

Internetplattformen | 18.10.2022 | Lesezeit 2 Min.

Junge User sehen Machtfülle im Internet kritisch

Jugendliche sind eine wichtige Zielgruppe der großen Plattformunternehmen und sie überlassen den Konzernen viele Daten. Eine kritiklose Haltung bedeutet das allerdings nicht - eine deutliche Mehrheit der jungen User befürwortet die Pläne der Europäischen Union, die großen Plattformen stärker zu kontrollieren.

Chatten, posten, liken - im Schnitt sind Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren nach eigener Einschätzung 241 Minuten täglich online. Das Smartphone ist für 94 Prozent der Altersgruppe unverzichtbar, die beliebtesten Apps sind WhatsApp, Instagram und YouTube.

Damit gehören die jungen Leute zu den wichtigsten Kunden der großen Plattformunternehmen wie Meta (ehemals Facebook) und Alphabet (Google). Diese sollen in der EU nun stärker kontrolliert werden, gerade auch mit Blick auf Minderjährige. Dem Digital Services Act zufolge soll beispielsweise personalisierte Werbung, die sich an Kinder und Jugendliche richtet, verboten werden. Zudem sollen die Plattformen härter gegen illegale Inhalte und Desinformation vorgehen.

Rund 66 Prozent der befragten 13- bis 21-Jährigen meinen, Internetkonzerne gingen nicht verantwortungsvoll mit ihrer Macht um.

Der Digital Markets Act will darüber hinaus verhindern, dass die großen Netzfirmen ihre Marktmacht ausnutzen. Beide Regelwerke dürften binnen Kurzem formal in Kraft treten und ab Frühjahr 2023 schrittweise Gültigkeit erlangen.

Bei den jungen Internetnutzern stößt dieses Vorgehen der Politik offenbar auf breite Zustimmung - zumindest die Mädchen und Jungen, die zuletzt am Schülerfirmenprogramm JUNIOR teilgenommen haben, positionieren sich eindeutig (Grafik):

Über 80 Prozent der JUNIOR-Teilnehmer stimmen der Aussage zu, dass Deutschland oder die EU die großen Plattformunternehmen stärker kontrollieren sollten - lediglich 2 Prozent lehnen dieses Vorhaben vehement ab.

Internetplattformen: Jugendliche plädieren für mehr Kontrolle

So viel Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am JUNIOR-Schülerfirmenprogramm stimmen der Aussage „Deutschland oder die EU sollten große Plattformunternehmen besser kontrollieren, damit sie verantwortungsvoll mit ihrer Macht umgehen“ ...

Keine Angabe **6**

... überhaupt nicht zu **2**

... eher nicht zu **11**

... voll und ganz zu **37**



... eher zu **44**

Befragung von 968 Schülerinnen und Schülern, die 2021/2022 am JUNIOR-Schülerfirmenprogramm teilgenommen haben

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2022 IW Medien / iwd

iwd

Ein Grund für dieses Ergebnis dürfte sein, dass 66 Prozent der befragten 13- bis 21-Jährigen meinen, die Internetkonzerne gingen nicht verantwortungsvoll mit ihrer Macht um. Zudem finden es 83 Prozent der Jugendlichen nicht gut, dass ihre Nutzerdaten bei wenigen großen Firmen zusammenlaufen – sie befürchten Datenmissbrauch.

Ganz widerspruchsfrei ist die Haltung nicht: Bereits 2018 zeigte eine Befragung im Rahmen von JUNIOR, dass die jugendlichen User zwar mehrheitlich den Datenschutz

bei Online-Diensten als wichtig erachten, aber nicht bereit sind, dafür zu zahlen. Und die Kritik an den Plattformen führt in der Regel nicht zu einer Abkehr von deren Angeboten – vermutlich auch, weil WhatsApp und Co. als alternativlos wahrgenommen werden.

Kernaussagen in Kürze:

- Jugendliche gehören zu den wichtigsten Kunden der großen Plattformunternehmen wie Meta und Alphabet (Google).
- Diese sollen in der EU im Zuge des Digital Services Act stärker kontrolliert werden, gerade auch mit Blick auf Minderjährige. Die Plattformen sollen unter anderem härter gegen illegale Inhalte und Desinformation vorgehen.
- Bei den jungen Internetnutzern stößt dieses Vorgehen der Politik offenbar auf breite Zustimmung: Über 80 Prozent der JUNIOR-Teilnehmer stimmen der Aussage zu, dass Deutschland oder die EU die großen Plattformunternehmen stärker kontrollieren sollten.