

Antrag

der Abgeordneten Dr. Anna Lührmann, Awet Tesfaiesus, Sven Lehmann, Katrin Göring-Eckardt, Marlene Schönberger, Ayse Asar, Julian Joswig, Misbah Khan, Dr. Konstantin von Notz und der Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN

Unabhängige Medien fördern – Digitalabgabe einführen

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Wir brauchen einen Neustart für staatsferne Medienförderung. Denn unabhängige und vielfältige Medien sind in Gefahr. Durch die Übermacht von Digitalkonzernen geraten journalistische Redaktionen zunehmend in existenzielle Bedrängnis. Tech-Konzerne wie Google und Meta greifen einen Großteil der Werbeumsätze ab. Sie nutzen Inhalte, ohne dafür zu zahlen – etwa für KI-Anwendungen. Gleichzeitig entscheiden Digitalkonzerne wie Medieninhalte auf ihren mächtigen Plattformen ausgespielt werden. Auch wegen Finanzierungsengpässen fehlt vielen Redaktionen die Kraft für Innovation im digitalen Zeitalter. Zudem sehen sich Journalist*innen zunehmend persönlichen Angriffen bis hin zu physischer Gewalt ausgesetzt (<https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/2026>). Das macht den Beruf für viele zunehmend unattraktiv.

In der Folge geht insbesondere in ländlichen Gegenden die Vielfalt und auch die Qualität von lokaler Berichterstattung zurück. Immer mehr lokale Redaktionen werden zusammengelegt oder gänzlich eingestellt (<https://www.wuestenradar.de/>). Damit gehen lokale Recherchen, Hintergründe und Vielfalt von Perspektiven in der Berichterstattung verloren. In manchen Regionen werden keine gedruckten Zeitungen mehr zugestellt. Damit verlieren Zeitungsläser*innen nicht nur ein liebgewonnenes Ritual, sondern auch ein wichtiges Instrument der sozialen Teilhabe und der politischen Willensbildung (https://netzwerkrecherche.org/wp-content/uploads/2026/03/Greenhouse-Report-4_web.pdf). Das verstärkt Gefühle des Abgehängtseins. Das ist ein Problem für unsere Demokratie, da weniger öffentliche Kritik und Kontrolle durch Redaktionen stattfinden.

Dabei eröffnen insbesondere digitale journalistische Angebote wie Newsletter, Podcasts oder Social-Media-Formate neue Chancen, ein breites Publikum zu erreichen und bislang unterversorgte Zielgruppen anzusprechen. Hier besteht ein enormer Bedarf an Weiterbildungen, Unterstützung sowie Innovationsförderung, um die passenden digitalen Geschäftsmodelle in die Breite zu bringen.

Digitale Plattformen dominieren zunehmend den Werbemarkt, bleiben aber von einer fairen Besteuerung unberührt. Sie haben bereits einen Marktanteil von über fünfzig Prozent (<https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien-und-film/medienpolitik/google-meta-amazon-haben-mehr-als-haelfte-des-deutschen-werbemarkts-von-31-6-milliarden-euro-accg-110819169.html>). Das entspricht rund 15

Milliarden Euro mit steigender Tendenz. In der Folge fehlen Werbebudgets für die Refinanzierung von journalistischen Inhalten (https://www.bundeskartellamt.de/DE/Aufgaben/Sektoruntersuchungen/Sektoruntersuchung_Online_Werbung/sectoruntersuchungen_online_Werbung.html). Verlage und Journalist*innen werden zunehmend abhängig von Tech-Konzernen wie Google und Meta. Diese versuchen die Aufmerksamkeit der Nutzenden mit reißerischen und emotionalisierenden Inhalten zu halten. Damit verdienen sie Geld. Ausgewogenen, gut recherchierten Inhalten geben sie weniger Raum (https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Studien_und_Gutachten/KI-Gutachten_2025_final.pdf). Wer zudem auf eine Seite außerhalb der Plattform verlinkt, wird in seiner Sichtbarkeit weiter eingeschränkt. Journalist*innen sind gezwungen, ihre Formate an die Aufmerksamkeitslogik der Plattformen anzupassen. Je polarisierender und reißerischer, desto mehr Reichweite. Sie riskieren dabei, Glaubwürdigkeit und Vertrauen zu verspielen.

KI-Anwendungen erhöhen den Druck weiter. Sie nutzen journalistische Inhalte, ohne sich an der Finanzierung zu beteiligen. Sowohl KI-Tools in der Onlinesuche als auch maßgeschneiderte „Agenten“, die Nachrichten personalisiert zusammenfassen, brauchen Medieninhalte, um qualitativ hochwertige und relevante Informationen zu liefern. KI-Anbieter*innen weigern sich jedoch dafür zu zahlen. Mittelfristig schaffen sie so die Inhalte ab, auf sie angewiesen sind.

Diese Herausforderungen müssen dringend systematisch adressiert werden. Unsere Demokratie braucht eine funktionierende und vielfältige Medienlandschaft. Professionelle Journalist*innen müssen Politiker*innen kontrollieren und Bürger*innen informieren. Ohne ausgewogene, gut recherchierte Berichte ist eine fundierte politische Willensbildung kaum möglich. Ohne investigative Recherchen bleiben Misswirtschaft und Korruption verdeckt. Ohne Reportagen vor Ort schwindet der gesellschaftliche Zusammenhalt.

Wir müssen den Journalismus aus den Zwängen der Plattformökonomie befreien. Ganz grundlegend müssen Infrastrukturen ausgebaut werden, auf denen ein Ökosystem aus Inhalteanbieter*innen, Nutzer*innen und Anwendungen entstehen kann, das sich am Gemeinwohl orientiert. Große Tech-Konzerne müssen fair besteuert und die Gelder in einen bundesweiten „Unabhängige Medien-Fonds“ gelenkt werden. Der Fonds soll lokale Grundversorgung, Innovation sowie digitale Infrastruktur gleichermaßen staatsfern fördern.

Die Notlage der unabhängigen Medien in Deutschland wird auch von den Regierungskoalitionen in ihrem Koalitionsvertrag anerkannt. Sie wollen „die Einführung einer Abgabe für Online-Plattformen, die Medieninhalte nutzen“ prüfen, um den Medienstandort zu unterstützen.

Lokale Medien brauchen eine zielgerichtete Unterstützung, die dort ankommt, wo sie am effektivsten wirken kann – und keine Gießkannenförderung. Diese Unterstützung muss zwingend staatsfern erfolgen: durch strukturelle Fördermaßnahmen, die eine inhaltliche Bewertung von journalistischen Inhalten ausschließen, durch transparente, klar definierte Förderkriterien sowie durch eine Vergabe über eine staatsferne „Agentur für Digitale Medien“.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. gesetzlich die Besteuerung von Umsätzen aus Onlinewerbung großer Plattformen national und perspektivisch europäisch zu regeln (vgl. dazu Drucksache-Nummer 21/2247 sowie 21/5287) und aus den Einnahmen unter anderem einen Unabhängige Medien-Fonds aufzubauen;

2. eine staatsferne „Agentur für Digitale Medien“ zu schaffen, die den Unabhängige Medien-Fonds verwaltet. Die staatsferne Agentur für Digitale Medien besteht u. a. aus Vertreter*innen der Landesmedienanstalten und dem Personal des Digital Services Coordinator;
3. folgende Unterstützungsprogramme für einen unabhängigen Medienstandort gesetzlich zu regeln und aus den Mitteln eines Unabhängige Medien-Fonds zu finanzieren; dazu gehören:
 - a) ein Förderprogramm „Strukturelle Förderung des Lokaljournalismus“. Die staatsferne Agentur für Digitale Medien soll lokal berichtende, journalistische Redaktionen nach transparenten, strukturellen Kriterien fördern. Die Kriterien umfassen beispielsweise die Anzahl professionell ausgebildeter Journalist*innen, den Anteil an aktueller lokaler Berichterstattung oder die Mitgliedschaft in einer Selbstkontrollorganisation wie dem Deutschen Presserat. Das Förderprogramm soll so ausgestaltet sein, dass kleinere Organisationen anteilig mehr Förderungen bekommen. Zudem sollten Organisationen bevorzugt werden, die im Fall von Werbefinanzierung auf regelkonforme und kontextbasierte Werbemodelle setzen. Das Förderprogramm dient der Aufrechterhaltung der Grundversorgung mit lokaler Berichterstattung in Medienmärkten, die sich nicht allein über den freien Markt finanzieren können, und soll auf Dauer angelegt sein. Konzeption und Ausgestaltung des Förderprogramms sollen eng mit den Ländern abgestimmt werden, durch eine wissenschaftliche Bestandsaufnahme vorbereitet und laufend evaluiert werden,
 - b) ein Innovationsprogramm „Journalismus stark und innovativ“, um die digitale Transformation im Medienbereich sowie die Medienvielfalt durch innovative, gemeinwohlorientierte und nachhaltige Geschäftsmodelle, technischen Innovationen sowie Neugründungen zu unterstützen. Vernetzung, Weiterbildung, Wissenstransfer und wissenschaftliche Evaluation sollen integrale Bestandteile der Förderung sein. Dabei werden Ansätze aus den nicht ausreichend finanzierten Innovationsförderungen der Landesmedienanstalten weiterentwickelt. Ziel ist die langfristige wirtschaftliche Tragfähigkeit der unterstützten Medienorganisationen. Der Umfang des Programms soll dementsprechend durch die erfolgreiche digitale Transformation über die Zeit reduziert werden. Die Förderung soll staatsfern und anhand transparenter Kriterien erfolgen (<https://www.publix.de/uploads/Whitepaper-Gemeinwohlorientierter-Journalismus/Publix-Whitepaper-01-2026-DE.pdf>),
 - c) ein Infrastrukturprogramm „Digitale Räume für die demokratische Öffentlichkeit“. Daraus sollen die technischen, organisatorischen und personellen Grundlagen einer neuen digitalen gemeinwohlorientierten Kommunikationsinfrastruktur finanziert werden. Das Ziel ist es, soziale Netzwerke so zu gestalten, dass ihre Dynamiken den fairen Austausch und die demokratische Öffentlichkeit fördern und ausgewogene Inhalte nicht systematisch benachteiligt werden. So schaffen wir auch eine bessere Umgebung für den Vertrieb und die Nutzung von professionellen, journalistischen Inhalten. Die Kommunikationsinfrastruktur setzt auf Open Source und offene Systeme (Interoperabilität). Sie stellt langfristig Serverkapazitäten in Europa zur Verfügung, hält Speicherplatz und kostenfreie Nutzung für gemeinnützige Akteur*innen vor, beinhaltet Innovationsförderung für neue Anwendungen und Geschäftsmodelle;

4. den Katalog der gemeinnützigen Zwecke in der Abgabenordnung, um die Zwecke des gewinnzweckfreien Journalismus und der Entwicklung von quelloffenen Technologien zu erweitern;
5. sich innerhalb der Europäischen Union dafür einzusetzen,
 - a) gleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen traditionellen Medien als Werbeträger*innen und neue digitale Werbeformen und -anbieter*innen zu schaffen, insbesondere durch die Reform der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), inkl. einer Ausweitung von Werbeumfangregelungen auf sehr große Online-Plattformen,
 - b) dass bestehende Regelungen zu Interoperabilität (Digital Markets Act, Art. 6) auf soziale Netzwerke angewendet werden, um Abhängigkeiten und eingeschränkte Sichtbarkeit von traditionellen Medien aufzubrechen,
 - c) dass bestehende Regelungen so geändert werden, dass Plattformen das Setzen von Links nach draußen (Outlinks) nicht einschränken dürfen,
 - d) dass die bestehenden Auflagen an personalisierte Werbung konsequent durchgesetzt werden, damit regelkonforme, kontextbasierte Werbeangebote nicht länger strukturell benachteiligt werden;
6. in Austausch mit den Ländern darauf hinzuwirken, dass im geplanten Digitalen Medienstaatsvertrag
 - a) der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf die Förderung digitaler demokratischer Debattenräume ausgeweitet wird, und
 - b) Kooperationen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medienanbieter*innen insbesondere bei der Verbreitung ihrer Inhalte erleichtert werden.

Berlin, den 23. Juni 2026

Katharina Dröge, Britta Haßelmann und Fraktion

Begründung

Wir befinden uns mitten in einer tiefgreifenden Transformation, die unseren Zugang zu Inhalten, Informationen, aber auch zu Dialog- und Austauschräumen radikal verändert und erweitert. Die Schattenseiten dieser Transformation werden immer sichtbarer: süchtigmachende Plattformarchitekturen, die die Verbreitung von Desinformationskampagnen und irreführenden Inhalten erleichtern, Umverteilung von Einnahmen weg von Inhalteproduzent*innen und hin zu Tech-Unternehmen, Einfällstore für Propaganda und hybrider Kriegsführung, neue Formen digitaler Gewalt und nicht zuletzt gesundheitliche und psychische Risiken für Kinder und Jugendliche. Ein für uns als Gesellschaft besonders gravierendes Risiko ist die Schwächung und systematische Verdrängung von unabhängigem Journalismus. Diesen Schaden können wir uns nicht leisten, denn hier geraten die Grundfesten der Demokratie ins Wanken.

Das muss nicht sein, denn die digitale Transformation bietet viele Chancen für einen niedrighschwelligem Zugang zu journalistischen Inhalten, die den eigenen Bedürfnissen passgenau entsprechen. Mit den vorgeschlagenen Maßnahmen wollen wir gleichzeitig eine schnelle und nachhaltige Unterstützung für den Journalismus als

demokratische Infrastruktur erreichen, aber auch die Weichen stellen, um unser Kommunikationssystem so zu transformieren, dass es für alle in unserer demokratischen Gesellschaft einen Mehrwert darstellt.

Direkte Subventionen für lokale Nachrichtenmedien wie das hier vorgeschlagene Bundesprogramm sind in den nordischen Ländern zum Teil seit Jahrzehnten etabliert und haben insbesondere in Norwegen dazu geführt, dass es eine Grundversorgung mit lokalen Informationen in allen Gemeinden sichergestellt ist (<https://www.nordicom.gu.se/en/facts-analysis/nordic/factsheets/direct-media-subsidies-news-media-nordic-overview>). Solche internationalen Vorbilder zeigen, dass lokale Medienvielfalt durch staatsferne Förderungen gewährleistet werden kann. Indirekte Förderungen, wie eine Abschaffung von Mehrwertsteuern oder eine Zustellförderung haben dagegen große Mitnahmeeffekte und sind weniger gut geeignet, um dieses Ziel zu erreichen. Denn unabhängige Redaktionen und Journalist*innen, die lokal berichten und recherchieren, sind wichtiger als der Vertriebsweg Papier. Um Lokaljournalismus als demokratische Infrastruktur zu erhalten, braucht es daher eine Existenzförderung.

Darüber hinaus müssen journalistische Formate und Vertrieb grundsätzlich an die Bedürfnisse der Nutzer*innen angepasst werden. Solche Innovationen können projektbezogen mithilfe eines Transformationsprogramms finanziert werden und die Medienvielfalt auch regional und überregional stärken.

Digitale Debattenräume dürfen zudem nicht ausschließlich von U.S.-amerikanischen oder chinesischen Tech-Unternehmen gestellt und in ihrer Ausgestaltung kontrolliert werden. Mit den quelloffenen, dezentralen Protokollen, ActivityPub und AT Proto, gibt es bereits zwei Alternativen, die es erlauben, soziale Netzwerke fernab von wirtschaftlicher und politischer Einflussnahme zu organisieren. Ein Grundstock dieser Infrastruktur muss im öffentlichen Interesse ausgebaut und langfristig betrieben werden, um die derzeitige Logik der Plattformökonomie auszuhebeln und Nutzenden die Wahl ihrer inhaltlichen Präferenzen wieder selbst zu überlassen.

Öffentlich-rechtliche Medien können dabei als verlässliche Knotenpunkte für digitale Dialogräume dienen. Auf technischer Ebene können sie gemeinwohlorientierte, digitale Infrastruktur bereitstellen, die offenen, werbefreien Zugang zu Dialogräumen ermöglicht und nicht nur eigene redaktionelle Angebote hostet, sondern auch anderen Akteur*innen zur Verfügung stellt. Zudem sind öffentlich-rechtliche Redaktionen darinnen geübt, journalistische Inhalte nicht nur zu produzieren, sondern sie aktiv in moderierte Diskussionsformate zu überführen. Durch eine solche Dialogmoderation und die Bereitstellung einer offenen Infrastruktur können die öffentlich-rechtlichen Medien die demokratische Öffentlichkeitskultur stärken, die Fragmentierung der digitalen Öffentlichkeit begrenzen und langfristig eine robuste, gemeinwohlorientierte Kommunikationsbasis schaffen, die allen Bürger*innen niedrige Zugangsschranken und Mitwirkungsmöglichkeiten bietet.

Vorabfassung – wird durch die lektorierte Fassung ersetzt.