisches Wissen aufbauen (Shin et al., 2024).

Zudem suchen nur wenige Menschen auf Instagram, TikTok, X, Reddit und anderen sozialen Medien gezielt nach Nachrichten und journalistischen Inhalten. Nachrichten werden eher beiläufig aufgenommen und tragen nicht zum Wissenserwerb bei, der für eine demokratische Teilhabe relevant ist (In der Au et al., 2017; Boukes, 2019). Letztlich erzeugt Social Media als Nachrichtenquelle eine Verzerrung in der Wahrnehmung des Weltgeschehens hinsichtlich der Themenrelevanz, des Tons und des Framings bzw. der Narrative. Aber bei dieser Verzerrung handelt es sich nicht um ein Nutzungsverhalten-Problem, sondern um ein Designproblem der Plattformen, das alle betrifft – Jugendliche ebenso wie Erwachsene.

Wer nur einen eingeschränkten oder gar keinen Zugang zu Qualitätsjournalismus hat, kann ihn weder bewerten, noch sich perspektivenreich, ausgewogen und ausreichend informieren. Wer nie längere Artikel oder Reportagen liest, kann Nachrichten und Ereignisse kaum kontextualisieren und sich eine fundierte Meinung bilden. Wer Qualitätsjournalismus nicht kennt, kann ihn nicht einfordern. Und da immer weniger Haushalte regelmäßig eine gedruckte Zeitung oder ein Printmagazin vorzuweisen haben (ZMG, 2024), haben Kinder und Jugendliche auch analog kaum Zugang zu Qualitätsjournalismus. Die Zeiten, da auf dem Küchentisch eine Zeitung lag, die sich eine Familie geteilt hat, sind schlicht vorbei. Der Medienwandel isoliert daher vor allem Jüngere von einer qualitativen und relevanten aktuellen Berichterstattung und dem Wissen, was guten Journalismus ausmacht. So fällt es ihnen zunehmend schwer, eine positive Haltung zu Pressefreiheit und Meinungsvielfalt zu entwickeln, Informationen von Meinungen zu unterscheiden und sich auf einen konstruktiven politischen Diskurs einzulassen.

4. „Spotify für Journalismus“ – und warum es sich für Verlage lohnt

4.1 Grundidee

Wir schlagen die Entwicklung einer gemeinnützigen, europäischen digitalen Plattform vor – ein **„Spotify für Journalismus“** oder ein **„Netflix für Nachrichten“** –, die folgende Grundprinzipien verbindet:

- **Niedrigschwelliger Zugang:** Kinder und Jugendliche erhalten über Schule oder Bibliothek per Code einen Zugang, ohne persönliche Anmeldung
- **Datenarmut und Anonymität**: keine Nutzerprofile, kein Tracking, keine Werbung
- **Europäischer Datenschutz**: ausschließlich europäische Server-Anbieter kommen in Frage, so gibt es kein Cloud-Act-Risiko, die Einhaltung der DSGVO ist garantiert
- **Multiperspektivität**: Inhalte verschiedener, europäischer Qualitätsmedien werden angeboten, kuratiert nach transparenten Kriterien
- **Algorithmische Transparenz**: die Plattform zeigt offen, nach welchen Kriterien Inhalte kuratiert werden, so wird das Verstehen algorithmischer Auswahlprozesse selbst zum Lerngegenstand
- **Kostenfreier Zugang:** für Kinder und Jugendliche bis 21 als Lernende wird ohne Altersbeschränkung Zugang zur Plattform gewährt, optional mit entgeltlichen Bereichen für Lehrkräfte und Institutionen wie Schulen oder außerschulischen Bildungsorten

4.2 Was Verlage gewinnen

Dieses Modell funktioniert nur, wenn Qualitätsverlage mitmachen – und dafür braucht es einen strukturellen Anreiz.

Problem: Das Durchschnittsalter der Leserinnen und Leser der meisten überregionalen Tageszeitungen liegt jenseits der 50. Wer in jungen Jahren keine Medien- bzw. Nachrichtenmarken kennenlernt, wird sie später kaum plötzlich abonnieren. Das ist keine demografische Randnotiz, sondern eine Frage des mittelfristigen Überlebens. Auch ARD und ZDF kennen dieses Problem mit dem Übergang von FUNK-Angeboten auf YouTube zu Nachrichten, Dokumentation und Wissensformaten im öffentlich-rechtlichen Streaming-Netzwerk (Hess, 2025) und müssen ihre Angebote entsprechend anpassen. Wer den besten Journalismus der Welt macht, aber damit junge Menschen nicht mehr erreicht, wird seiner demokratischen Aufgabe nicht gerecht.

Chance: Die Plattform bietet Verlagen eine datengeschützte Umgebung, in der sie junge Menschen mit ihrem besten Journalismus erreichen – ohne Algorithmus, ohne Konkurrenz durch Werbung, ohne Reputationsrisiko durch assoziierte Clickbait-Inhalte.

Gemeinsame Qualitätsstandards: Wer Content einbringt, wirkt an der Entwicklung gemeinsamer redaktioneller Kriterien mit. Das stärkt die Branche insgesamt und könnte Impulse für Formate setzen, die erklären, einordnen und Zusammenhänge sichtbar machen - Qualitäten, die dem konstruktiven Journalismus nahestehen und für junge Zielgruppen besonders relevant sind (Newman et al., 2025).

Nachwuchsförderung: Wer über die Plattform zudem in Kontakt mit jungen Menschen tritt, investiert in seine künftige Leserschaft – und bestenfalls in einen Berufsnachwuchs mit dem richtigen ethischen Mindset .

Alle Medienhäuser, die bereits Bildungsangebote betreiben, sind herzlich eingeladen, Inhalte beizusteuern und Teil dieser Bildungspartnerschaft zu werden. Nicht als Konkurrenz zu eigenen

Angeboten, sondern als Ergänzung und als gemeinsames Signal an die Öffentlichkeit und vor allem an die Jugend.

5. Die Plattform im Überblick

Die Plattform verbindet Medienzugang und Medienkompetenz in einem datensparsamen, mehrsprachigen europäischen Raum. Sie gliedert sich in drei aufeinander aufbauende Bereiche.

Kuratierte Artikelbibliothek. Qualitätsmedien spenden oder lizenzieren tagesaktuelle Artikel (nach UrhWissG). Ein Medien- und Ethikbeirat entscheidet nach transparenten, demokratischen und journalistischen Kriterien, welche Inhalte aufgenommen werden – er schließt nicht aus, was schaden könnte, sondern inkludiert, was Qualität hat.

Hintergrundwissensbibliothek. Qualitätsjournalismus setzt Vorwissen voraus. Ergänzend stehen Lexikoneinträge, Fach- und Grundlagentexte zur Verfügung (nach UrhWissG), die kontextuelles Verstehen ermöglichen. Pädagogisch folgt die Kombination aus Artikel und Hintergrundtext der Idee des Spiralcurriculums nach Bruner (1960). Sie ist die Bedingung dafür, dass Lesen zu Verstehen wird, und leistet einen Beitrag zur gemeinsamen epistemischen Basis einer demokratischen Gesellschaft.

Kommunikations- und Begegnungsbereich (ab 16 Jahren). Ein moderierter Peer-Diskursraum ermöglicht eine gewaltfreie, plurale und demokratische Onlinekommunikation als gelebte Praxis. Die Kommunikation ist thematisch organisiert, nicht personenbezogen: keine Profile, keine Follower-Zahlen, keine Likes. Moderiert wird von ausgebildeten Peer-Moderatorinnen und -Moderatoren.

> *Der Kommunikations- und Begegnungsbereich fragt nicht: Wie viele reagieren? Er fragt: Wie gut wird argumentiert?*

Ergänzend bündelt ein **„Markt der Möglichkeiten“** bestehende Angebote der Medienbildungslandschaft und eröffnet Jugendlichen z.B. einen niedrigschwelligen Einstieg in Journalismus als Praxis und Beruf – vom Entdecken über das Mitmachen bis zum eigenen Gestalten - oder ein Diskussionsforum „Journalismus trifft Jugend“.

Die **europäische Ausrichtung** ist kein logistisches Detail, sondern ein inhaltliches Argument: Wer denselben Nachrichtengegenstand in der französischen, polnischen und deutschen Berichterstattung liest, begreift, dass jede Nachrichtenlage auch ein nationales Konstrukt ist, erfährt unterschiedliche Perspektiven und stärkt interkulturelles Wissen. Eine europäische Qualitätsplattform kann gemeinsame Gesprächsgrundlagen schaffen, ohne Homogenisierung zu erzwingen – und wäre ein souveräner europäischer Gegenentwurf zur Dominanz US-amerikanischer Plattformkonzerne.

6. Was jetzt gebraucht wird

Wir richten uns mit konkreten Erwartungen an verschiedene Akteure:

An die Bundesregierung und Länderparlamente: Ergänzt die Regulierungsdebatte um ein Angebotsprogramm. Stellt Mittel für eine gemeinnützige, plurale Qualitätsjournalismus-Plattform

bereit z.B. über Bildungs- und Medienfonds (EU/ Bund/ Länder) für Plattformentwicklung, Lizenzverhandlungen und den Aufbau des Peer-Moderationsprogramms. Prüft steuerliche Anreize für Verlage und erweitert den UrhWissG-Rahmen für den eigenständigen Volltext-Zugriff durch Schülerinnen und Schüler.

An EU-Institutionen: Nutzt die Plattform als konkretes Umsetzungsprojekt des European Media Freedom Act. Horizon Europe (Cluster 2: Demokratie und digitale Resilienz) und Creative Europe bieten geeignete Finanzierungsrahmen für eine europäische Pilotphase, die entsprechend wissenschaftlich begleitet und evaluiert werden kann.

An Medienförderinstitutionen: Wir laden die Landesmedienanstalten ein, gemeinsam eine Machbarkeitsstudie zu initiieren und eine deutsche Pilotphase zu fördern, die als Grundlage für eine europäische Erweiterung dienen kann.

An Verlage und Medienunternehmen: Begreift junge Menschen nicht als verlorene Zielgruppe, sondern als Überlebensfrage. Bringt eure besten Inhalte nicht als Almosen ein, sondern als strategisches Engagement für eure eigene Zukunft. Nutzt den UrhWissG-Rahmen, um Beteiligung strukturell abzusichern.

An Schulen und Bildungseinrichtungen: Nutzt die Plattform als curricular eingebettetes Werkzeug für politische Medienbildung – nicht als Zusatzangebot, sondern als strukturellen Bestandteil des Unterrichts. Das ist politische Bildung in der gelebten Praxis.

An die Zivilgesellschaft und Medienbildung: Besteht auf Angeboten statt nur auf Verboten. Setzt Qualität und Zugangsgerechtigkeit auf die Agenda und bringt eure Expertise in den Medien- und Ethikbeirat der Plattform ein.

7. Fazit

Die Frage ist nicht, ob Jugendliche Social Media nutzen. Sie tun es und werden es tun. Die Frage ist, was daneben existiert: welche Alternativen, welche Qualität, welcher Zugang.

Demokratie braucht Menschen, die lesen, verstehen, reflektieren, urteilen und sich einbringen können. Diese Fähigkeiten entstehen nicht durch Verbote. Sie entstehen durch Angebote, Begegnung, Bildung und durch eine Infrastruktur, die das ermöglicht: europäisch gedacht, lokal verankert, demokratisch verfasst. Und durch den Glauben, dass junge Menschen es wert sind, ernst genommen zu werden.

*Das ist kein naiver Optimismus. Es ist das konsequente **Und**: Schutz und Teilhabe, Regulierung und Angebot, Medienkompetenz und Medienzugang. Es ist die Grundlage einer wehrhaften Demokratie.*

Literatur

Barnes, C.; Hall, A.; Mantach, S.; Oldmeadow, C.; Attia, J.; Backholer, K.; Williams, C.; Tefera, Y.; Kay, F.; & Wolfenden, L. (2026). Assessing early effects of Australia's Social Media Minimum Age Act on adolescents' social media use: observational study, *British Medical Journal* 2026; 393. doi: https://doi.org/10.1136/bmj-2026-363695

Beckedahl, M. (2026). Social-Media-Verbot für junge Menschen – mehr Aktionismus als sinnvolle Strategie. *Zentrum für Digitalrechte und Demokratie*. https://digitalrechte.de/news/social-media-verbot-fuer-junge-menschen-mehr-aktionismus-als-sinnvolle-strategie

Behre, J.; Hölig, S.; & Möller, J. (2025). Reuters Institute Digital News Report 2025 – Ergebnisse für Deutschland. Verlag Hans-Bredow-Institut.

Bergman, L. (2024). Students' reading in higher education: Challenges and ways forward. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 67(6), 414-423. https://doi.org/10.1002/jaal.1346

Boukes, M. (2019). Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on learning about the news. *Journal of Information Technology & Politics*, *16*(1), 36–51. https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1572568

Bruner, J. S. (1960). The Process of Education. Harvard University Press

Bundesamt für Justiz (2023, 3. April). Änderung der Pressemitteilung vom 2. März 2023: Bundesamt für Justiz hält Bußgeldbescheide in Höhe von 5,125 Millionen Euro gegen das soziale Netzwerk Telegram aufrecht. https://www.bundesjustizamt.de/DE/ServiceGSB/Presse/Pressemitteilungen/2023/20230302.html

Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2026). Entwicklung stärken, Verantwortung übernehmen. Für ein gutes Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen in der digitalen Welt. Handlungsempfehlungen der Unabhängigen Expertenkommission „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt".

Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2025). Reichweiten der Zeitungen. https://www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/reichweiten-der-zeitungen

Destatis (2024). *Knapp jedes vierte Kind in Deutschland von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht*. Pressemitteilung Nr. N033/63. Statistisches Bundesamt https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/07/PD24_N033_63.html

Deutscher Bildungsserver (o.D.). Landesbildstellen / Medienzentren. https://www.bildungsserver.de/schule/landesbildstellen-medienzentren-525-de.html

Deutschlandfunk Kultur (2024.3. Februar): Was Tablets und Computer in Schulen bringen. https://www.deutschlandfunkkultur.de/digitalisierung-schule-100.html

Die Medienanstalten (2025). Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). https://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/jugendmedienschutz-staatsvertrag/

DPA (2025). CSU zur Social-Media-Altersgrenze. *Süddeutsche Zeitung.* https://www.sueddeutsche.de/politik/bundesregierung-csu-vorstand-sieht-social-media-altersgrenze-skeptisch-li.3392962

Ende, T. (2024). Wie Zeitungen die Digitalisierung deutscher Schulen unterstützen. Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger. https://www.bdzv-relevant.de/perspektive/wie-zeitungen-die-digitalisierung-deutscher-schulen-unterstuetzen/

European Parliament and Council of the European Union (2022). Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). *Official Journal of the European Union, L 277*, 1–102. eur-lex.europa.eu

European Parliament and Council of the European Union (2024). Regulation (EU) 2024/1083 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 establishing a common framework for media services in the internal market and amending Directive 2010/13/EU (European Media Freedom Act). http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj

GMK - Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (2026). Stellungnahme der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) zum SPD-Impulspapier

„Sichere Soziale Medien" vom 15. Februar 2026. *GMK*. https://www.gmk-net.de/2026/02/19/stellungnahme-der-gmk-zum-spd-impulspapier-sichere-soziale-medien-vom-15-02-2026/

Grüne Fraktion Bayern (2025). Gesund heranwachsen im digitalen Zeitalter. https://www.gruene-fraktion-bayern.de/themen/medien-kultur-sport/gesund-heranwachsen-im-digitalen-zeitalter/

Habermas, J. (1991). *Erläuterungen zur Diskursethik*. Suhrkamp.

Hess, C. (2025). ARD/ZDF-Medienstudie 2025: Trends bei den Video-Streamingplattformen. *Media Perspektiven* 32, 1-7. https://www.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/2025/detailseite-2025/ard-zdf-medienstudie-2025-trends-bei-den-video-streamingplattformen

Höllig, S.; Behre, J.; Stöwing, E.; & Möller, J. (2026). *Reuters Institute Digital News Report 2026: Ergebnisse für Deutschland.* Verlag Hans-Bredow-Institut.

Horowitch, R. (2024). The Elite College Students Who Can't Read Books. *The Atlantic*, November. https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2024/11/the-elite-college-students-who-cant-read-books/679945/

In der Au, M., Wieland, M., & Zeitler, A. (2017). Zufällig gut informiert? Folgen gezielter und zufälliger Nachrichtenkontakte für politisches Wissen und subjektive Informiertheit. *Medien Journal,* 2, 61-75.

Instagram (2024). Neu: Teen-Konten – Standard-Schutz für Teens, weniger Sorgen für Eltern. https://about.instagram.com/de-de/blog/announcements/instagram-teen-accounts

Janson, M. (2024). Social Media. AfD auf Social Media am breitesten Aufgestellt. Statista. https://de.statista.com/infografik/7616/fans-der-parteien-in-den-sozialen-netzwerken/

Jornitz, S. (2024): Mit oder ohne Tablet lernen?! *Bpb.* https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/549556/mit-oder-ohne-tablet-lernen/

Karolinska Institutet (2023). *Yttrande över Skolverkets förslag till nationell digitaliseringsstrategi för skolväsendet 2023–2027.* Dnr 1-322/2023. Stockholm: Karolinska Institutet. https://ki.se/sites/default/files/2023-04/yttrande-skolverkets-forslag-nationell-digitaliseringsstrategi.pdf

Klausa, T. (2021). NetzDG-Verstöße: Facebook zahlt fünf Millionen Euro. *Tagesspiegel Background* (03.09.2021). https://background.tagesspiegel.de/digitalisierung-und-ki/briefing/netzdg-verstoesse-facebook-zahlt-fuenf-millionen-euro

Landtag Brandenburg (2026). 14. (öffentliche) Sitzung des Ausschusses für Bildung, Jugend und Sport. https://www.landtag.brandenburg.de/de/47441

Leiendecker, F. (2025). Social-Media-Verbot: Welche rechtlichen Hürden bestehen. ZDF (01.03.2026). https://www.zdfheute.de/politik/deutschland/social-media-verbot-spd-vorschlag-eu-datenschutz-meinungsfreiheit-100.html

Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*, *7*, 74–101. https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1

Madigan, S., McArthur, B. A., Anhorn, C., Eirich, R., & Christakis, D. A. (2020). Associations Between Screen Use and Child Language Skills: A Systematic Review and Meta-analysis. *JAMA pediatrics*, 174(7), 665–675.

McElvany, N., Lorenz, R., Frey, A., Goldhammer, F., Schilcher, A.; & Stubbe, T.C. (Hrsg.) (2023). *IGLU 2021. Lesekompetenz von Grundschulkindern im internationalen Vergleich und im Trend über 20 Jahre*. Waxmann Verlag

Medienkompetenzrahmen NRW (2024). Tagesaktueller Journalismus im Unterricht: Das Presseportal für Schulen. https://medienkompetenzrahmen.nrw/aktuelles/detail/tagesaktueller-journalismus-im-unterricht-das-presseportal-fuer-schulen

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2025). *JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Meta (o.D.). Digital Literacy. https://www.meta.com/de-de/safety/topics/digital-literacy/?srsltid=AfmBOop6Xs9svs_iqVWFwmNt5l_Qko-LK-TPjFc8DR7WgUbMZdV82Ed3

Neiling, M. (2025). Einschätzung der Risiken von Cloud-Produkten US-amerikanischer Hersteller aus datenschutzrechtlicher Sicht (Anlass: Angedachte Nutzung von Microsoft 365). Technische Universität Berlin. https://blogs.tu-berlin.de/datenschutz_notizen/2025/05/12/risiken-von-cloud-produkten-us-amerikanischer-hersteller/

Newman, N.; Ross Arguedas, A.; Robertson, C. T.; Kleis Nielsen, R.; & Fletcher, R. (2025). *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

OECD (2023), *PISA 2022 Results (Volume I): The State of Learning and Equity in Education*. PISA. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/53f23881-en.

OECD (2015). *Students, Computers and Learning: Making the Connection*. PISA, OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/9789264239555-en

Pörksen, B. (2023). Die redaktionelle Gesellschaft Eine konkrete Utopie für die digitale Diskurskultur. *Aus Politik und Zeitgeschichte,* 43-45, 18-24.

Shin, J., Lewis, S. C., Kim, S., & Thorson, K. (2025). Does high-quality news attract engagement on social media? Mediatization, media logic, and the contrasting values that shape news sharing, liking, and commenting on Facebook. *New Media & Society*, *27*(6), 3637-3657.

Siller, F. & Zinsmeister, J. (2023). Gutachten Kinderrechte im digitalen Umfeld. Schriftenreihe des Deutschen Kinderhilfswerkes e.V., Heft 14.

Singer, L.M. & Alexander, P.A. (2017). Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration. *The Journal of Experimental Education*, 85(1), 155–172.

Unicef (1992). *Konvention über die Rechte des Kindes*. Unicef. https://www.unicef.de/194402/data/77afdd9d17e246129b04e8aef70a01ab

ZMG (2024). Zeitungen sind für 34 Millionen Deutsche ein täglicher Begleiter. ZMG. https://zmg.de/services/reichweiten-der-zeitungen/print-reichweiten

Über die Autorinnen

Christina Dinar ist an digitalen Öffentlichkeiten interessiert, die von Communities geprägt werden und ihre eigenen Regeln zum Umgang mit Hate Speech und Desinformation entwickeln. So entsteht für sie ein digitaler Raum, der vielfältiger, demokratischer und auch gemeinwohlorientiert ist - in der auch Soziale Arbeit einen Platz und eine Aufgabe hat. Aus der Pädagogik kommend hat sie das “Digital Streetwork” mitentwickelt, das bestehende Ansätze aufsuchender Unterstützungsangebote in eine digitale Umwelt transformiert. Zur Zeit ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der KHSB Berlin und promoviert dort zu Digital Streetwork als aufsuchende Arbeit in Sozialen Medien.

Adriana Leidenberger ist Magistra Atrium der Politikwissenschaft und Romanistik, Expertin für digitalen Wandel in Schule und Unterricht, Autorin für Schulbuchverlage wie Auer Verlag und Wochenschau Verlag sowie Mitgründerin des Kompetenzprojekt Bildung. Sie unterrichte seit 2013 Politik, Englisch, Spanisch und Französisch an einem Gymnasium. Seit 2026 ist sie Kooperationspartnerin des Center for Media and Information Literacy (CeMIL) an der FU Berlin.

Tong-Jin Smith ist promovierte Politikwissenschaftlerin und Journalistin. Seit 1992 ist sie für renommierte Medien tätig, darunter Welt am Sonntag, Tagesspiegel, Berliner Morgenpost und ZDF. Seit 2014 lehrt sie an verschiedenen Berliner Hochschulen und hat 2019 das Center for Media and Information Literacy (CeMIL) an der FU Berlin mitgegründet. Im selben Jahr ist sie an der HMKW Berlin (heute Media University of Applied Sciences) als Professorin für Journalismus berufen worden. Seit 2025 ist sie zudem bei futur eins e.V. für Bildungsthemen verantwortlich. Tong-Jin forscht und lehrt zu Medienmündigkeit, Nachrichten- und Informationskompetenz, alternativen Medien und der Transformation von Journalismus und Demokratie in der digitalen Öffentlichkeit.

Kontakt: cemil@polsoz.fu-berlin.de