

Das Netz, das wir wollen

6 Impulse für ein menschenzentriertes Internet

*Unser digitales Leben ist von Ungleichheiten geprägt.
Zeit, Verbraucher:innenschutz neu zu denken –
als Politik für Gerechtigkeit, Selbstbestimmung und ein
Internet, das uns allen gehört.*

Diese Broschüre bündelt bisherige Erkenntnisse aus dem Forum Digitale Fairness & Verbraucher:innenschutz und übersetzt sie in konkrete politische Handlungsempfehlungen. Das Forum Digitale Fairness und Verbraucher:innenschutz ist ein Projekt von SUPERRR Lab und wird gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Über SUPERRR Lab

SUPERRR Lab ist ein Labor für gerechte digitale Zukünfte. Als gemeinnützige Organisation arbeiten wir an Themen an der Schnittstelle von Technologie und Gesellschaft. Wir stellen bestehende Paradigmen der Digitalisierung in Frage, indem wir neue Perspektiven in die Diskussion rund um Technologie einbringen. Digitalpolitik ist für uns Gesellschaftspolitik. In unserer Forschungs- und Advocacy-Arbeit betrachten wir neue Technologien, Technologieregulierung und andere digitalpolitische Vorhaben mit Fokus auf ihre gesellschaftlichen Auswirkungen. Wir hinterfragen Machtverhältnisse in der Digitalisierung und setzen uns für eine Stärkung der Grundrechte ein. Unsere Arbeit wird von feministischen Werten wie Gerechtigkeit, Zugang, Mitgestaltung und Nachhaltigkeit angetrieben.

Autor:in: Lisa Ama Schrade

SUPERRR Lab
Kontakt: hello@superrr.net
CC-BY 4.0 Namensnennung 4.0

Gefördert durch:

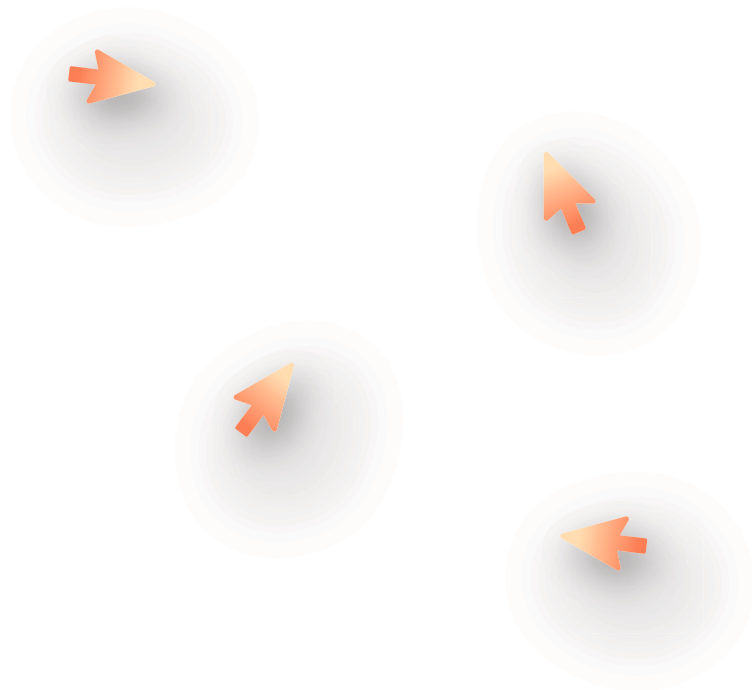


Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz



Bundesanstalt für
Landwirtschaft und Ernährung

SUPERRR



Intro

Diskriminierende Algorithmen, undurchsichtige Datennutzung und wachsende Machtasymmetrien prägen den digitalen Alltag von Verbraucher:innen. Diese Dynamiken zeigen: Verbraucher:innenschutz im Digitalen steht nie für sich allein. Er berührt Datenschutz, Gleichstellung, Kinderrechte und Antidiskriminierung, und damit grundlegende Fragen von Gerechtigkeit. Verbraucher:innen navigieren täglich durch ein komplexes System aus intransparenten Geschäftsmodellen und fragmentierten Rechtslagen. Mit unseren Empfehlungen machen wir diese Realität sichtbar und zeigen auf, wie Verbraucher:innenrechte im digitalen Raum gestärkt und fair gestaltet werden können.

Denn digitaler Verbraucher:innenschutz bedeutet mehr, als Risiken zu begrenzen: Er heißt, digitale Fairness als politische Leitlinie und Gerechtigkeitsfrage zu begreifen – als Schlüssel zu einem Internet, das Menschen schützt, statt sie zu verwerten.

1. Fairness als Standard – by Design & Default

Digitale Fairness beginnt beim Design. Fairness darf kein nachträgliches Add-on sein, sondern muss von Anfang an integriert werden – by design & by default. Interfaces und Entscheidungsarchitekturen prägen, wie Menschen handeln, klicken, zustimmen.



Deshalb gilt:

- Fairness und Nutzbarkeit müssen gesetzlich verankert werden, mit intersektionaler Perspektive auf Barrieren und Zugang.
- Entscheidungsarchitekturen dürfen Verbraucher:innen nicht manipulieren. Sie müssen den Interessen von Verbraucher:innen dienen, transparent und mitgestaltbar sein.
- Design kann kein schädliches Geschäftsmodell reparieren, aber es kann helfen, gerechtere Alternativen zu ermöglichen – durch Designprinzipien, die strukturell zu mehr Gerechtigkeit beitragen.

Beispiele für Fairness by Design and Default: Ein Recht auf eine wirklich kostenlose Testphase (free trial), ohne Zahlungsinformationen, und ein Recht auf eine Erinnerung bei inaktiven Abonnements sowie vor der automatischen Verlängerung eines Abonnements.

2. *Transparenz, Einwilligung und Machtasymmetrien*

Mehr Transparenz bedeutet nicht automatisch mehr Informiertheit. Aktuell liegt die Verantwortung bei den Verbraucher:innen – sie müssen zustimmen, vergleichen, dokumentieren. Das ist unzumutbar und ungerecht. Im Kontext digitaler Asymmetrie kann der Verbraucher:innenschutz im Digitalen nicht länger nur auf Transparenz und Einwilligung setzen, um Menschen wirksam zu schützen.

Wir fordern:

- **Transparenz und Einwilligung neu denken:** Eine Einwilligung ist nur dort gültig, wo sie notwendig und im Sinne der Verbraucher:innen erklärt ist.
- **Technische Unterstützung:** Anbieter müssen Funktionen zur Beweissicherung bieten, etwa einfache Export-Funktionen für Vertrags- oder Trackingdaten, sowie eine Widerspruchs-Funktion für eine rasche Datenlöschung.
- **Kollektive Ansätze stärken:** Das Verbandsklagerecht ausbauen, um strukturelle Verstöße kollektiv anzugehen.
- **Keine Scheinwahl:** Modelle wie „Pay or OK“ sind kein Ausdruck von Wahlfreiheit, sondern von Machtungleichgewicht.

3. Personalisierung und Profilbildung

Ob Preise, Werbung oder Informationen – was wir online sehen, ist selten zufällig. Digitale Angebote werden individuell zugeschnitten, basierend auf Daten, die Plattformen über uns sammeln. Doch die zugrunde liegenden Systeme sind oft intransparent, und können Ungleichheiten vertiefen. Wenn Algorithmen Menschen nach Postleitzahl, Gerätetyp oder Surfverhalten unterschiedlich behandeln, entstehen neue Formen der Diskriminierung. Personalisierung wird so zum Risiko für Fairness.

Deshalb gilt:

- Diskriminierende Profilbildung verbieten, jegliche Personalisierung darf weder menschliche Schwächen ausnutzen noch Vorurteile verstärken.
- Schutz vor Proxy-Daten: Auch abgeleitete Merkmale, die auf sensible Informationen hinweisen, müssen gesetzlich geschützt werden. Insbesondere Daten zu Geschlecht, Herkunft oder Gesundheit dürfen weder direkt noch über Proxy-Merkmale für Preise oder Angebote genutzt werden.
- Opt-in statt Opt-out: bewusste Zustimmung statt versteckter Einwilligung.
- Transparente Personalisierung, die auf klaren, nutzerzentrierten Regeln basiert.
- Databroker regulieren: Geschäftsmodelle, die auf intransparentem Datenhandel basieren, brauchen klare Grenzen und Aufsicht.

Nur wenn Daten fair und transparent eingesetzt werden und wir die Macht der Personalisierung begrenzen, können digitale Angebote gerecht sein.

4. Schutzrechte zusammendenken

Verbraucher:innenschutz endet nicht bei Cookie-Bannern. Die Trennung zwischen AGG, DSGVO, Kinderrechten und Medienrecht zersplittert Schutzmechanismen und überfordert Verbraucher:innen.

Wir brauchen ein System, das Rechte kohärent verbindet:



- Ein menschenrechtsbasiertes Internet, in dem Datenschutz, Fairness und Gleichstellung zusammengedacht werden.
- Klare Zuständigkeiten und Möglichkeiten für Verbraucher:innen, ihre Rechte durchzusetzen, statt fragmentierte Rechtslandschaften.

5. Das System hinterfragen

Wir dürfen die strukturelle Ebene nicht ausblenden: Das Problem ist nicht nur, wie Plattformen gestaltet sind, sondern wessen Interessen sie dienen. Ein Geschäftsmodell, das auf der Kommerzialisierung persönlicher Daten basiert, wird nie im Interesse der Nutzer:innen funktionieren.

Deutschland und Europa haben die Chance, Alternativen zu schaffen:



- Kontextbasierte Werbung und datensparsame Geschäftsmodelle zum Standard machen.
- Digitale, ökologische und soziale Nachhaltigkeit verankern: weniger Tracking, weniger Energieverbrauch, weniger Belastung für Nutzer:innen.
- Verbraucher:innen wieder zu Verbraucher:innen machen – nicht zu Produkten.

6. Der Digital Fairness Act als Chance

Der Digital Fairness Act auf EU-Ebene ist mehr als ein neues Regelwerk. Er kann ein Hebel sein, um digitale Machtverhältnisse neu zu justieren.

Damit das gelingt, braucht der DFA:

- Eine klare Haltung: Grund- und Menschenrechte als Ausgangspunkt, mit Nutzer:innen im Zentrum
- Ein strukturelles Verständnis von digitalen Machtasymmetrien und ein Ziel: Fairness first im Sinne von Gerechtigkeit – im Design, in den Daten, in den Geschäftsmodellen.

Wenn der DFA diese Prinzipien ernst nimmt, kann er zu einem echten Beitrag für bessere Alternativen im digitalen Raum werden. Ein Schritt hin zu einem Internet, das für Menschen funktioniert, nicht gegen sie.

Wenn wir erfolgreich sind: Das Netz, das wir verdienen

Stellen wir uns ein Internet vor, das wieder für uns funktioniert und uns gut tut. Eines, in dem wir selbstbestimmt handeln können, frei von hyperkapitalistischer Überwachungslogik und Manipulation. Die Veränderungen wären grundlegend.

Es reicht aber nicht, den Schutz allein auf wirtschaftliche Interessen zu beschränken. Um einer pluralistischen, diversen Gesellschaft gerecht zu werden, brauchen wir neue Perspektiven auf digitale Technologien und Geschäftsmodelle – Perspektiven, die individuelle Rechte und kollektive Auswirkungen zusammendenken.

Nur ein vorausschauender Verbraucher:innenschutz, der die Menschen ins Zentrum stellt, kann digitale Fairness Realität werden lassen. Nur dann wird digitale Verbraucher:innenschutzpolitik zur echten Gesellschaftspolitik.

Um diesen Anspruch in die Tat umzusetzen, brauchen wir ein differenzierendes Bild von Verbraucher:innen, das die Vielfalt von Erfahrungen und Lebensrealitäten sichtbar macht. Ein solches Leitbild ermöglicht intersektionale Analysen im Verbraucher:innenschutz, und damit gerechtere politische Entscheidungen.