

«ERKLÄRUNG VON LUXEMBURG»

Wer den Informationsfluss kontrolliert, kontrolliert die Demokratie. Diese Kontrolle darf nicht bei digitalen Gatekeepern monopolisiert werden.

Die Politik steht an einem historischen Scheideweg: Entweder sichert sie die Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Basis unabhängiger Medien – oder sie überlässt die Grundlage der demokratischen Öffentlichkeit wenigen globalen Plattformkonzernen und KI-Anbietern.

Digitale Gatekeeper kontrollieren Reichweite, Daten, Werbemärkte und zunehmend Inhalte. Damit bestimmen sie, was Menschen sehen, was sie glauben und diskutieren sollen. Das ist ein Marktproblem und ein demokratisches Risiko. Aus diesem Grund stellen die Verlegerverbände aus Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz klare Forderungen an die Politik.

1. Plattformen und KI: Meinungsmacht begrenzen, Journalismus schützen

KI-Anbieter und Plattformen verwerten journalistische Inhalte systematisch – ohne Transparenz, ohne Zustimmung und oft ohne Vergütung. Gleichzeitig entstehen KI-generierte Inhalte der Gatekeeper, die journalistische Angebote imitieren, ohne deren Verantwortung zu tragen. Mit der Steuerung der KI-Algorithmen durch wenige nichteuropäische Anbieter entsteht zudem ein erhebliches Risiko der Manipulation öffentlicher Meinung.

Das ist nicht akzeptabel. Deshalb braucht es jetzt klare und durchsetzbare Regeln:

- **Transparenz über Algorithmen, Trainingsdaten und Rankinglogiken** – Schluss mit Black Boxes, die öffentliche Meinung strukturieren.
- **Durchsetzbare Verfügungsrechte** für Medienhäuser über ihre Inhalte.
- **Verpflichtende Vergütung** für jede Nutzung redaktioneller Inhalte durch KI und Plattformen.
- **Diskriminierungsfreie Auffindbarkeit journalistischer Inhalte** – keine Selbstbevorzugung von Plattformangeboten.
- **Klare Grenzen für KI-generierte Nachrichtenangebote marktbeherrschender Plattformen.**

2. Werbemarkt: Finanzierung sichern statt sie weiter aushöhlen

Der digitale Werbemarkt ist massiv verzerrt. Ein Großteil der Erlöse fließt zu wenigen Plattformen – nicht wegen besserer Inhalte, sondern wegen struktureller Marktmacht. Das entzieht dem Journalismus die wirtschaftliche Grundlage. Milliardenbeträge sind in den letzten Jahren für die Finanzierung europäischer Medieninhalte verloren gegangen und in die USA oder nach China geflossen.

Ein funktionierender Werbemarkt ist keine Branchenforderung. Er ist eine Voraussetzung für demokratische Öffentlichkeit. Nötig ist darum Folgendes:

- **Für redaktionelle Medienangebote, insbesondere in der EU, müssen datengetriebene Geschäftsmodelle einfach und unbürokratisch möglich bleiben**, insbesondere durch:
 - ein eigenes einfaches Einwilligungsmanagement der einzelnen Presseunternehmen selbst,
 - rechtssichere Nutzung von Daten für Werbung und Analyse,
 - Absicherung von „Consent-or-Pay“-Modellen.
 - Privilegierung bei der Datennutzung zur Gewinnung von neuen Nutzerinnen und Nutzern.
- **Offenlegung und Kontrolle von Werbealgorithmen digitale Gatekeeper.**
- **Begrenzung marktverzerrender Praktiken dominanter Plattformen.**
- **Der Erhalt bestehender Werberegulungen beim Rundfunk und die Einführung quantitativer Werbegrenzen bei digitalen Gatekeepern.**
- **Verpflichtende Beteiligung der Gatekeeper an der Finanzierung journalistischer Angebote.**

3. Staatliche Medienaktivitäten: Ergänzen statt verdrängen

Neben den globalen Plattformen wächst ein weiteres Problem: Die Ausweitung von staatlich betriebenen oder veranlassten Medienaktivitäten im digitalen Raum. Wenn staatlich finanzierte oder beauftragte Angebote presseähnliche Inhalte kostenlos bereitstellen, entstehen direkte Wettbewerbsverzerrungen – zulasten privat finanzierter Medien.

Das ist ordnungspolitisch widersprüchlich. Staatliche und staatlich beauftragte Angebote dürfen nicht in Konkurrenz zu funktionierenden privatwirtschaftlichen Medien treten. Im Gegenteil muss die vielfältige private Presse gestärkt werden. Sonst wird Vielfalt nicht gesichert, sondern untergraben. Das Beihilfenrecht in der EU, respektive die Konzession und Medienförderung in der Schweiz muss daher:

- **Klare Grenzen für marktverdrängende digitale Aktivitäten der öffentlichen Hand und öffentlich-rechtlicher Inhalteanbieter setzen.**
- **Möglichkeiten der Förderung und steuerlichen Erleichterungen von privatwirtschaftlich agierenden Medien stärken.**

Das Wettbewerbsrecht muss:

- **Kooperationen privater Medien besser ermöglichen.**

4. Recht auf Vergessen – ohne Geschichtsumschreibung

Das Recht auf Vergessen darf nicht zum Recht auf Umschreiben der Geschichte werden:

- **Gerade bei Themen von öffentlichem Interesse ist es unerlässlich, dass journalistische Archive vollständig und unverändert erhalten bleiben.**

Eine nachträgliche Tilgung relevanter Berichterstattung gefährdet die Integrität der öffentlichen Erinnerung und damit die Grundlage demokratischer Rechenschaft.

Fazit: Demokratie braucht Journalismus

Europa kann es sich nicht leisten, seine Informationsordnung aus der Hand zu geben. Das gilt für die EU, analog dazu aber genauso für die Schweiz.

Wenn privatwirtschaftliche journalistisch-redaktionelle Medien weiter wirtschaftlich geschwächt werden, entstehen Informationsräume ohne Verantwortung, ohne Einordnung und ohne verlässliche Faktenbasis.

Demokratie braucht Journalismus. Und Journalismus braucht faire Regeln. Jetzt.

Luxemburg, 17. April 2026



Dr. Jörg Eggers
Vorstandsvorsitzender BDZV



Andrea Masüger
Präsident Verband
SCHWEIZER MEDIEN



Mag. Maximilian Dasch
Präsident des Präsidiums VÖZ



Dr. Michl Ebner
Geschäftsführer Athesia Tyrolia
Druck
Ges.m.b.H./Südtirol

Michelle Cloos
Generaldirektorin/CEO
Editpress/Tageblatt
Luxemburg