

dividuellen, intuitiven Vorstellung von Plattformen ein theoretisches, literaturgestütztes Fundament gesetzt werden. Die Beschäftigung mit Plattformdefinitionen und -typologien mündet zudem in einer Beschreibung der Dimensionen der Macht digitaler Plattformen. Ziel ist es, am Ende des Kapitels eine konkrete Vorstellung davon zu haben, welche Rolle Plattformen für die Meinungsäußerungsfreiheit spielen und worin sich ihre diesbezügliche Macht begründet.

3.1 Was sind Plattformen?

Plattform wird als Begriff in vielerlei Diskurskontexten verwendet, ohne jedoch eine einheitliche Bedeutung zu haben. Die Bedeutungen des Begriffs sind durch den stetigen Wandel seines Gegenstands und den technischen Fortschritt beeinflusst. Daher ist es nicht verwunderlich, dass es zu Missverständnissen kommt, wenn über Plattformen gesprochen wird. Eine Auseinandersetzung mit dem Plattformbegriff schafft Klarheit.

»Ganz allgemein kann man unter einer Plattform *eine von mehreren Beteiligten gemeinsam genutzte Grundlage für bestimmte Aktivitäten verstehen* [Herv. P.B.].«¹³ Plattformen verbinden und Plattformen vermitteln, sie sind Ausgangspunkt für Handlungen, sind Orte bzw. Räume und ermöglichen Verbreitung, Austausch oder Kommunikation. Tarleton Gillespie, der sich umfangreich mit dem Plattformbegriff beschäftigt hat, nähert sich ihm und beschreibt die Motive für seine Verwendung:

»A term like ›platform‹ does not drop from the sky, or emerge in some organic, unfettered way from the public discussion. It is drawn from the available cultural vocabulary by stakeholders with specific aims, and carefully massaged so as to have particular resonance for particular audiences inside particular discourses. These are efforts not only to sell, convince, persuade, protect, triumph or condemn, but to make claims about what these technologies are and are not, and what should and should not be expected of them.«¹⁴

Es gibt spezifische Gründe für die Verwendung des Begriffs, welche von bestimmten Interessengruppen fokussiert werden, die ihrerseits vor ihrem und dem kulturellen Hintergrund ihrer *Peer-Group* auf den Plattformbegriff zurückgreifen. Fürderhin ist der Plattformbegriff attraktiv:

»To call one's online service a platform is not a meaningless claim, nor is it a simple one. Like other structural metaphors (think ›network‹, ›broadcast‹ or ›channel‹) the term depends on a semantic richness that, though it may go unnoticed by the casual listener or even the speaker, gives the term discursive resonance.«¹⁵

13 Engert, Andreas (2018). *Digitale Plattformen*, in: *Archiv für die civilistische Praxis (AcP)* 218 (2–4), S. 304–376, hier: S. 305.

14 Gillespie, Tarleton (2010). *The politics of ›platforms‹*, in: *New Media & Society* 12 (3), S. 347–364, hier: S. 359.

15 Ebd., S. 349.

Von Plattformen zu sprechen ist en vogue, spricht weite Teile der singularisierten Gesellschaft¹⁶ an und entspricht den Vorstellungen und Kommunikationsstrategien vieler Unternehmen. *Plattform* ist eine wirkmächtige Metapher, die auf verschiedene Strukturen anspielt und deshalb gerne verwendet wird.

In vier Gebieten entfaltet der Plattformbegriff laut Gillespie eine Bedeutung und es fällt auf, dass diese Bereiche ihrerseits inhaltlich oder infrastrukturell mit Äußerungsmöglichkeiten verbunden sind, konkret geht es um die Bereiche der Computer¹⁷ (»Computational«), der Architektur (»Architectural«), des Figurativen (»Figurative«) und des Politischen (»Political«):

Im Bereich des Computers ist eine Plattform eine »infrastructure that supports the design and use of particular applications, be they computer hardware, operating systems, gaming devices, mobile devices or digital disc formats.«¹⁸ Für den Bereich der Architektur wurde der Plattformbegriff verwendet, um »human built or naturally formed physical structures, whether generic or dedicated to a specific use« zu beschreiben.¹⁹ Man denke nur an Bohrplattformen oder Aussichtsplattformen. Figurativ kann die Plattform als *Ausgangspunkt für etwas* verstanden werden und bei einer politischen Plattform geht es um die Themenkomplexe, welche ein:e Kandidat:in für sich in Anspruch nimmt. Wobei sich die politische Plattform ursprünglich tatsächlich auf die Bühne oder das Podest bezieht, welches politischen Redner:innen geboten wurde.²⁰

Plattformen sind also herausgehobene Berührungspunkte, auf denen Ideen, Ideologien, Personen, Waren, Dienstleistungen oder Stilrichtungen geprägt oder ausgetauscht werden, sich weiterentwickeln und von ihnen verbreitet werden.²¹ Damit sind Plattformen infrastrukturell und metaphorisch Orte der Meinungsäußerungsfreiheit.

Die Funktion von Plattformen ist mithin die Vereinfachung sowohl erwarteter als auch unerwarteter Selektion von Interaktionen; die Standardisierung und die algorithmische Vorauswahl (im Falle digitaler Plattformen) zur Vorbereitung eigentlicher Selektionen; die Begünstigung der Vermittlung und Vorselektion potenzieller Verbindungen; sowie eine anschließende Selektion konkreter Verbindungen.²² Diese Erkenntnisse lassen eine näherungsweise Einschätzung der Bedeutung von Plattformen im digitalen Raum zu. Plattformen vermitteln Verbindungen wie auch Äußerungen, indem sie selektieren, standardisieren und priorisieren. Gerade digitale Plattformen können durch die

16 Vgl. Reckwitz, Andreas (2018). *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*, Bonn: Sonderausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung.

17 Etymologisch kommt das Wort »Computer« aus dem Englischen (»to compute« – etwas (be)rechnen) bzw. aus dem Lateinischen »computare«. Vgl. *Duden.de* (oJ). Computer, abgerufen am 07.09.2021, von: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Computer>.

18 Gillespie (2010). *The politics of ›platforms‹*, S. 349.

19 Ebd.

20 Vgl. Seemann, Michael (2021). *Die Macht der Plattformen: Politik in Zeiten der Internetgiganten*, Berlin: Ch. Links Verlag, S. 21; Gillespie (2010). *The politics of ›platforms‹*, S. 350.

21 Ähnlich auch Seemann (2021). *Die Macht der Plattformen*, S. 21–22.

22 Vgl. ebd., S. 29–32.

Ubiquität von Algorithmen²³ und die zunehmende Menge verfügbarer Datenpunkte²⁴ die genannten Prozesse meistern.

Digitale Plattformen

Unter der Vielzahl von Definitionen digitaler Plattformen sticht Gillespies als enorm erklärungsstark heraus:

- »For my purposes, platforms are: online sites and services that
- a) host, organize, and circulate users' shared content or social interactions for them,
 - b) without having produced or commissioned (the bulk of) that content,
 - c) built on an infrastructure, beneath that circulation of information, for processing data for customer service, advertising, and profit.«²⁵
 - »d) platforms do, and must, moderate the content and activity of users, using some logistics of detection, review, and enforcement.«²⁶

Plattformen sind im digitalen Raum verortet. Für die Generierung ihrer Inhalte sind sie auf die Aktivitäten ihrer Nutzer:innen angewiesen, welchen sie die entsprechende Infrastruktur anbieten und Regeln für ihren Gebrauch aufstellen. Der letzte Punkt ist besonders wichtig, denn die Regelsetzung und Inhaltsmoderation ist die zentrale Leistung digitaler Plattformen. »Platforms are defined not by what they permit but by what they allow.«²⁷

Die Kompetenz bzw. die Macht²⁸ von Plattformen, selbst Regeln zu setzen, ist sogar so weitreichend, dass zumindest einige Plattformen mit ihrer wirtschaftlichen und – gerade hinsichtlich Äußerungen – regulativen Macht als »special-purpose sovereigns«²⁹ oder »New Governors«³⁰ betrachtet werden können. Mitunter wird gar ein Neo-Feuda-

23 Vgl. Müller-Mall, Sabine (2020). *Freiheit und Kalkül: Die Politik der Algorithmen*, S. 33–38

24 Siehe nur: Fry, Hannah (2019). *Hello World: Was Algorithmen können und wie sie unser Leben ändern*, München: C.H. Beck; Mau, Steffen (2017). *Das metrische Wir: Über die Quantifizierung des Sozialen*, Berlin: Suhrkamp.

25 Gillespie, Tarleton (2018). *Custodians of the Internet: platforms, content moderation and the hidden decisions that shape social media*, London/New Haven: Yale University Press, S. 18.

26 Ebd., S. 21.

27 Gillespie, Tarleton (2018). *Platforms Are Not Intermediaries*, in: *Georgetown Law Technology Review* (2), S. 198–216, hier: S. 202. Tiefergehende Analysen finden sich im Teil zur *Content Moderation*, siehe S. 325.

28 Siehe zur Macht der Plattformen: Seemann (2021). *Die Macht der Plattformen*; van Dijck, José; Nieborg, David & Poell, Thomas (2019). *Reframing platform power*, in: *Internet Policy Review* 8 (2).

29 Vgl. Balkin, Jack M. (2018). *Free Speech in the Algorithmic Society: Big Data, Private Governance, and New School Speech Regulation*, in: *U.C. Davis Law Review* 51, S. 1149–1210, hier: S. 1152.

30 Vgl. Klonick, Kate (2018). *The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech*, in: *Harvard Law Review* 137, S. 1598–1670.

lismus konstatiert, in welchem die Plattformen die Rolle der »Techno-Feudalherren«³¹ einnehmen und mit dem Staat in Konkurrenz treten.³² Ulrich Dolata führt dazu aus:

»Die wenigen großen Plattformen, die heute weite Teile des privaten und öffentlichen Lebens im Internet ermöglichen und prägen, lassen sich [...] als ausdifferenzierte gesellschaftliche Strukturen mit distinkter institutioneller Basis fassen, die die Plattformbetreiber über eigene Regeln, Regulierungen und Koordinationsgremien maßgeblich prägen und kontrollieren. Dies reicht bis hin zur Übernahme bislang staatlichen Instanzen vorbehaltener quasi-hoheitlicher Aufgaben durch die Unternehmen, die sich demokratischer Legitimation und Kontrolle weitgehend entziehen können.«³³

Die Konkurrenz zum Staat macht Plattformen auch aus Sicht der Meinungsäußerungsfreiheit so interessant, da sie eigene Äußerungsregimes etablieren.

Neben den genannten allgemeinen Definitionen digitaler Plattformen gibt es weiterhin enger gefasste Zugänge. So wird sich dem Plattformbegriff aus einem ökonomischen Betrachtungswinkel genähert,³⁴ sein Kernmerkmal im Datensammeln hervorgehoben,³⁵ seine Prozesshaftigkeit fokussiert,³⁶ seine Eigenschaft als (soziale) Infrastruk-

31 Morozov, Evgeny (20.09.2016). Internetkonzerne: Die Rückkehr des Feudalismus, *faz.net*, Übers. v. Harald Staun, abgerufen am 14.08.2019, von: https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/die-macht-der-internetkonzerne-wie-facebook-14440287.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2.

32 Vgl. Morozov, Evgeny (20.09.2016). Internetkonzerne; Morozov, Evgeny (19.08.2019). There is a leftwing way to challenge big tech for our data. Here it is, *The Guardian*, abgerufen am 14.08.2019, von: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/19/there-is-a-leftwing-way-to-challenge-big-data-here-it-is>; Morozov, Evgeny (24.04.2016). Tech titans are busy privatising our data, *The Guardian*, abgerufen am 14.08.2019, von: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/24/the-new-feudalism-silicon-valley-overlords-advertising-necessarily-evil>.

33 Dolata, Ulrich (2019). *Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet*, in: *Berliner Journal für Soziologie* 29, S. 179–206, hier: S. 179 (Abstract).

34 Vgl. Engert (2018). *Digitale Plattformen*; Körber, Torsten (2017). *Konzeptionelle Erfassung digitaler Plattformen und adäquate Regulierungsstrategien*, in: *Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM)* (2), S. 93–101; Parker, Geoffrey G.; Alstyne, Marshall W. & Choudary, Sangeet P. (2017). *Die Plattform-Revolution: Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. lernen: Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern*, Frechen: MITP.

35 Vgl. Srnicek, Nick (2017). *Platform Capitalism*, Cambridge: Polity Press.

36 Vgl. Langley & Leyshon (2017). *Platform capitalism*; Helmond, Anne (2015). *The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready*, in: *Social Media + Society* 1 (2), S. 1–11.

tur betont,³⁷ seine Mittler- und Aggregationsfunktion beleuchtet,³⁸ sich ihm als kommunikativem und sozialem Raum gewidmet³⁹ und seine Funktion als (Teil-)Öffentlichkeit ins Zentrum gestellt. Eine überzeugende Heuristik, die zugleich eine Beschreibung der Rolle digitaler Plattformen und Synthese der Begriffsarbeit darstellt, ist die Rede von der *Plattformgesellschaft*.⁴⁰ Die unterschiedlichen Zugänge, die auch aus verschiedenen Disziplinen stammen, helfen, die Rolle der Plattformen für die Meinungsäußerungsfreiheit zu verstehen und zugleich Herausforderungen für dieselbe aufzuzeigen.

Plattformen als Märkte, Geschäfts- und Wertschöpfungsmodelle

Geoffrey Parker, Marshall Alstyn und Sangeet Choudary sehen in Plattformen v.a. Geschäftsmodelle:

»Eine Plattform ist ein Geschäftsmodell, das darauf beruht, dass wertschöpfende Interaktionen zwischen externen Anbietern/Erzeugern und Kunden ermöglicht werden. Die Plattform stellt den Teilnehmern eine offene Infrastruktur für diese Interaktionen bereit und legt die Rahmenbedingungen und Regeln dafür fest. Der übergreifende Zweck einer Plattform ist es, das Zusammenkommen der User und den Austausch von Waren, Dienstleistungen und »sozialer Währung« (engl. social currency) zu gestatten und dabei für alle Beteiligten die Möglichkeiten einer Wertschöpfung zu schaffen.«⁴¹

Andreas Engert wird konkreter, wenn er schreibt: »Von einer Plattform ist danach zu verlangen, dass sie Interaktionen zwischen ihren Nutzern ermöglicht oder erleichtert. Darüber hinaus wird zumeist eine Beteiligung verschiedener Nutzergruppen gefordert. Der Plattformbetreiber bewegt sich also in einem »zweiseitigen« oder »mehrseitigen« Markt.«⁴² Wohingegen Torsten Körber Plattformen *selbst* als »mehrseitige Märkte« beschreibt.⁴³

Die marktorientierten Definitionen digitaler Plattformen weisen Parallelen zur prominenten *Marktplatzmetapher* im Zusammenhang mit der Auslegung der *Free Speech* des

37 Vgl. Dolata, Ulrich (2021). *Varieties of Internet Platforms and their Transformative Capacity*, in: Suter, Christian; Cuvil, Jacinto; Balsiger, Philip & Nedelcu, Mihaela (Hg.). *The Future of Work*, Zürich: Seismo Press, S. 100–116; Dolata (2019). *Plattform-Regulierung*; Dolata (2018). *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung*; Rahman, K. Sabeel (2018). *Regulating Informational Infrastructure: Internet Platforms as the New Public Utilities*, in: *Georgetown Law Technology Review* (2), S. 234–251; Schwarz (2017). *Platform Logic*.

38 Vgl. Nooren, Pieter; van Gorp, Nicolai; van Eijk, Nico & Fathaigh, Ronan Ó. (2018). *Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options*, in: *Policy & Internet* 10 (3), S. 264–301.

39 Vgl. Taddicken & Schmidt (2017). *Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien*; Ellison, Nicole B. & boyd, danah M. (2013). *Sociality through Social Network Sites*, in: Dutton, William H. (Hg.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford: Oxford University Press, S. 151–172.

40 Van Dijk, José; Poell, Thomas & de Waal, Martijn (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford: Oxford University Press.

41 Parker, Alstyn & Choudary (2017). *Die Plattform-Revolution: Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. lernen*, S. 17.

42 Engert (2018). *Digitale Plattformen*, S. 305.

43 Körber (2017). *Konzeptionelle Erfassung digitaler Plattformen und adäquate Regulierungsstrategien*.

First Amendments auf.⁴⁴ Nimmt man die Marktplatzmetapher ernst, sind Plattformen genuine Orte zum Austausch von Ideen und Meinungen und dürfen in der US-Lesart möglichst wenig beeinträchtigt werden. Für Deutschland lässt sich ein Marktzusammenhang mit Meinungen herstellen. Dieser Meinungsmarkt organisiert sich zunehmend in der Form von Plattformen. Dieser Prozess schließt klassische Medien ein, welche sich aufgrund des wirtschaftlichen Wandels z.T. zu Plattformunternehmen umstrukturieren. Sie organisieren sich als Plattform mit einer überregionalen Redaktion und vielen regionalen Marken bzw. kleinen Lokalredaktionen. Auch auflagenstarke Blätter sind betroffen und stellen sich als *Online-News-Plattform* neu auf, wie das Beispiel von *BILD* und *Bild.de* zeigt.⁴⁵

Darüber hinaus etablieren sich neue mediale Formen von Plattformen auf plattform-basierten Meinungsmärkten. Es geht nicht mehr um die Organisation von Medien als Plattformen, sondern um die Vermarktung von Meinungen als Plattform. Man denke in diesem Zusammenhang an personifizierte Medienaktivist:innen, wie dem im Zuge der sog. *Querdenker*-Proteste durch das Bedrängen von Abgeordneten im Reichstagsgebäude bekannt gewordenen⁴⁶ Elijah Tabere alias *Elijah Tee*,⁴⁷ oder auch an Influencer:innen, wie den durch sein mittlerweile deutlich über 20 Millionen mal aufgerufenen Video »Die Zerstörung der CDU«⁴⁸ bekanntgewordenen *Rezo*,⁴⁹ die jeweils rund um ihre Person auf einer oder mehreren digitalen Plattformen einen Meinungsmarkt aufbauen. Genauso relevant sind in diesem Kontext Verbünde aus Personen, die Meinungsplattformen unterhalten, welche oft Meinung und Journalismus vermengen, etwa die Seiten *reit-schuster.de* um den ehemaligen *Focus*-Journalisten Boris Reitschuster oder *Tichys Einblick* (*tichyseinblick.de*) um den ehemaligen Chefredakteur der *Wirtschaftswoche* Roland Tichy. Insbesondere in der extremen Rechten hat sich eine Vielzahl von Meinungsplattformen in Form von journalistisch daherkommenden Angeboten etabliert, bspw. die Hetzseite *Politically Incorrect* (*pi-news.net*). Zugespitzt kann von einer Plattformisierung der Meinungsäußerungsfreiheit in Form von Meinungsplattformen mit eigenen Konventionen und Regeln gesprochen werden.

44 Siehe Kapitel 2.4.1.

45 Der Springer Konzern hat Anfang 2023 sogar bekannt gegeben, die Printversionen seiner Zeitungen *Bild* und *Welt* in Zukunft einzustellen. Vgl. *Taggesschau.de* (23.01.2023). Springer will gedruckte Zeitung aufgeben, abgerufen am 30.01.2023, von: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/axel-springer-expansion-usa-doeopfner-101.html>.

46 Vgl. Potter, Nicholas (19.11.2020). Rechtsalternative Youtuber bedrängen und beleidigen Abgeordneten im Bundestag, *Belltower News*, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.belltower.news/abstimmung-ueber-infektionsschutzgesetz-rechtsalternative-youtuber-bedraengen-und-beleidigen-abgeordneten-im-bundestag-107367/>.

47 Siehe *YouTube-Kanal Elijah Tee* (22.07.2024). ET Video & Content, 46.500 Abonnent:innen, abgerufen am 22.07.2024, von: <https://www.youtube.com/c/ElijahTeeETVideoContent>, weitere Kanäle unterhält er auf *Telegram*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Facebook* und *Instagram*.

48 *Rezo ja lol ey* (18.05.2019). Die Zerstörung der CDU, 54:57 Minuten, *YouTube*, abgerufen am 22.07.2024, von: <https://www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ>.

49 Siehe *YouTube-Kanal, Rezo* (22.07.2024). 1,64 Millionen Abonnent:innen, abgerufen am 22.07.2024, von: https://www.youtube.com/channel/UCLCb_YDL9XfSYsWpS5xrO5Q.

Für die Bedeutung von Plattformen als ökonomische Entitäten und darüber hinaus spielen indirekte und direkte *Netzwerkeffekte* eine zentrale Rolle.⁵⁰ Mit der Zahl von aktiven Nutzer:innen oder Mitgliedern steigt die Anziehungskraft einer digitalen Plattform für weitere Nutzer:innen. »Derartige direkte Netzwerkeffekte bilden in aller Regel die Grundlage für die ökonomisch relevanten indirekten Netzwerkeffekte, die diese Plattformen auszeichnen.«⁵¹ Je mehr aktive Nutzer:innen eine Plattform auf der einen Seite hat, desto mehr Akteur:innen mit wirtschaftlichen Interessen (z.B. Händler:innen, Dienstleister:innen und Werbetreibende) werden auf der anderen Seite angezogen, was wiederum die Attraktivität der Plattform durch indirekte Netzwerkeffekte steigert.⁵² Damit Plattformen ökonomisch erfolgreich sein können, müssen sie Netzwerkeffekte herbeiführen, um möglichst viele Nutzer:innen anzuziehen. Nutzer:innen kommen auf den Plattformen zusammen und interagieren – aus ökonomischer Sicht – zum ein- oder wechselseitigen Nutzen. Für die Attraktivität einer Plattform gibt es verschiedene Faktoren. Einer davon ist die Möglichkeit, sich selbst ausdrücken oder äußern zu können und Resonanz Erfahrungen⁵³ zu machen.

Netzwerkeffekte wirken über rein ökonomische Erwägungen weit hinaus und haben eine Schlüsselrolle für die soziale Bedeutung einer Plattform und schlussendlich für die Aggregation von ökonomischer, politischer, regulativer und sozialer Macht. Dies bedeutet, dass durch Netzwerkeffekte favorisierte Plattformen Äußerungs- und Wahrnehmungsmöglichkeiten entscheidend durch ihre Regeln (»Was darf geäußert werden«) und Moderations-Algorithmen (»Wer sieht wann was«) beeinflussen. Netzwerkeffekte führen dazu, dass Ausweichbewegungen sich Äußernder auf andere Plattformen erheblich erschwert werden, wenn sie einen möglichst breiten Rezipient:innenkreis erreichen möchten. Gleichzeitig führt die (Selbst-)Regulierung von Plattformen dazu, dass sich kleinere, radikal libertäre Meinungsplattformen bilden, so z.B. im Juli 2021 die an die Funktionsweisen *Twitters* angelehnte Plattform *GETTR*⁵⁴ wie auch die im Februar 2022 gestartete, nur für *Apple-User:innen* mit US-amerikanischer Telefonnummer nutzbare Plattform des ehemaligen US-amerikanischen Präsidenten Trump, *TRUTH Social*.⁵⁵

50 Vgl. Seemann (2021). *Die Macht der Plattformen*, S. 89–107; Dolata (2018). *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung*, S. 7; Engert (2018). *Digitale Plattformen*, S. 306.

51 Dolata (2018). *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung*, S. 7.

52 Vgl. Dolata (2018). *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung*, S. 7.

53 Siehe etwa: Rosa, Hartmut (2019). *Resonanz: Eine Soziologie der Weltbeziehung*, Berlin: Suhrkamp.

54 *GETTR* bewirbt sich mit dem Zusatz »The Marketplace of Ideas« und beschreibt sich als »[e]ine brandneue Social-Media-Plattform, die auf den Grundsätzen der freien Meinungsäußerung, des unabhängigen Denkens und der Ablehnung von politischer Zensur sowie ›Löschkultur‹ beruht.« *GETTR*, Startseite, *gettr.com*, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://gettr.com/onboarding>. *GETTR* gibt an, etwa 6 Millionen Nutzer:innen, davon 3 Millionen in den USA, zu haben und wird in Deutschland eher vom rechten bis hin zum rechtsextremen Spektrum genutzt. Vgl. Ertl, Veronika (12.07.2022). Was ist eigentlich aus *GETTR* geworden?, *Belltower News*, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.belltower.news/rechter-twitter-klon-was-ist-eigentlich-aus-gettr-geworden-134867/>.

55 Vgl. *Der Westen* (08.05.2022). Twitter-Konkurrenz von Donald Trump gestartet: So bizarr ist »Truth Social«, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.derwesten.de/panorama/vermisches/twitter-news-musk-trump-truth-social-id235280135.html>.

Plattformen als Datenextrakteure

Ein etwas anders gelagerter, ebenfalls ökonomisch geprägter Blick ist maßgeblich von Nick Srnicek entwickelt worden. Er nutzt zum anfänglichen Verständnis zwar eine sehr allgemeine Definition digitaler Plattformen: »At the most general level, platforms are digital infrastructures that enable two or more groups to interact.«⁵⁶ Dann jedoch bringt er deutlich auf den Punkt, was für ihn Plattformen sind, nämlich *Datenextrakteure*:

»By providing a digital space for others to interact in, platforms position themselves so as to extract data from natural processes (weather conditions, crop cycles etc.), from production processes (assembly lines, continuous flow manufacturing etc.), and from other businesses and users (web tracking, usage data etc.). *They are an extractive apparatus for data* [Herv. P.B.].«⁵⁷

Das Sammeln und Generieren von Daten ist demzufolge der Kern der neuesten Aktualisierung des kapitalistischen Systems, welches nunmehr auf digitale Plattformen als Motoren für Wachstum und Profit setzt. Die Erfassung einer Vielzahl von Datenpunkten ermöglicht es digitalen Plattformunternehmen, aus dem Verhalten von Nutzer:innen Prognosen, etwa über das individuelle und kollektive Verhalten, für die Zukunft aufzustellen, Persönlichkeits- und Verhaltensprofile zu erstellen und somit zielgerichtete, individuell zugeschnittene Werbe- und Informationsflüsse bewerkstelligen zu können. Diese reichen von kommerzieller über politische Werbung bis hin zu Propaganda und Desinformation.⁵⁸ Daraus erwächst die Möglichkeit der gezielten Meinungsbeeinflussung durch die Plattformunternehmen.

Plattformen reihen sich somit in einen globalen Makrotrend ein, den Steffen Mau treffend als »Quantifizierung des Sozialen« beschreibt. Nicht nur die digitale Ökonomie treibt das Datensammeln voran, sondern auch viele andere gesellschaftliche Bereiche und nicht zuletzt die Individuen mit ihrem Wunsch nach Vergleich.⁵⁹ Aus der individuellen und kollektiven Vermessung des Sozialen erwachsen Herausforderungen für die Meinungsäußerungsfreiheit, da Kommunikation und Interaktion aufgezeichnet wird und dies Einflüsse auf das Verhalten der Sprecher:innen hat. Unumstritten und in der Regel intransparent hat es Einflüsse auf die Gestaltung der Plattformen, die algorithmisch basiert und – von Künstlicher Intelligenz gestützt – die Kommunikation auswerten und daraus resultierende Darstellungs- und Designentscheidungen treffen.

Plattformisierung als Prozess

Derzeit ist die Plattformisierung der zentrale Prozess in der digitalen Konstellation: »Platformization entails the extension of social media platforms into the rest of the web and their drive to make external web data ›platform ready‹.«⁶⁰ Nicht nur die Plattformen weiten ihren Einfluss im Internet (und darüber hinaus) aus, sondern externe Internetangebote werden explizit an die Vorgaben der Plattformen angepasst und mit

56 Srnicek (2017). *Platform Capitalism*, S. 43.

57 Ebd., S. 48.

58 Siehe Kapitel 5.4.

59 Vgl. Mau (2018 [2017]). *Das metrische Wir*.

60 Helmond (2015). *The Platformization of the Web*, S. 1.

ihnen kompatibel gemacht oder vernetzt. Dies zeigt beispielsweise die in Deutschland aufgrund von Datenschutz wieder weniger verbreitete Einbettung des *Facebook-Like-Buttons* in diverse Webangebote, die Nutzung des *Google-Logins* für viele Webangebote oder die plattformkompatiblen Teil-/Share-Funktionen vielerlei Internetseiten.

Die Prozesshaftigkeit der Plattformisierung des Internets bezieht sich auf den Ausbreitungsprozess der Plattformen und den Verdrängungsprozess durch Plattformen in allen Bereichen des Internets und teils darüber hinaus. Plattformen sind die dominanten ökonomischen und infrastrukturellen Modelle im Netz und *Social-Media*-Plattformen dehnen sich in andere Bereiche des Internets aus, was insbesondere an den Schnittstellen, sog. *APIs* (*Application Programming Interfaces*), liegt, die Plattformen von anderen Online-Angeboten unterscheiden.⁶¹ Daraus resultiert auch ein wachsender Einfluss der Plattformen auf die Gestaltung von Äußerungsräumen und auf ihre Möglichkeiten, Personen von diesen auszuschließen.

Paul Langley und Andrew Leyshon wählen einen ähnlichen Zugang: »the platform« – understood as a distinct mode of socio-technical intermediary and business arrangement that is incorporated into wider process of capitalisation«⁶² Neben der Prozesshaftigkeit der Plattformisierung steht demzufolge die intermediäre Funktion digitaler Plattformen im kapitalistischen System der Gegenwart im Vordergrund: »we aim to place »the platform« at the centre of critical understandings of digital economic circulation.«⁶³ Plattformen rücken ins Zentrum des Wirtschaftens und bestimmen zunehmend die Gestaltung von Marktinteraktionen, was wiederum Auswirkungen auf die kommunikativen Modalitäten in Gesellschaften hat, mit direkten Folgen für die Meinungsäußerungsfreiheit.

Beispielhaft kann das an der Debatte um die Plattform *Telegram* um den Jahreswechsel 2021/22 gezeigt werden. *Telegram* ist ein Messenger-Dienst, der sowohl interaktive Gruppen mit bis zu 200.000 Mitgliedern als auch Kanäle (Profile, die nur verfolgt/gelesen werden können) mit unbegrenzter Follower:innenzahl zulässt.⁶⁴ Auf der Plattform organisieren sich u.a. rechte, rechtsextreme sowie Verschwörungstheorien anhängende Personen und obgleich die Plattform unter das NetzDG fällt, kooperieren die Plattformbetreiber:innen nicht mit dem Staat.⁶⁵ Dadurch stellt die Plattform einen sicheren Hafen für strafrechtlich relevante Äußerungen dar. Um dem zu begegnen, wird z.T. vorgeschlagen, die App aus den App-Stores von *Alphabet* (*Google Playstore*) und *Apple* (*Apple-Store*) zu entfernen.⁶⁶ An diesem Beispiel lassen sich verschiedene Aspekte der Plattformisierung

61 Vgl. Dolata (2019). *Plattform-Regulierung*, S. 197; Helmond (2015). *The Platformization of the Web*, S. 5.

62 Langley & Leyshon (2017). *Platform capitalism*, Abstract.

63 Ebd., S. 13.

64 Vgl. *Telegram* (oJ), FAQ, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://telegram.org/faq/de#:~:text=%C3%9Cber%20Telegram%20kannst%20du%20Textnachrichten,Kan%C3%A4le%20mit%20unbegrenzt%20vielen%20Abonnenten.>

65 *Zeit Online* (17.12.2021). NetzDG: Extremisten weichen für Hassbotschaften offenbar auf Telegram aus, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.zeit.de/digital/internet/2021-12/telegram-radikalisierung-extremismus-netzdg-studie>.

66 Vgl. nur: *Spiegel Online* (20.01.2022). Innenministerin kritisiert Messenger-App: Faeser will Telegram aus den App-Stores werfen lassen, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.>

und ihre Folgen für die Meinungsäußerungsfreiheit aufzeigen. Zum einen benötigen politische Akteur:innen, insbesondere des extremistischen Spektrums, libertäre Plattformen wie *Telegram*, um ihre Äußerungen zu verbreiten und sich zu organisieren. Plattformen wie *Telegram* oder die zuvor genannten Nischenplattformen *GETTR* und *TRUTH Social* profitieren von strengeren Regeln auf anderen Plattformen und dies führt wiederum zu Netzwerkeffekten.⁶⁷ Auf der anderen Seite hat die Plattformisierung dazu geführt, dass die *App-Stores* zweier Plattformunternehmen (*Apple* und *Google/Alphabet*) eine *Gatekeeping-Funktion*, sprich eine Zugangskontrollfunktion für andere Plattformen eingenommen haben. Damit kommt ihnen auf der Zugangsseite zu Orten der Meinungsäußerung, Meinungsbildung und des Meinungsaustausches erhebliche Macht zu. Entsprechend ist es eine Frage der Meinungsäußerungsfreiheit, welche *Apps* in *App-Stores* angeboten werden.

Plattformen als soziotechnische (öffentliche) digitale Infrastrukturen

Plattformen können auch als (öffentliche) Infrastrukturen betrachtet werden, wobei ein eher soziotechnisches Verständnis zugrunde gelegt wird. Ein solches Verständnis charakterisiert »Plattformen als *digitale, datenbasierte und algorithmisch strukturierende soziotechnische Infrastrukturen* [...], über die Informationen ausgetauscht, Kommunikation strukturiert oder Arbeit organisiert, ein breites Spektrum an Dienstleistungen angeboten oder digitale wie nichtdigitale Produkte vertrieben werden. [Herv.i.O.]«⁶⁸ Ulrich Dolata sieht anknüpfend an seine Definition zwei »Regelungsbereiche«, welche den Kern der großen Plattformen ausmachen: Zum einen die »*Organisierung und Regulierung von Märkten* [Herv.i.O.]« und zum anderen die »*Strukturierung und Kuratierung von Inhalten, Kommunikation und Öffentlichkeiten* [Herv.i.O.]«.⁶⁹ Die Verknüpfung von technischen und sozialen Aspekten macht also den komplexen Plattformbegriff aus. Der zweite Regelungsbereich verdeutlicht auch den Meinungsäußerungsbezug dieses Plattformverständnisses, denn der Schutz der Meinungsäußerungsfreiheit gilt auch für die Verbreitungsmodalitäten von Meinungsäußerungen.

Jonas Schwarz blickt mit eher technischem Verständnis auf digitale Plattformen. Er sieht in ihnen digitale Infrastrukturen, die zumeist auf *Software* basieren und nur z.T. auf

spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/faeser-will-telegram-aus-den-app-stores-werfen-lassen-a-30f191c7-ecb6-4d2c-997d-cfceaadd2eb60; Wilton, Jennifer (17.01.2022) Nein, Telegram einfach abzuschalten hilft nicht, *Welt Online*, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article236285438/Messengerdienst-Nein-Telegram-einfach-abzuschalten-hilft-nicht.html>; *Legal Tribune Online* (14.12.2021). Rechtlicher Umgang mit umstrittenen Messengerdienst: »Verbot von Telegram nicht zielführend«, abgerufen am 07.09.2022, von: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/hass-hetze-telegram-anwendbarkeit-netzdg-soziales-netzwerk-messenger/>.

67 Vgl. nur: Rogers, Richard (2020). *Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media*, in: *European Journal of Communication* 35 (3), S. 213–239.

68 In gleichen Wortlaut Dolata (2019). *Plattform-Regulierung*, S. 188 & Dolata (2018). *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung*, S. 6. Ähnlich erneut 2021: Dolata (2021). *Varieties of Internet Platforms and their Transformative Capacity*, S. 101.

69 Dolata (2019). *Plattform-Regulierung*, S. 184.

Hardware. Diese Infrastrukturen sind für Nutzer:innen gedacht, um zum einen Computercode anzuwenden, etwa um Anwendungen zu nutzen oder Daten einzusehen, oder zum anderen verschiedene, von den jeweiligen Plattformen eingegrenzte, formalisierte und strukturierte Nutzer:innenanwendungen vornehmen zu können.⁷⁰ Plattformen nehmen danach vornehmlich eine intermediäre Rolle für technische und menschliche Anwendungen ein, woraus auch soziale und ökonomische Wirkungen abgeleitet werden:

»Digital platforms, as an instance of digitization proper, are infrastructural arrangements that situate digital operability on proprietary systems that are, to some degree, programmable and/or customizable by the system users, making possible one- or multisided market exchanges. As surfaces on which social action takes place, digital platforms mediate—and to a considerable extent, dictate—economic relationships.«⁷¹

Plattformen vermitteln also – oder diktieren gar – sozialen und wirtschaftlichen Austausch.

Flankiert wird die Einordnung von Plattformen als technischen Infrastrukturen, von Überlegungen zu ihrer gesellschaftlichen Bedeutung. K. Sabeel Rahman beschreibt »information platforms«, die er ebenfalls als Infrastrukturen und »new public utilities« (öffentliche Einrichtung/Unternehmen der öffentlichen Daseinsfürsorge) ansieht.⁷² Diese öffentlichen Infrastrukturen zeichnen sich durch spezifische Macht aus. Drei besonders wichtige Aspekte dieser infrastrukturellen Macht sind: »gatekeeping power, transmission power, and scoring power [Herv.i.O.]«,⁷³ also eine Filter-, Ver- und Übermittlungsfunktion sowie Bewertungsmacht.

Diese drei Aspekte entfalten hinsichtlich Fragen der Meinungsäußerungsfreiheit eine Bedeutung, da die Meinungsäußerungsfreiheit den Prozess der Meinungskundgabe in den Schutzbereich einschließt und Plattformen eben diesen Prozess einschränken können. Ferner sind Bewertungen durch eine und von einer Person als Meinung prinzipiell durch die Meinungsäußerungsfreiheit geschützt, müssen jedoch mit den Persönlichkeitsrechten bewerteter Personen in Ausgleich gebracht werden. Gerade dies führt immer wieder zu Gerichtsprozessen, wie bspw. Urteile rund um die kommerzielle Vermittlungs- und Bewertungsplattform für Ärzt:innen, *Jameda*, zeigen.⁷⁴ Zudem weist die Rede von Plattformen als »public utilities« auf die allgemeine Bedeutung von Plattformen für das gesellschaftliche Zusammenleben hin, welche über ökonomische, soziale oder kulturelle Nischen hinausgeht. Sie sind so wichtig, dass sie als Teil der öffentlichen Daseinsvorsorge angesehen werden können.

70 Vgl. Schwarz (2017). *Platform Logic*, S. 376.

71 Ebd., S. 375.

72 Vgl. Rahman (2018). *Regulating Informational Infrastructure*.

73 Ebd., S. 235 & 240–246.

74 Siehe etwa: Fischer, Julian (2020). *Die goldenen Sterne des Internets (Teil 2): Neue Episode im Kampf um positive Bewertungen – Warnhinweis auf »jameda« (un-)zulässig?*, in: *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Praxis im Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht (GRUR-Prax)*, S. 467–469; Düsberg, Wiebke (2019). *Die aktuelle Rechtsprechung des BGH zu Jameda: Muss ich mich eigentlich online bewerten lassen?*, in: *Der Gynäkologe* 52, S. 150–154.

Plattformen als Aggregatoren und Mittler zwischen digitaler und physischer Welt

Aspekte der Plattformisierung, die zum Kern von Plattformdefinitionen gemacht werden können, sind die Inhalte und Dienstleistungen *bündelnde Funktion* sowie die *Vernetzungs- und Verknüpfungswirkung digitaler Plattformen mit der analogen bzw. physischen Welt*. Diese Aspekte spielten zuerst im Bereich des E-Commerce eine Rolle, wurden aber immer bedeutender und weiteten sich auch auf andere Sektoren aus.⁷⁵ Beispielhaft ist folgende Aufzählung von Nooren et al.: »mobility (Uber), food delivery (Deliveroo, Foodora), hotels and accommodation (booking.com, Airbnb), and home automation (Google Nest, Apple).«⁷⁶ Große Plattformen integrieren Dienstleistungen und Funktionen und wirken so als Aggregatoren, wie später im Zuge der Typologisierung digitaler Plattformen noch deutlicher wird. Zudem sorgt die Plattformisierung, wie die zitierten Beispiele zeigen, dafür, dass immer weitere Bereiche des (wirtschaftlichen) Lebens in Form von digitalen Plattformen strukturiert werden.

Die mittelnde Funktion zwischen digitaler Sphäre und physischer Welt lässt sich ferner im Bereich sozialer und politischer Bewegungen beschreiben und beobachten. So wären die Anti-Coronaschutzmaßnahmen-Proteste (sog. *Spaziergänge*) des Lockdown-Winters 2021/22 oder Bewegungen wie die rechtsextreme PEGIDA (*Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes*) ohne die aggregierende und mittelnde Funktion digitaler Plattformen wie Facebook und Telegram in realisiertem Umfang und realisierter Persistenz nicht denkbar.⁷⁷ Hier wurden die Möglichkeiten digitaler Plattformen genutzt, um kollektive Meinungsäußerungen in Form von Demonstrationen zu organisieren. Gleichzeitig ließen sich auf den zur Koordination genutzten Plattformen invektive Eskalationsdynamiken beobachten, die im Netz und auf der Straße zu Grenzverletzungen der Meinungsäußerungsfreiheit führten.

Die Monetarisierung bildet ein weiteres Bindeglied zwischen digitaler und physischer Welt, allen schon deshalb, weil zahlende oder datenerzeugende Individuen für die Geschäftsmodelle der Plattformen benötigt werden. So finanzieren sich diese entweder über direkte Bezahlungen (»Direct payment«), etwa durch E-Commerce, Werbung (»Advertisement«), ein Zugangsmodell (»Access model«), welches beispielsweise Programmierer:innen und Ersteller:innen von Applikationen oder Inhalten über App-Stores und Kund:innen zusammenbringt, oder über ein Akquisitions- und Wachstumsmodell (»Acquisition or growth model«), bei welchem es um die Beherrschung eines Marktes geht.⁷⁸

75 Vgl. Nooren et al. (2018). *Should We Regulate Digital Platforms?*, S. 265.

76 Nooren et al. (2018). *Should We Regulate Digital Platforms?*, S. 265.

77 Siehe für Facebook und PEGIDA nur Scharf, Stefan & Pleul, Clemens (2016). *Im Netz ist jeden Tag Montag*, in: Rehberg, Karl-Siebert; Kunz, Franziska & Schlinzig, Tino (Hg.). *PEGIDA: Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und »Wende«-Enttäuschung?*, Bielefeld: Transcript, S. 83–98 und für die Querdenker und Telegram: Holzer, Boris (2021). *Zwischen Protest und Parodie: Strukturen der »Querdenken«-Kommunikation auf Telegram (und anderswo)*, in: Reichardt, Sven (Hg.). *Die Misstrauensgemeinschaft der Querdenker: Die Corona-Proteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive*, Frankfurt a.M./New York: Campus, S. 125–158; Müller, Pia (2022). *Extrem rechte Influencer*innen auf Telegram: Normalisierungsstrategien in der Corona-Pandemie*, in: ZRex-Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung 2 (1), S. 91–109.

78 Vgl. Dolata (2019). *Plattform-Regulierung*, S. 190; Nooren et al. (2018). *Should We Regulate Digital Platforms?*, S. 269–270.

Je nach Monetarisierungsstrategie ist eine Plattform stärker oder schwächer auf die Extraktion von Daten angewiesen. Die Erhebung von Nutzer:innendaten für die spätere (potenzielle) Verwertung ist dabei jedoch für alle gewinnorientierten Plattformen attraktiv. Ferner macht es einen Unterschied, ob Nutzer:innen oder Werbetreibende die hauptsächlichen Kund:innen digitaler Plattformen sind. Es ist anzunehmen, dass Plattformen in starkem Maße im Interesse derjenigen arbeiten, die für die Plattformdienste zahlen, zumindest solange es Alternativangebote im selben Markt gibt und es gilt, ein besonders gutes Angebot bereitzustellen. Für die Analyse einer digitalen Plattform muss genau beachtet werden, welche Rolle die unterschiedlichen Akteur:innen in diesem Zusammenhang einnehmen.

Im Falle Sozialer Medien etwa, aber auch bei anderen Plattfortmtypen, kann es ansonsten zur Verwechslung von Kund:innen (Werbetreibende, Datenhändler:innen, Analyst:innen etc.) und Nutzer:innen (Menschen, welche die jeweilige Plattform zur sozialen Interaktion nutzen) kommen. Um das noch einmal zu verdeutlichen, dient folgendes Beispiel: Anders als bei *Netflix*, wo Nutzer:innen zugleich zahlende Kund:innen sind, sind bei *Facebook* diejenigen Kund:innen, die für Dienstleistungen wie Werbung bezahlen und nicht diejenigen, die *Facebook* lediglich benutzen, demnach also Nutzer:innen sind. Daher handelt *Facebook* stärker im Sinne der Werbetreibenden als im Sinne der Nutzer:innen, mit der Folge, dass *Facebook* sein Angebot so gestaltet, dass möglichst viel Werbung verkauft werden kann und nicht so, dass ein möglichst freier Austausch von Äußerungen stattfindet. Dennoch sind Plattformen auch soziale und kommunikative Räume, was durch andere Definitionen digitaler Plattformen ins Zentrum gestellt wird:

Plattformen als kommunikative und soziale Räume

Plattformdefinitionen, die sich mit Plattformen als kommunikativen und sozialen Räumen befassen, nutzen den Plattformbegriff als unterstützende Metapher, um Soziale Medien erklären zu können. Demnach sind Plattformen nur eine Untergruppe Sozialer Medien mit »softwaretechnische[r] Infrastruktur für Kommunikation [...]«. ⁷⁹ Nicole Ellison und danah boyd definieren soziale Netzwerke als »*networked communication platform[s]*«, bei denen Teilnehmer:innen eindeutig identifizierbare Profile haben, die aus eigenen Inhalten, den Inhalten anderer sowie aus Inhalten bestehen, welche die Plattformbetreiber:innen bereitstellen. Ferner können die Nutzer:innen Verbindungen öffentlich machen, die andere sehen und in die sie sich einklinken können. Darüber hinaus erzeugen die Plattformen »*streams of user-generated content*«, die auf den Verbindungen der Profile beruhen und die von den Nutzer:innen konsumiert oder gestaltet werden können. ⁸⁰

Plattformen sind demzufolge soziale und kommunikative Räume, die spezifische Infrastrukturen in spezifischer Weise nutzen, indem dort Möglichkeiten der individualisierten Selbstdarstellung und (öffentlich) sichtbaren Vernetzung, Interaktion und Kommunikation geschaffen werden. Kern dieser Räume ist ein nicht abreißender *Feed* oder *Stream* zumeist nutzer:innengenerierter und von Plattformen kuratierter Inhalte. Das macht sie zu genuinen Räumen aktiver und passiver Ausübung von Meinungsausdrucksfreiheit.

79 Taddicken & Schmidt (2017). *Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien*, S. 9–10.

80 Vgl. Ellison & boyd (2013). *Sociality through Social Network Sites*, S. 158.

Plattformen als (Teil-)Öffentlichkeit(en)

Eine elementarere Voraussetzung für die Entfaltung und Ausübung von Meinungsäußerungsfreiheit ist Öffentlichkeit. In der Öffentlichkeit werden Meinungen ausgetauscht, kundgegeben und empfangen. Folgt man Theorien deliberativer Demokratie, werden dort jene Diskurse geführt, die zu politischen Entscheidungen führen.⁸¹ Es existieren verschiedene Konzepte, Definitionen und Vorstellungen von »Öffentlichkeit«⁸² und auch die digitalen Plattformen sind unbestreitbar (Teil-)Öffentlichkeit(en) und spezialisierte Öffentlichkeit(en). Die Debatte um die Weiterentwicklung des ohnehin stark debattierten Öffentlichkeitsbegriffs entfaltet sich in Bezug auf digitale Öffentlichkeiten neuerlich.⁸³ Es ist u.a. von »networked publics«,⁸⁴ »Hashtag Publics«,⁸⁵ der Technisierung von Öffentlichkeit,⁸⁶ der Algorithmisierung, Fragmentierung und Personalisierung von Öffentlichkeit⁸⁷ bis hin zur (multiplen) Privatisierung oder der Intimisierung von Öffentlichkeit⁸⁸ die Rede.

-
- 81 Das ist natürlich eine sehr verkürzte Zusammenfassung deliberativer Demokratietheorie. Vgl. zur ausführlicheren Übersicht nur: Stemler, Abbey (2018). *Platform Advocacy and the Threat to Deliberative Democracy*, in: *Maryland Law Review* 78 (1), S. 105–146, S. 137–139; Strecker, David & Schaal, Garry S. (2016). *Die politische Theorie der Deliberation: Jürgen Habermas*, in: Brodacz, André & Schaal, Gary S. (Hg.). *Politische Theorien der Gegenwart II*, 4. Aufl., Opladen: Verlag Barbara Budrich, S. 103–161, insb. S. 119–123.
- 82 Siehe zur Übersicht etwa: Jarren, Otfried & Danges, Patrick (2011). *Strukturen der Öffentlichkeit*, in: Jarren, Otfried & Danges, Patrick (Hg.). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, Wiesbaden: VS, S. 95–117; Nuernbergk, Christian (2016). *Öffentlichkeitskonzepte – Öffentlichkeits-theorie*, in: Krone, Jan & Pellegrini, Tassilo (Hg.). *Handbuch Medienökonomie*, Wiesbaden: Springer, S. 1–24.
- 83 Für eine allgemeine Übersicht über den neuerlichen »Strukturwandel der Öffentlichkeit« siehe etwa: Jarren, Otfried (2019). *Medien- und Öffentlichkeitswandel durch Social Media als gesellschaftliche Herausforderung wie als Forschungsfeld*, in: Eisenegger, Mark; Udris, Linards & Ettinger, Patrik (Hg.). *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft*, Wiesbaden: Springer, S. 349–376; Stark, Birgit & Magin, Melanie (2019). *Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit durch Informationsintermediäre: Wie Facebook, Google & Co. die Medien und den Journalismus verändern*, in: Eisenegger, Mark; Udris, Linards & Ettinger, Patrik (Hg.). *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft*, S. 377–406.
- 84 »Networked publics are publics that are restructured by networked technologies. As such, they are simultaneously (1) the space constructed through networked technologies and (2) the imagined collective that emerges as a result of the intersection of people, technology, and practice [Herv.i.O.]«, boyd, danah (2011). *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*, in: Papacharissi, Zizi (Hg.). *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York: Routledge, S. 39–58, hier: S. 39.
- 85 *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks* (2015). Hrsgg. v. Rambukkana, Nathan, Frankfurt a.M./New York: Peter Lang.
- 86 Vgl. Wagner, Elke (2019). *Intimierte Öffentlichkeiten: Pöbeleien, Shitstorms und Emotionen auf Facebook*, Bielefeld: Transcript, S. 168–169.
- 87 Vgl. Nuernbergk (2016). *Öffentlichkeitskonzepte – Öffentlichkeitstheorie*, S. 15–16; Ingold, Albert (2017). *Digitalisierung demokratischer Öffentlichkeiten*, in: *Der Staat* 56, S. 491–533, hier: S. 506–514.
- 88 Vgl. Wagner (2019). *Intimierte Öffentlichkeiten*, S. 166–167; Eisenegger, Mark (2019). *Einleitung: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen im digitalen Strukturwandel*, in: Ettinger, Patrik; Prinzig, Marlis; Eisenegger, Mark & Blum, Roger (Hg.). *Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära*, Wiesbaden: Springer, S. 1–10.

Es ist stark von der einzelnen Plattform abhängig, welche Rolle sie in Bezug auf Öffentlichkeit(en) spielt. Bspw. ist *Twitter* überwiegend, aber nicht nur, die Plattform für Politiker:innen, Journalist:innen, Aktivist:innen und auch Wissenschaftler:innen, um Informationen und Botschaften pointiert zu verbreiten und dabei oftmals auf einen unbestimmten Personenkreis abzu zielen. Bewertungsportale wie *Jameda* (Vermittlung und Bewertung von u.a. Ärzt:innen) oder *TripAdvisor* (Tourismus) zielen auf die öffentliche Abgabe von Werturteilen zu bestimmten Themen ab. *Amazon* ist von enormer Bedeutung für den öffentlichen Umschlag von Waren. *Instagram* funktioniert v.a. über unterhaltende, visuelle Inhalte. Bei den genannten Beispielen handelt es sich somit zumeist um themenspezifische oder akteursbezogene Teilöffentlichkeiten, wohingegen Plattformen wie *YouTube* oder *Facebook* viel breitere Öffentlichkeit(en) und Themengebiete ansprechen.

Die Funktionsweise der Plattformen ist dabei sehr auf das Individuum gerichtet, das heißt, dass jede:r bei Benutzung etwas anderes sieht, da die individuellen *Interfaces* auf der Grundlage von plattformbasierten Algorithmen Nutzer:innen individuelle Inhalte anzeigen. Dies führt zu einer individualisierten Form von Öffentlichkeit durch Plattformen, welche zu Vor- und Nachteilen für die jeweiligen Nutzenden bedingen. Vorteile entstehen etwa durch die den algorithmisch antizipierten und eigenen Vorlieben entsprechenden Empfehlungen der Plattformen und Nachteile bspw. durch das Ausbleiben von Irritationen der eigenen Öffentlichkeit durch kontingente Inhalte. Deshalb ist es aus Sicht der Meinungsäußerungsfreiheit nicht egal, was Nutzer:innen in ihren *Feeds* und *Streams* sehen, denn öffentliche Diskussionen und Meinungen setzen zumindest in Teilen ähnliche Informationen voraus, um sich darüber verständigen zu können, wie ein Sachverhalt zu bewerten oder zu lösen ist. Die Individualisierung von Öffentlichkeit kann dementsprechend zu einer Gefährdung für die kollektive Meinungsbildung und den kollektiven Meinungsstreit führen.

Synthese: Die Plattformgesellschaft

Digitale Plattformen sind von überragender Bedeutung für die individuelle Lebensgestaltung und -führung sehr vieler Menschen. Sie strukturieren Meinungsbildung, Kommunikation, Vernetzung und nicht zuletzt große Teile der globalen Wertschöpfung. Bei der Betrachtung digitaler Plattformen ist je nach Autor:in von GAFAM, also den großen Vier im Bereich der Plattformen – Google (*Alphabet*), Apple, Facebook (*Meta*) und Amazon – oder von GAFAM bzw. FAMGA, was zusätzlich *Microsoft* als fünfte große Plattform des Plattformökosystems einschließt, die Rede.⁸⁹ Im Aufstieg der Plattformen zu Quasimonopolisten in verschiedenen Leistungsbereichen (z.B. Google bei den Suchmaschinen oder Facebook im Bereich *Social Media*) erkennt Geert Lovink »das Zusammenschrumpfen eines Horizonts, vom unbegrenzten Raum, der das Internet einmal war, zu einer Handvoll Social Media Apps.«⁹⁰ Plattformen sind Konsolidierungsprozesse im Netz, das ursprünglich dezentral angelegt gewesen ist. Sie zentralisieren, integrieren und fassen zu-

89 Flew (2019). *The Platformized Internet*, S. 3; van Dijck; Nieborg & Poell (2019). *Reframing platform power*, S. 3; Reda (2016). *Keynote: Die Macht der Plattformen*, S. 4.

90 Lovink (2017). *Im Bann der Plattformen*, S. 11.

sammen.⁹¹ »Plattform« verweist auch auf die Vereinigung von und mit verschiedenen Akteuren – durch eine Vielfalt von Anwendungen – zu einer höheren Synthese.⁹²

José van Dijck, Thomas Poell und Martijn de Waal beschreiben und theoretisieren diese Synthese mit ihrer Rückwirkung auf das Soziale. Ihre Arbeit greift viele unterschiedliche und bereits thematisierte Sichtweisen auf digitale Plattformen auf. Sie unterscheiden verschiedene Bedeutungen der Plattformmetapher und integrieren andere Zugänge in ihre Heuristik. Unter einer Online-Plattform verstehen sie programmierbare digitale Architekturen, welche durch ihr Design Nutzer:innenbeziehungen organisieren, was neben natürlichen Personen auch Unternehmen und öffentliche Institutionen einschließt.⁹³ Für eine tiefgreifende Analyse legen sie die Anatomie digitaler Plattformen offen: »a platform is fueled by data, automated and organized through algorithms and interfaces, formalized through ownership relations driven by business models, and governed through user agreements [Herv.i.O.]«. ⁹⁴

Jedoch gehen van Dijck, Poell und de Waal weiter und erfassen die Plattformen in ihrer gesellschaftlichen und politischen Bedeutung. Als Analyseebenen schlagen sie dafür eine Mikroebene, »single platforms«, eine Mesoebene, »platform ecosystems« und eine Makroebene mit geopolitischer Bedeutung, »platform societies«, vor.⁹⁵ Dies ist nötig, da Plattformen nicht losgelöst von sozialen oder politischen Strukturen auf internationaler Ebene betrachtet werden können. Es geht natürlich auch um Fragen von Macht und Werten, wenn es um globale Plattformen geht.⁹⁶ Für Fragen der Meinungsäußerungsfreiheit und deren Regulierung sind konkrete Machtfragen ganz erheblich, denn deren gesetzliche Regulierung geschieht v.a. in nationalen Kontexten und je mehr Macht einzelne Plattformen auf sich vereinen können, desto mehr Einfluss haben sie auch gegenüber den Nutzer:innen.

Die Metapher der Plattform steht also für verschiedene Dinge, die in der Synthese einer Plattformgesellschaft münden: Plattformen sind Infrastrukturen, Märkte, Wertschöpfungsmodelle, Intermediäre, Bindeglieder zwischen digitaler und physischer Welt, soziale und politische Räume, Öffentlichkeit, Aggregatoren, Kommunikatoren, Prozesse und in erheblichem Maße Regulator:innen und Gestalter:innen sozialer Wirklichkeit.

Der letzte Punkt hat besondere Bedeutung für diese Arbeit, da für die effektive Entfaltung sowie Beschränkung der Meinungsäußerungsfreiheit die Plattformen und nicht nur der Staat Schlüsselfiguren sind. Im weiteren Verlauf werden daher nicht nur die regulatorischen Maßnahmen der Plattformen selbst hinsichtlich der Möglichkeit der User:innen, sich zu äußern, sondern auch die staatlichen Bemühungen hinsichtlich der Regulierung von Äußerungen auf digitalen Plattformen betrachtet. Im nächsten Abschnitt wird gezeigt, welche Vielzahl von Angeboten bzw. Infrastrukturen mit

91 Lovink (2017). *Im Bann der Plattformen*, S. 13.

92 Ebd., S. 13–14.

93 Vgl. van Dijck; Poell & de Waal (2018). *The Platform Society*, S. 4.

94 Ebd., S. 9.

95 Vgl. ebd., S. 8.

96 Vgl. ebd.

jeweils eigenen, aber auch übergreifenden Herausforderungen für die Meinungsäußerungsfreiheit unter den Plattformbegriff fallen. Die Darstellung der unterschiedlichen Typologien von digitalen Plattformen hilft dabei, v. a. jene Plattfortmtypen und konkreten Plattformen herauszufiltern, die genuine Räume für Äußerungen darstellen.

3.2 Typologien digitaler Plattformen

Wie schwierig es ist, eine umfassende und dabei nicht beliebige Definition der Plattform zu erstellen, wird noch einmal deutlich, wenn verschiedene Typologien von Plattformen betrachtet werden. *Plattform* ist ein Containerbegriff für zahlreiche Phänomene. Plattfortmtypologien unterscheiden sich z.T. stark hinsichtlich Ausdifferenzierung und Umfang. Dies ist durch die unterschiedliche Fokussierung der jeweiligen Autor:innen begründet. Ähnlich den Definitionen bestimmt der jeweilige Zugang die Einteilung. Die Betrachtung verschiedener Typologien ist sinnvoll, um die ganze Breite der Plattformisierung und ihre Folgen für soziale, ökonomische und politische Konfigurationen erfassen zu können. Insbesondere hinsichtlich der Strukturierung von Äußerungsmöglichkeiten und der Rekonstruktion digitaler Öffentlichkeiten ist dies erhellend. Nachfolgend werden deshalb zunächst vier Ansätze der Typologisierung (digitaler) Plattformen mit unterschiedlicher Erklärungskraft vorgestellt.

1. Die Differenzierung in *Schnittstellen-, Protokoll- und Dienstplattformen* (Seemann 2021).
2. Eine allgemeine Unterscheidung von *infrastrukturellen* und *sektoralen* Plattformen innerhalb eines Plattformökosystems der fünf großen Plattformunternehmen (van Dijck, Poell & de Waal 2018).
3. Übersichten über die gesamte *Plattformökonomie* (EU-Kommission/Reda 2017; Srnicek 2017; Langley & Leyshon 2017; Nooren et al. 2018 und Dolata 2018, 2019, 2021).
4. Übersichten im Bereich der *Sozialen Medien*, als besonders relevante Gruppe von Plattformen, wenn es um digitale Äußerungen geht (Schmidt & Taddicken 2017; Bock 2018; Gillespie 2018; Kellner 2019).

1. Die Differenzierung in Schnittstellen-, Protokoll- und Dienstplattformen

Michael Seemann entwickelt seine funktionale Typologie mit Verweis auf die »Nicht-neutralität technischer Strukturierung«, die »Plattformen auf jeweils spezifische Weisen zwischen Offenheit und Geschlossenheit sowie zwischen Kontrollverlust und Kontrolle oszillieren lässt.«⁹⁷

Schnittstellenplattformen bestimmen sich über ihre festgelegten Berührungspunkte, »die definierten Anbindungen eines Systems mit seinen Subsystemen.«⁹⁸ Dabei haben die Schnittstelleninhaber:innen nur begrenzte Kontrolle über die Verwendung ihrer

97 Seemann (2021). *Die Macht der Plattformen*, S. 33.

98 Ebd., S. 35.