

Dead Internet Theory

→ Wie beeinflussen aktuelle digitale Entwicklungen die gesellschaftliche Wahrnehmung und Nutzung des Internets?

Technische Hochschule Würzburg-Schweinfurt,
Fakultät Gestaltung, Sommersemester 2026
Bachelorarbeit im Studiengang Kommunikationsdesign

Datum der Abgabe: 07.07.2026
Matrikelnummer: 5322004

Elias Hansbauer | kontakt@eliashansbauer.de
St.-Benedikt-Str. 14 | 97072 Würzburg

Erstprüfer: Prof. Christoph Barth
Zweitprüferin: Dr. Beatrice Barrois

Abstract

Phänomene wie *AI-Slop*, *Enshittification*, *Erosion of Trust* und *Fake News* nehmen rasant zu und beeinflussen die Gesellschaft und ihre Nutzung des digitalen Raums. Im Jahr 2025 entsteht eine wachsende Skepsis: Beeinflusst die Entwicklung des Internets die Gesellschaft weiterhin positiv?

Das Internet ist zu einem hoch relevanten Ort in der Gesellschaft herangewachsen. Angesichts der 2021 entstandenen *Dead Internet Theory*, die heute mit neuen Sichtweisen betrachtet werden muss, gibt es für den digitalen Raum neue Gefahren, die es zu untersuchen gilt.

Deshalb möchte ich der Frage nachgehen, wie aktuelle digitale Entwicklungen die Wahrnehmung und Nutzung des Internets beeinflussen und welche Folgen sich daraus für die Nutzerbindung und das gesellschaftliche Zusammenleben ergeben.

Dafür werde ich die Auswirkungen aktueller Internet-Strömungen auf die Gesellschaft untersuchen. Zusätzlich möchte ich versuchen, diese auf gestalterische Weise einfach und für die breite Masse zu erklären und Lösungen zu entwickeln.

I. EINLEITUNG_____	S. 4
II. THEORETISCH-WISSENSCHAFTLICHER TEIL_____	S. 5
1. Geschichte des Internets_____	S. 5
1.1 ARPANET_____	S. 6
1.2 World Wide Web_____	S. 6
1.3 Unabhängigkeitserklärung des Cyberspaces_____	S. 7
1.4 Internetforen_____	S. 8
1.5 Dead Internet Theory_____	S. 9
2. Das Internet der Gegenwart_____	S. 10
2.1 Positive Entwicklungen_____	S. 11
2.2 Strukturelle Fehlentwicklungen_____	S. 12
2.2.1 Plattformverfall_____	S. 13
2.2.2 Vertrauensverlust_____	S. 14
2.2.3 Überwachungskapitalismus_____	S. 16
2.2.4 Digitale Enteignung_____	S. 16
2.2.5 Aufmerksamkeitsökonomie_____	S. 17
2.2.6 Plattformkommerzialisierung_____	S. 18
2.3 Artificial Intelligenz_____	S. 19
2.3.1 Zero-Click-Search_____	S. 20
2.3.2 AI-Slop_____	S. 21
2.3.3 Falschinformationen_____	S. 22
2.4 Physische Gesundheit_____	S. 22
2.5 Digitale Erschöpfung_____	S. 23
2.5.1 Einschränkungen_____	S. 24
2.5.2 Alive Internet_____	S. 24
3. Empirische Erhebung: Wahrnehmung und Nutzung_____	S. 25
3.1 Methodisches Vorgehen _____	S. 25
3.2 Auswertung _____	S. 25
3.3 Zwischenfazit_____	S. 28
III. GESTALTERISCH-PRAKTISCHER TEIL_____	S. 30
1. Vorgehensweise_____	S. 30
2. Gesamtkonzept _____	S. 31
2.1 Die Karte_____	S. 33
2.2 Die Installation_____	S. 35
2.3 Die Webseite_____	S. 38
IV. FAZIT UND AUSBLICK_____	S. 39
V. DANKSAGUNG_____	S. 40
VI. BIBLIOGRAFIE_____	S. 41
VII. ABBILDUNGSVERZEICHNIS_____	S. 42
VIII. EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG_____	S. 43

Einleitung

I

Ist es dir auch schon mal so ergangen, dass du nach einer längeren *Doomscrolling Session* dein Handy weggelegt hast und dich so gefühlt hast, als hätte die Social Media Plattform dich benutzt und nicht du sie? Oder warst du schon mal auf einer Webseite und die Bewertungen und Kommentare kamen dir so vor, als wären sie nicht von Menschen geschrieben? Oder warst du schon mal genervt, dass man bei Google kein Omelett-Rezept mehr finden kann, ohne erst 20 Werbungen und die persönliche Autorengeschichte vom ersten Ei zu erfahren? Du bist nicht allein. Situationen wie diese nehmen viele Menschen wahr und hinterlassen das Gefühl, dass sich etwas im digitalen Raum grundlegend verändert hat. Es wächst eine Skepsis: Beeinflusst die Entwicklung des Internets als sozialer Raum die Gesellschaft weiterhin positiv?

Das Internet ist zu einem hochrelevanten Ort für Informationsbeschaffung und Kommunikation herangewachsen. Den Ausgangspunkt dieser Arbeit bildet die *Dead Internet Theory*. Diese im Jahr 2021 aufgekommene Verschwörungstheorie behauptet, dass das Internet seit etwa 2016 hauptsächlich aus Aktivitäten von *Bots* und automatisch generierten, algorithmisch kuratierten Inhalten besteht. Was zu dieser Zeit noch eindeutig als Verschwörungstheorie eingestuft wurde, wirft aus der Perspektive des Jahres 2026 neue Fragen auf. In Zeiten, in denen KI immer schneller weiterentwickelt wird und von der breiten Gesellschaft genutzt werden kann, lässt sich eine zunehmende Verschmelzung menschlicher und KI-gesteuerter Interaktionen feststellen.

Auf dieses Thema möchte ich mit meiner Arbeit aufmerksam machen und die Gesellschaft darauf sensibilisieren. Dabei habe ich mit einer Umfrage versucht, die aktuelle Stimmung einzufangen und neben der theoretischen Arbeit ein gestalterisch-praktisches Konzept entwickeln, welches Informationen gibt und zum offenen Diskurs anregen soll.

Für mich ist die *Dead Internet Theory* viel mehr als die 2021 formulierte Verschwörungstheorie. Meiner Ansicht nach behandelt sie nicht nur die Zunahme von *Bots*, sondern vielmehr die Gesamtheit jener Entwicklungen, die dazu beitragen, dass sich das Internet heute nicht mehr lebendig, sondern eher *dead* anfühlt. In meiner Bachelorarbeit möchte ich mich daher mit der folgenden Frage beschäftigen: Wie beeinflussen aktuelle digitale Entwicklungen die gesellschaftliche Wahrnehmung und Nutzung des Internets?

Theoretisch-wissenschaftlicher Teil

II

Zu Beginn ist es wichtig, Hierarchien zu verstehen. Digitalität beschreibt eine Kulturtechnik, die das Internet einschließt. Das Internet wiederum ist eine technische Infrastruktur, auf der Anwendungen wie etwa E-Mail oder das World Wide Web (WWW) laufen. Im WWW laufen dann verschiedene Plattformen und Internetseiten. Zu beachten ist, dass der Begriff *Internet* oft verwendet wird, auch wenn sich damit eigentlich auf Plattformen bezogen wird und die Bezeichnung WWW spezifischer ist. Zudem gibt es Begriffe wie *das Netz* oder *das Web*, welche als Synonyme betrachtet werden können.

Digitalität:

„Medien sind Technologien der Relationalität, d.h. sie erleichtern es, bestimmte Arten von Verbindungen zwischen Menschen und zu Objekten zu schaffen. 'Digitalität' bezeichnet damit jenes Set von Relationen, das heute auf Basis der Infrastruktur digitaler Netzwerke in Produktion, Nutzung und Transformation materieller und immaterieller Güter sowie in der Konstitution und Koordination persönlichen und kollektiven Handelns realisiert wird“ (Stalder, 2016, S.5).

Internet:

Wenn in dieser Arbeit vom Internet geschrieben wird, ist damit das Internet als sozialer Raum gemeint. Das Internet ist als globaler Verbund von Rechnernetzwerken bekannt, doch der technische Teil ist weniger relevant für diese gesellschaftskritische Arbeit. Passend beschreibt es Manuel Castells: „Das Internet ist ein Kommunikationsmedium, das erstmals die Kommunikation vieler mit vielen zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl und im globalen Maßstab erlaubt“ (Castells, 2001, S. VIII der Ouvertüre).

World Wide Web (WWW):

Tim Berners-Lee, der als Vater des Webs bekannt ist, beschreibt es selbst so: „Das Web ist eher ein soziales als ein technisches Projekt. Ich habe es mit dem Ziel entwickelt, eine soziale Wirkung zu erzielen – nämlich Menschen bei der Zusammenarbeit zu unterstützen – und nicht als technisches Spielzeug. Das oberste Ziel des Webs ist es, unser netzwerkartiges Dasein in der Welt zu unterstützen und zu verbessern“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 123, Übersetzung DeePL).

Originalzitat:
The Web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect – to help people work together – and not as a technical toy. The ultimate goal of the Web is to support and improve our weblike existence in the world.

Gesellschaft:

Um zu beurteilen, wie sich digitale Entwicklungen auf die Gesellschaft auswirken, wird zunächst definiert, was unter einer Gesellschaft verstanden wird. Eine Gesellschaft ist ein eigenständiges soziales Wirklichkeitsgefüge, das durch gemeinsame Normen, Werte und Institutionen geprägt ist und die Beziehungen zwischen Individuen strukturiert. Dieser soziologische Begriff wurde maßgeblich von Émile Durkheim geprägt, der die Gesellschaft als eine *Realität sui generis* bezeichnete, die unabhängig von den Einzelnen existiert und deren Verhalten beeinflusst (vgl. Durkheim, 2022, S. 30).

Geschichte des Internets

1

Von den Anfängen des Internets um 1957 bis zum modernen Internet heutzutage ereigneten sich viele Epochen und einschneidende Ereignisse, bis es zu dem einflussreichen Instrument der modernen Zeit geworden ist. Während frühe Modelle wie das ARPANET nur von Wissenschaftler:innen und Expert:innen zugänglich war, steht das WWW nun jeder Person mit Internetzugang zur Verfügung. Um den aktuellen Stand des Netzes besser einstufen zu können, ist es wichtig, einen Blick auf die Aspekte zu werfen, die das Internet geformt haben. Es sind zu viele, um sie vollständig aufzuzählen. Doch auf die für den sozialen Aspekt bedeutsamsten Ereignisse wird im Folgenden eingegangen.

ARPANET

1.1

Die Ursprünge unseres heute bekannten Internets lassen sich auf das Jahr 1957, während des Kalten Krieges zurückführen. Zu dieser Zeit wurde das *Time-sharing* erfunden, welches mehreren Personen gleichzeitig erlaubte, die Rechenleistung eines Computers zu benutzen. Zur gleichen Zeit flog der erste unbemannte Satellit Sputnik 1 der Sowjetunion ins All, was bei den Amerikanern eine große Angst vor einem Angriff auslöste. Daraufhin gründeten sie DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency), die an der Entwicklung eines dezentralen Netzwerks zur Informationsspeicherung arbeiten sollte. Das war vor allem eine politische Entscheidung, da ein dezentrales Netzwerk einen *Single Point of Failure* verhindert, was angesichts eines möglichen Krieges essenziell war. Daraus entstand ab 1966 das ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), das eines der ersten Rechnernetze der Welt war und dafür sorgte, dass es eine einheitliche Möglichkeit gab, über weite Strecken zu kommunizieren, so, wie es heute alltäglich ist. Das ARPANET, ebenso wie das amerikanische Verteidigungs-Netzwerk RAND, das britische Handels-Netzwerk NPL und das französische Wissenschafts-Netzwerk CYCLADES bildeten das Fundament für das moderne Internet (vgl. picolsigns, 2009).

1969 war der erste Versuch einer Nachrichtenübertragung innerhalb des ARPANETs. Ein Rechner war in einem Forschungszentrum in UCLA stationiert und ein anderer im Stanford Research Institute. Die Überlegung war, das Wort „LOGIN“ zu versenden, doch das Netzwerk brach zusammen und Stanford empfing nur die Buchstaben „LO“. Am Ende des Jahres 1969 wurden dann zwei weitere Rechner angeschlossen, was zu einer Anzahl von insgesamt vier Rechnern im Netzwerk führte (vgl. Life Noggin, 2014).

Die frühe Netzkultur war akademisch, kooperativ und nicht-kommerziell. Nur eine Auswahl an jungen amerikanischen Talenten arbeitete am verbindenden Netzwerk. Diese schätzten den kreativen Handlungsspielraum, den sie durch die rein finanzielle Unterstützung von DARPA als Militärprojekt erhielten. „Es handelte sich um ein abgehobenes, experimentelles Projekt, dessen eigentlicher Inhalt sich den Kongress-Ausschüssen, die die Aufsicht darüber führten, nie ganz erschlossen hat. Als das ARPANET erst einmal errichtet war und während der 1970er Jahre jüngere Leute in das IPTO rekrutiert wurden, kam es zu einer zielstrebigeren, bewussteren Anstrengung, das zu schaffen, was dann zum Internet wurde“ (Castells, 2001, S. 10 ff.). Was als geheimes Militärprojekt begann, entwickelte sich also durch den Einfallsreichtum einer kleinen akademischen Gemeinschaft zu der Infrastruktur, die heute Milliarden Menschen verbindet und als unser Internet bekannt ist.

Erste konkrete Anwendungen des ARPANETs waren zum Beispiel das 1971 von Ray Tomlinson erfundene E-Mail-System, das Nachrichtenaustausch zwischen den Benutzern ermöglichte. E-Mail steht dabei für *electronic mail* und nutzte das @-Zeichen, um den Namen und den Hostnamen voneinander zu trennen (vgl. Life Noggin, 2014).

World Wide Web

1.2

1989 entwickelte Tim Berners-Lee das World Wide Web (WWW) in der Europäischen Organisation für Kernforschung (CERN). Dieses kombinierte zwei bereits existierende Konzepte auf eine neue Art und Weise: Hypertext (verlinkte Dokumente) und Computernetzwerke (das Internet). Dabei hatte er den Gedanken, das verbreitete Problem von Erreichbarkeit und Speicherung von Wissen durch eindeutige Verknüpfung mit Links zu lösen. Nicht nur für sich selbst oder nur für CERN, sondern für die ganze Welt (vgl. Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 4 f.). Sein Prototyp dafür war das Programm *Enquire* (benannt nach einem viktorianischen Haushaltsbuch *Enquire Within upon Everything*). Es war sein erster Versuch, Informationen durch Verknüpfungen zu organisieren. Über dieses Buch schreibt er: „Das Buch diente als Tor zu einer Welt voller Informationen“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999: 1, Übersetzung DeepL), was für ihn einen guten Ansatzpunkt für das Web ergab.

Originalzitat:
the book served as a portal to a world
of information

Der gesellschaftliche Grundgedanke des Webs laut Tim Berners-Lee besteht darin, ein universelles, dezentrales Netzwerk zu schaffen, das als soziales Werkzeug Vernetzung, Zusammenarbeit und Wissensteilung zwischen Menschen ermöglicht. Das Internet bzw. das World Wide Web wurde explizit „für eine soziale Wirkung entworfen – um Menschen zu helfen, zusammenzuarbeiten, nicht als technisches Spielzeug“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 123 Übersetzung Claude Al).

Originalzitat:
designed [...] for a social effect—to help people work together—and not as a technical toy.

Ziel ist es, „unser netzwerkartiges Dasein in der Welt zu unterstützen und zu verbessern“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 123, Übersetzung Claude Al), indem Menschen Vertrauen, Austausch und Gruppenbildung auch digital leben und ausbauen können. Gesellschaftliche Werte wie Informationstransparenz, Meinungsvielfalt, Privatsphäre und Vertrauen sollten dabei im Mittelpunkt stehen, damit das Web nicht nur technisches Medium, sondern eine gerechte, vielfältige und für das Gemeinwohl nutzbare Infrastruktur bleibt (vgl. Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 123).

Originalzitat:
to support and improve our weblike existence in the world.

Zusätzlich warnt Berners-Lee: „Wir alle müssen sicherstellen, dass die Gesellschaft, die wir mit dem Web aufbauen, so beschaffen ist, wie wir es beabsichtigen. Wenn sich Technologie schnell entwickelt, kann die Gesellschaft sich dabei ertappen, hinterherzuhinken und versuchen, die ethischen, rechtlichen und sozialen Implikationen aufzuholen. Dies war sicherlich beim World Wide Web der Fall.“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 123, Übersetzung Claude), was sich aus heutiger Sicht bestätigen lässt.

Originalzitat:
We all have to ensure that the Society we build with the Web is of the sort we intend. When technology evolves quickly, society can find itself left behind, trying to catch up on ethical, legal, and social implications. This has certainly been the case for the World Wide Web.

Sehr spannend finde ich auch die Weitsicht, die er mit seinen zwei Träumen für das Web beweist. Diese zwei Visionen beschreiben, wie menschliche Intuition und maschinelles Denken künftig zusammenwirken sollen. Der erste Traum beschreibt, dass das Web zum Werkzeug echter Zusammenarbeit wird: Wissen soll so zum Nutzen und zum Mitgestalten offen zugänglich sein, digitale Kommunikation soll Gruppen jeder Größe so mühelos verbinden wie ein persönliches Gespräch (vgl. Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 157 f.).

Originalzitat:
Machines become capable of analyzing all the data on the Web—the content, links, and transactions between people and computers. [...] when it does, the day-to-day mechanisms of trade, bureaucracy, and our daily lives will be handled by machines talking to machines, leaving humans to provide the inspiration and intuition. The intelligent „agents“ people have touted for ages will finally materialize

Im zweiten Traum steht geschrieben: „Maschinen werden in der Lage sein, alle Daten im Web zu analysieren – den Inhalt, die Verknüpfungen und die Transaktionen zwischen Menschen und Computern. [...] wenn es soweit ist, werden alltägliche Mechanismen von Handel, Bürokratie und unserem täglichen Leben von Maschinen erledigt, die miteinander reden. Menschen werden dann die Inspiration und Intuition liefern. Die intelligenten ‚Agenten‘, die man seit Jahren angekündigt hat, werden endlich Wirklichkeit“ (Berners-Lee und Fischetti, 1999, S. 157 f., Übersetzt durch Claude). Diese Deutung des Informatikers könnte man heute mit den Entwicklungen von Künstlicher Intelligenz im Jahre 2026 vergleichen, welche auch schon für zahlreiche Agenten-Tätigkeiten eingesetzt wird.

Unabhängigkeitserklärung des Cyberspaces

1.3

1996, 7 Jahre nach der Entwicklung des WWW publizierte der US-amerikanischer Internet-Aktivist, Autor und Mitgründer der Electronic Frontier Foundation John Perry Barlow die *Declaration of the Independence of Cyberspace*. Grund war der USA Telecommunications Act der im selben Jahr verabschiedet wurde. Das Gesetz deregulierte den Telekommunikationsmarkt radikal und war klassisch neoliberal. Der Wettbewerb sollte Innovation und niedrige Preise bringen. Für das Internet, welches bis dahin ein öffentlich finanziertes Netzwerk gewesen war, bedeutete das konkret, dass die Infrastruktur, also die Leitungen, über die das Netz läuft, privatisiert und konzernkontrolliert wurde. „Regierungen der industriellen Welt, ihr müden Riesen aus Fleisch und Stahl – ich komme aus dem Cyberspace, der neuen Heimat des Geistes. Im Namen der Zukunft bitte ich euch, die ihr der Vergangenheit angehört, uns in Ruhe zu lassen. Ihr seid hier nicht willkommen. Ihr habt keine Souveränität dort, wo wir uns versammeln“ (Barlow, 2016: Übersetzt durch Claude), schrieb Barlow und machte damit seine Ablehnung von staatlicher Kontrolle klar.

Originalzitat:
Governments of the Industrial World, you weary giants of flesh and steel, I come from Cyberspace, the new home of Mind. On behalf of the future, I ask you of the past to leave us alone. You are not welcome among us. You have no sovereignty where we gather

Des Weiteren ist ihm wichtig, dass die Bewohner:innen des *Cyberspace* ihre eigene Gesellschaft mit eigenen Regeln bilden aus Ethik, Vernunft und gemeinsamem Interesse heraus. Im *Cyberspace* gibt es keine Privilegien aufgrund von Herkunft, Reichtum oder Macht. Jeder kann teilnehmen, sich frei äußern und soll seine Gedanken und Überzeugungen ohne Zensur oder Zwang teilen dürfen. Wissen ist frei und kann kostenlos geteilt werden, Eigentum ist nur physisch möglich und existiert so im Internet nicht. Das Ziel ist eine Zivilisation des Geistes, die humaner und gerechter ist als die Welt, die Regierungen bisher geschaffen haben (vgl. Barlow, 2016).

Aus heutiger Sicht bringt diese Erklärung eine prophylaktische Ironie, denn genau diese Freiheit von Regulierungen ermöglichte es *Big Players* des heutigen Internets durch wenig oder keine Regulierungen des Staates zu ihrer Größe und ihren Einfluss zu kommen. Gleichzeitig setzte Barlow damit einen Grundstein für viele freie Bewegungen. Seine Worte und sein Einsatz geben heute noch einen Einfluss auf Open-Source-Bewegung, Creative Commons und die Wikipedia-Ethik. Klar ist, dass dieses Dokument ein historischer Marker für den Bruch zwischen Ideal und Realität des Internets ist.

Internetforen

1.4

Das Internet wurde auch durch die zahlreichen Zusammenschlüsse und Communitys in Form von Internetforen geprägt. So wird im Buch *Die Internet-Galaxie* geschrieben: „Die gegenwärtige Form des Internet ist auch das Ergebnis der Basistradition der Computervernetzung. Ein Bestandteil dieser Tradition war die Bewegung der Bulletin Board Systems (BBS), die sich Ende der 1970er Jahre aus der Vernetzung von PCs entwickelte.“ (Castells, 2001, S. 4). Es wurde immer weiter daran geforscht, wie man Computervernetzung und Austausch besser ermöglichen kann und so wurde 1980 das Programm Usenet kostenlos verteilt, außerhalb des ARPANET, und ermöglichte so einen großen Schritt in der Computervernetzung (vgl. Castells, 2001, S. 4).

Die Forenkultur war kein Randphänomen, sondern Ausdruck eines tief in der frühen Internetkultur verwurzelten Prinzips, das Castells auf den Punkt bringt: „Von den primitiven BBS der 1980er Jahre bis hin zu den ausgebufftesten [sic] interaktiven Systemen der Jahrhundertwende durchziehen Selbst-Veröffentlichung, Selbst-Organisation und Selbst-Vernetzung das Internet und strahlen vom Internet in den gesamten gesellschaftlichen Raum aus. [...] Sie [Die Internet-Kultur] schafft auch die Grundlage für selbstgesteuerte Vernetzung als Werkzeug für Organisation, kollektive Aktion und Sinnaufbau“ (Castells, 2001, S. 44 ff.). Was Castells als Selbstorganisation und freie Vernetzung ohne zentrale Kontrolle beschreibt, trägt jedoch einen Widerspruch in sich: Dieselbe Freiheit, die kollektive Kreativität ermöglicht, schafft auch den Raum für Kontrollverlust, Anonymität und das Verschwinden sozialer Verantwortung.

Das Wegbleiben von Einschränkungen bringt nicht immer nur Positives. Ein anonymes Board, das diesen Effekt besonders deutlich zeigt, ist *4chan*. Die Plattform wurde 2003 gegründet und erlaubt es Nutzern, völlig anonym Bilder und Texte zu posten, ohne sich registrieren zu müssen. Genau diese Anonymität ist laut dem Psychologen John Suler einer der Hauptgründe dafür, warum Menschen sich im Internet anders verhalten als im realen Leben. Er nennt das den *Online Disinhibition Effect*: Menschen trennen ihr Online-Verhalten von ihrer echten Identität, weil das, was sie schreiben, nicht direkt mit ihrer Person in Verbindung gebracht werden kann. Dadurch fühlen sie sich weniger verantwortlich für das, was sie tun oder sagen – „als ob das eigene Gewissen und moralische Hemmschwellen im Internet zeitweise außer Kraft gesetzt wären“ (Suler, 2004, S. 322, Übersetzt durch Claude).

Originalzitat:
almost as if superego restrictions
and moral cognitive processes have
been temporarily suspended from the
online psyche

Das Board /pol/ (*Politically Incorrect*) ist dabei das wohl bekannteste Beispiel, auf dem rassistische Inhalte, Verschwörungstheorien und politische Radikalisierung offen geteilt werden, was geschützt durch die vollständige Anonymität der Plattform ist. Dazu kommt noch ein weiterer Faktor, den Suler beschreibt: die *Dissociative Imagination*. Dadurch entsteht auch, dass „manche Menschen ihr Online-Leben als eine Art Spiel, mit eigenen Regeln und Normen, die im alltäglichen Leben nicht gelten sehen.“ (E. Finch, unpubl. Beob., 2002, zit. nach Suler, 2004, S. 323, Übersetzt durch Claude AI). Sobald der Computer ausgeschaltet wird, lassen sie ihre Online-Identität hinter sich, was es leichter macht, im Netz Grenzen zu überschreiten, die man offline nie überschreiten würde.

Originalzitat:
some people see their online life as
a kind of game with rules and norms
that don't apply to everyday living

Im Jahr 2026 haben Social-Media-Plattformen wie Instagram oder TikTok einen viel größeren Einfluss als klassische Foren wie Reddit. Doch Internetforen erleben durch ihre Community-getragenen Moderationsmodelle eine kleine Renaissance, da viele Nutzer:innen den süchtig machenden Algorithmus zunehmend ablehnen. Auf diese Beobachtung wird später im Kapitel 2.5 Digitale Erschöpfung weiter eingegangen.

Dead Internet Theory

1.5

Die *Dead Internet Theory* hat ihren Ursprung im Beitrag von *IlluminatiPirate* auf dem Forum *Agora Road's Macintosh Cafe*. Dieser 2021 gepostete Beitrag mit dem Titel *Dead Internet Theory: Most of the Internet is Fake* prägte den Begriff und verknüpfte ihn mit der vom Autor aufgestellten Verschwörungstheorie.

Hierbei möchte ich noch kurz erwähnen, dass ich mich von wesentlichen Teilen des Beitrags distanzieren möchte. Der Autor bedient sich Falschaussagen, unbeweisbarer Behauptungen und manipulativer Rhetorik, indem er unverbundene Ereignisse zu einer stimmigen Erzählung zusammenfügt. Außerdem ist es sehr besorgniserregend, dass der Autor explizit pädophile Inhalte normalisiert und transfeindliche Aussagen trifft. Diese Aussagen lehne ich ab. Trotzdem möchte ich den Ursprungsgedanken der Theorie beleuchten und so über dieses Phänomen informieren.

Diese *Dead Internet Theory* behauptet, dass das Internet seit etwa 2016 hauptsächlich aus Aktivitäten von Bots und automatisch generierten, algorithmisch kuratierten Inhalten besteht. Dies sei Teil einer koordinierten und gezielten Anstrengung, um die Bevölkerung zu kontrollieren und menschliche Aktivitäten einzudämmen (vgl. *IlluminatiPirate*, 2021). Die Aussagen des Beitrags lassen sich eindeutig als Verschwörungstheorie einordnen.

Was 2021 noch als Verschwörungstheorie galt, findet aus der Perspektive des Jahres 2026 zumindest in Teilen eine empirische Entsprechung. Im Jahr 2024 hat automatisierter *Bot-Traffic* erstmals den menschlichen Internetverkehr überholt und macht 51 % des gesamten Web-Traffics aus, im Jahr 2025 sind es schon 53 %. Hiervon entfallen besorgniserregende 40 % auf *Bad Bots*, also bösartige automatisierte Programme, die immer raffinierter und schwerer zu erkennen sind. Der Einsatz generativer KI hat die Erstellung und Verbreitung dieser Bots erheblich vereinfacht und ermöglicht es auch weniger technisch versierten Angreifern, automatisierte Angriffe in großem Umfang durchzuführen. Besonders betroffen sind *Application Programming Interfaces* (APIs), also die technischen Schnittstellen zwischen Softwareanwendungen, die zunehmend Ziel von Angriffen werden, da sie zentrale Geschäftslogiken enthalten. Hauptbetroffene Branchen sind Reisen, Einzelhandel und Bildung, wobei die Reisebranche 2024 erstmals am stärksten von Bot-Angriffen betroffen war. Zu den häufigsten Angriffsmethoden gehören Datenabgriff (Scraping), Zahlungsbetrug, Kontoübernahmen und Scalping (massive Vorratskäufe zum Weiterverkauf) (vgl. Thales Imperva, 2025; Thales, 2026).

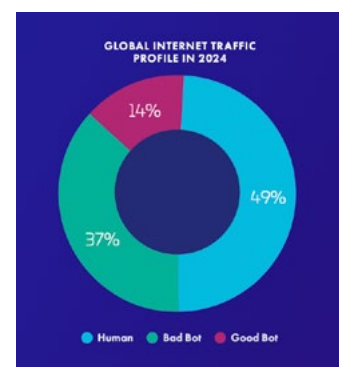


Abb. 1: Global Internet Traffic Diagramm

Aus dem Imperva Bad Bot Report 2025 lässt sich die Entwicklung von Bot-Angriffen konkret belegen. So ist beispielsweise ein signifikanter Anstieg von *Bad Bots* vom Jahr 2023 mit 32 % hin zum Jahr 2024 mit 37 % zu verzeichnen. Dieser Anstieg ist auf die zunehmende Verfügbarkeit von KI-gestützten Automatisierungstools zurückzuführen. Im Jahr 2024 machten fortgeschrittene Bot-Angriffe, bei denen sogar Mausbewegungen und Klicks nachgeahmt wurden, zusammen mit moderaten Angriffen 55 % aller Bot-Angriffe aus. Dabei wurden zunehmend ausgefeiltere Techniken eingesetzt. Diese Angriffe waren schwieriger zu erkennen und abzuwehren, da sich die Dynamik der Bot-Entwicklung erheblich verändert hat. Einfache Bot-Angriffe mit hohem Volumen haben erheblich zugenommen und machen nun 45 % aller Bot-Angriffe aus, gegenüber 40 % im Jahr 2023. Als *Bad Bots* werden automatisierte Programme bezeichnet, die dazu bestimmt sind, schädliche Aktivitäten wie das *Scraping* von Daten, das Versenden von *Spam* oder *Denial-of-Service*-Angriffe auszuführen. Letztere zielen darauf ab, eine Website mit Anfragen zu überlasten. Diese Bots können menschliches Verhalten imitieren, was es schwierig macht, sie zu erkennen und zu blockieren (vgl. Thales Imperva, 2025).

Das Internet der Gegenwart

2

Das Internet hat die Welt in einer Weise verändert, die noch vor wenigen Jahrzehnten kaum vorstellbar gewesen wäre. Was einst als Kommunikationsnetz für Wissenschaftler begann, ist heute eine der bedeutendsten Errungenschaften der Menschheit. Es hat verändert, wie Menschen kommunizieren und wie sie Wissen konsumieren. Einst von Tim Berners-Lee als Medium für die Gesellschaft gedacht, bringt es viel Positives. Doch, durch aktuelle Entwicklungen auf das Internet, entgleitet dieser rein optimistische Gedanke und es ergeben sich negative Auswirkungen, auf die ich im Folgenden vertieft eingehen werde.

Der *Digital 2025-Report* von *We Are Social* bietet einen umfassenden Einblick in die globale Internetnutzung. Demnach kann man den Anstieg der Internetnutzung von 4,28 Millionen Personen zum Zeitpunkt des Launches der ersten Webseite im Jahr 1991 auf 5,56 Milliarden Personen im Jahr 2025 entnehmen. Erwähnenswert ist, dass die Hauptursache der Internetnutzung bei 16- bis 34-Jährigen der Kontakt mit Freunden und Familie ist, während sie bei 35- bis 65-Jährigen in der Informationsbeschaffung liegt. Ebenfalls interessant ist, dass die am häufigsten genutzten Apps und Webseiten dem Zweck des Nachrichtenaustausches dienen oder Social Media sind. Mit ca. 94 % liegen beide deutlich vor Suchmaschinen und Webportalen, gemessen daran, was Internetnutzende im vergangenen Monat verwendet haben (vgl. *We Are Social*, 2025, S. 48 f.).

Besonders auffällig ist der Aufstieg von ChatGPT zwischen dem 1. September und dem 30. November 2024 auf Platz 8 der meistbesuchten Webseiten rangierte. Mit 3,5 Milliarden Besuchen lag die Plattform zwar noch immer deutlich hinter den fünf meistbesuchten Seiten mit Google (83,0 Mrd.), YouTube (28,5 Mrd.), Facebook (12,3 Mrd.), Instagram (5,88 Mrd.) und WhatsApp (4,55 Mrd.), aber die Platzierung ist erstaunlich, wenn man bedenkt, dass die Plattform erst 2022 gegründet wurde. Im Bereich Social Media fällt auf, dass 39 % der 16- bis 24-jährigen Nutzer:innen Social Media vor allem zur Überbrückung von Leerlauf zu nutzen. Dies kommt nur knapp nach den 50 %, die Freunde und Familie als primären Grund nennen (vgl. *We Are Social*, 2025, S. 362). Das deutet darauf hin, dass Social Media für einen erheblichen Teil der jungen Nutzenden weniger ein Mittel zur bewussten Kommunikation als zur unreflektierten Zeitüberbrückung geworden ist. Ein Muster, das in Kapitel 2.4 im Kontext von Suchtmechanismen und digitaler Erschöpfung weiter beleuchtet wird.

Positive Entwicklungen

2.1

Das Internet hat sich trotz aller Schattenseiten zu einem mächtigen und kostenlosen Wissens-, Kommunikations- und Unterhaltungswerkzeug entwickelt, das täglich vielen Menschen das Leben erleichtert und nicht mehr wegzudenken ist. Es gehört heute zu den bedeutendsten Errungenschaften der modernen Gesellschaft. Seit seiner breiten Verfügbarkeit in den 1990er Jahren hat es die Art, wie wir leben, arbeiten und kommunizieren, grundlegend verändert und das in vielen Bereichen zum Besseren.

Besonders auffällig ist der veränderte Zugang zu Wissen und Bildung. Informationen, die früher nur in Universitätsbibliotheken oder teuren Fachbüchern zu finden waren, sind heute für jeden zugänglich. Wer heute um zwei Uhr nachts verstehen möchte, wie ein Schwarzes Loch funktioniert, findet innerhalb von Sekunden Antworten. Das hat dazu beigetragen, Bildung ein Stück weit gerechter zu machen, unabhängig davon, wo jemand aufgewachsen ist oder welche finanziellen Mittel ihm oder ihr zur Verfügung stehen.

Auch die Kommunikation hat sich tiefgreifend gewandelt. Geografische Distanzen spielen heute kaum noch eine Rolle, wenn es darum geht, mit anderen Menschen in Kontakt zu bleiben. Familien, Freundschaften und berufliche Netzwerke lassen sich über Ländergrenzen hinweg pflegen, eine Selbstverständlichkeit, die noch vor einer Generation undenkbar gewesen wäre.

Wirtschaftlich hat das Internet ebenfalls vieles verändert. Kleine Unternehmen können heute globale Märkte erreichen und neue Arbeitsmodelle wie das Homeoffice haben sich als ernstzunehmende Alternative zum klassischen Büroalltag etabliert. Laut einer Erhebung des ZEW unter rund 1.800 Unternehmen der Informationswirtschaft beschäftigten vor der Corona-Krise nur 4 % der befragten Unternehmen mehr als die Hälfte ihrer Mitarbeitenden im Homeoffice. Im Juni 2024 war der Wert bei 31 % (vgl. ZEW, 2024). Gerade für Menschen, die in ländlichen Regionen leben oder familiäre Verpflichtungen haben, bedeutet das ein deutliches Mehr an Flexibilität und Selbstbestimmung.

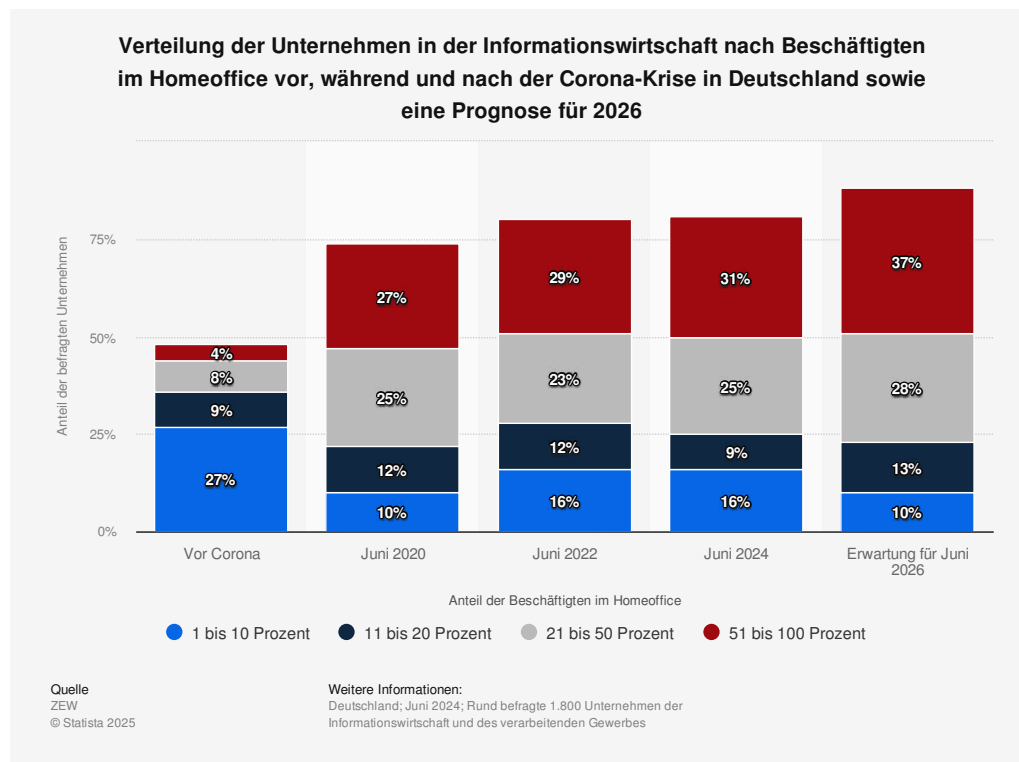


Abb. 2: ZEW Diagramm

Das Internet hat auch gesellschaftliche Prozesse beeinflusst. Bürger:innen haben heute mehr Möglichkeiten, sich zu informieren, ihre Meinung zu äußern und sich zu organisieren. Soziale Bewegungen, Hilfsaktionen und politisches Engagement lassen sich schneller und breiter koordinieren als je zuvor.

Auch nicht unerwähnt bleiben darf, dass das Internet nahezu grenzenlosen Zugang zu Unterhaltung bietet. Dabei ist das Angebot so breit aufgestellt, dass für jede Person zu jeder Tageszeit eine Vielzahl an Unterhaltungsmöglichkeiten zur Verfügung steht. Dazu zählen Streaming-Dienste für Filme, Serien und Musik, Online-Gaming, Social Media, Podcasts, YouTube und andere Videoplattformen, digitale Literatur und Hörbücher, aber auch interaktive Formate wie Livestreams oder Online-Communities bieten rund um gemeinsame Interessen. Als jemand, der selbst mit YouTube aufgewachsen ist und heute beruflich im digitalen Raum arbeitet, ist mir bewusst, wie viel das Internet ermöglicht hat und genau deshalb wiegt die Kritik, die in den folgenden Kapiteln folgt, umso schwerer.

Strukturelle Fehlentwicklungen

2.2

Es gibt sogar so viel Auswahl, dass man sich leicht überfordert fühlen kann von der Vielzahl an Möglichkeiten. Doch hinter dieser scheinbar grenzenlosen Freiheit verbirgt sich eine Kehrseite: Das Internet, das einst als offener und demokratischer Raum gedacht war, hat sich in vielerlei Hinsicht in eine ganz andere Richtung entwickelt.

Als Internetnutzer:in lässt sich der schleichende Prozess beobachten, wie das Internet als sozialer Raum immer weniger dem entspricht, wofür sich einst Berners-Lee und Barlow eingesetzt haben. Das ist nicht nur ein Gefühl, sondern ließ sich durch eine selbst erhobene Umfrage bestätigen. Bei dieser empirischen Umfrage, auf die in Kapitel II.3 näher eingegangen wird, gaben bei der Frage „Wie würdest du die Entwicklung des Internets als sozialer Raum im Vergleich zu vor 10 Jahren beschreiben“ 47,5 % der Teilnehmenden an, das Internet sei schlechter oder eher schlechter als vor zehn Jahren. Die Option „gleichgeblieben“ wählten 26,8 %, und lediglich 25,6 % bewerteten die Entwicklung positiv. Doch wie kommt es, dass sich dieses Konstrukt aus massenhaftem Wissen, globaler Kommunikation und nahezu kostenloser Unterhaltung für viele schlechter anfühlt als vor zehn Jahren?

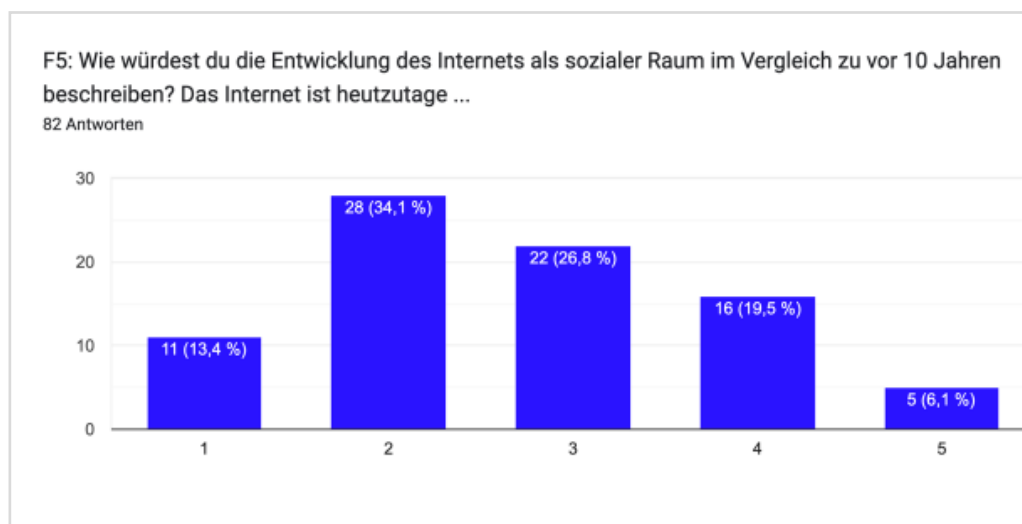


Abb. 3: Auswertung eigene Umfrage

Die folgenden Kapitel beleuchten strukturelle Fehlentwicklungen, die zeigen, wie aus dem utopischen Netz der Anfangsjahre ein von wirtschaftlichen Interessen geprägtes System geworden ist.

Plattformverfall

2.2.1

Das Internet im Jahr 2026 wird von vielen Einflüssen geprägt, darunter solche, die es zu einem Ort machen, der sich nicht mehr beflügelnd anfühlt. Die sogar teilweise so weit gehen, dass man sagen würde, dass es zu einem frustrierenden und unfairen Ort wurde. Der Begriff *Enshittification* wurde vom Autor und Blogger Cory Doctorow geprägt und bezeichnet einen Prozess, bei dem die Qualität von Online-Plattformen durch schrittweise Verschlechterung abnimmt, um Gewinne zu steigern oder, in Doctorows eigenen Worten, bis Plattformen zu *einem großen Haufen Scheiße* werden (vgl. Doctorow, 2025, S. 4 f.).

Der Ablauf dieses Prozesses ist dabei dreistufig. Zunächst lockt die Plattform zum Beispiel mit guter Qualität, wenig Werbung und praktischen Funktionen (*serve users*). Dann passt sie Regeln, Preise oder Algorithmen so an, dass Nutzer schlechter gestellt werden, um Geschäftspartner anzuziehen oder zu monetarisieren (*serve business costumers*). Zu guter Letzt werden auch diese Geschäftspartner stärker ausgepresst, während die Plattform den größten Teil des Werts abschöpft (*serve themselves*) (vgl. Doctorow, 2025, S. 9 ff.).

Doctorow zeigt das Konzept an einigen Beispielen auf, wie Facebook auf. Die Plattform von Mark Zuckerberg durfte vor 2006 nur von Student:innen benutzt werden, doch Investoren erkannten das Potenzial und gaben finanzielle Mittel an Facebook, mit denen die Plattform ab 2006 von jeder Person benutzt werden durfte. Sie spielte den Nutzer:innen nur Inhalt von deren Freund:innen aus und ermöglichte es sogar über einen Bot die Nachrichten von MySpace über die Facebook Inbox zu beantworten. Dies lockte viele Menschen von MySpace zu Facebook und bewirkte eine große Nutzerbindung. Die Plattform versprach den Nutzer:innen auch, sie nicht auszuspionieren und ihre Daten zu verkaufen. Das war Stufe eins.

Doch dann merkten die Akteur:innen hinter Facebook, dass sie von zwei Gruppen noch zusätzlich besonders profitieren konnten. Von den Werbetreibenden, die auf Facebook zielgerichtete Werbung setzen konnten, da die Nutzerdaten doch gesammelt und ausgewertet wurden und die Herausgeber:innen, die ihre Artikel in die Feeds der Benutzer kaufen konnten. Das gefiel den beiden Gruppen sehr und so begann Stufe zwei, indem die Erfahrung der User litt, um die Geschäftspartner:innen zufrieden zu stellen. Außerdem waren diese angewiesen, dort stattzufinden, wo sich viele Menschen befinden, ein Ort der Facebook wohl war, und so waren auch diese an die Plattform gebunden.

Das führte zu Stufe drei bei der z.B. Facebook die Werbung, die eigentlich gekauft war seltener oder niemanden ausspielte. Es wurde auch entschieden Beiträge, die auf andere Seiten verlinkten (und somit Nutzer weglocken konnte) weniger auszuspielen und die Ersteller:innen somit zu bestrafen. Und zu guter Letzt wurde ein Algorithmus entwickelt, der Nutzer:innen nicht mehr ausspielte, was sie sehen wollten, sondern, was Facebook ihnen zeigen wollte. Das wurde aber nur zu so einen gewissen Grad betrieben, dass die User trotzdem auf der Seite blieben. Dieser Fall steht exemplarisch für viele ähnliche Entwicklungen und zeigt das Konzept der *Enshittification* anschaulich (vgl. Doctorow, 2025, S. 11 f.).

Vertrauensverlust

3.2.2

Schon durch die Umfrage zur Internetwahrnehmung wird deutlich, dass viele Menschen dem Internet nicht vertrauen. So äußert die Mehrzahl der Befragten in Frage F7, dass sie sich im Internet nicht sicher vor Betrug, Fake-Profilen und Manipulation fühlen (Abb. 4). Über 80 % geben hier an, dass sie „Ich fühle mich sicher“ eher nicht oder ganz und gar nicht zustimmen würde. Ebenso zeigt Frage F8 (Abb. 5), dass die Teilnehmenden das Internet als einen Ort wahrnehmen, in dem Inhalte gezielt eingesetzt werden, um deren Meinungen zu manipulieren. Hier geben auch über 80 % an, der gezielten Manipulation eher oder voll zuzustimmen. Bei den Kommentaren unter Beiträgen ist das Bild ausgewogener. Fast die Hälfte (46 %) gibt an Online-Kommentaren und Bewertungen nur teilweise zu vertrauen (Abb. 6).

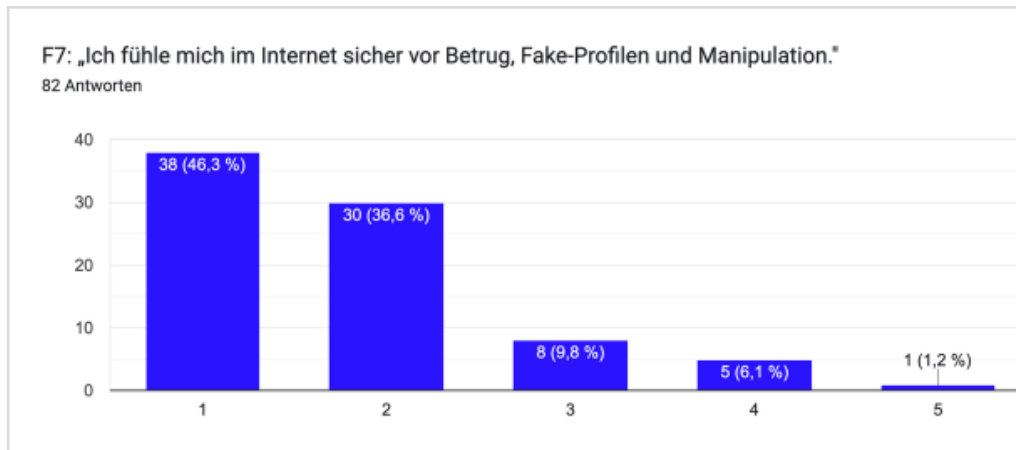


Abb. 4: Auswertung eigene Umfrage

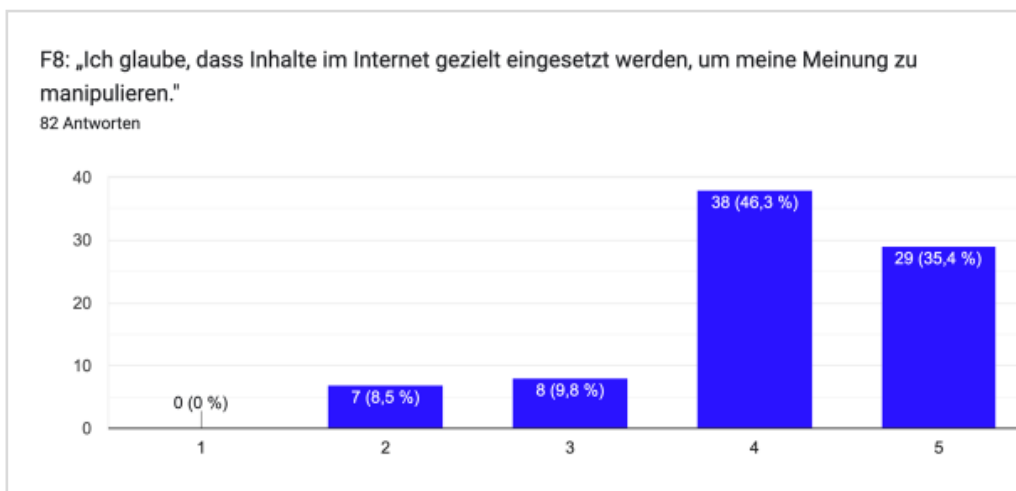


Abb. 5: Auswertung eigene Umfrage

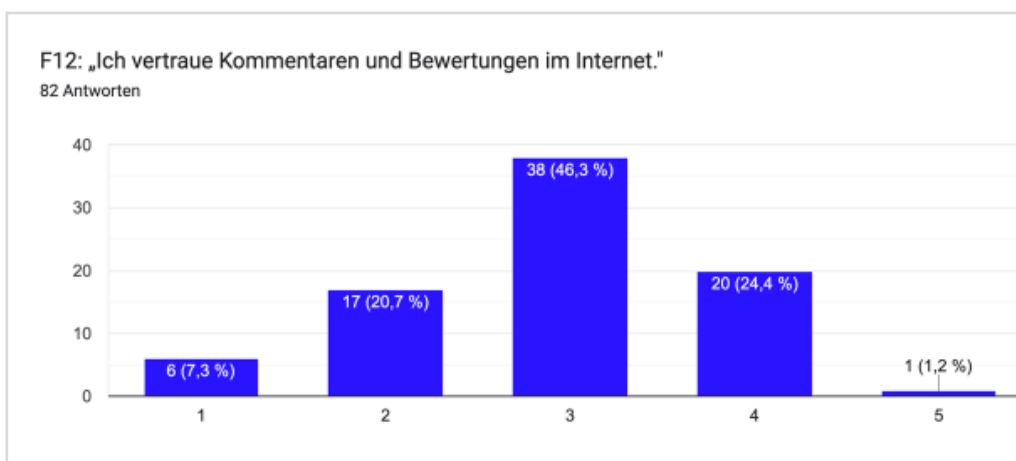


Abb. 6: Auswertung eigene Umfrage

Natürlich kommt im Jahr 2026 noch dazu, dass die Technologie der künstlichen Intelligenz rasend voranschreitet und in den falschen Händen täuschend echte Manipulationsbilder und -videos erstellen kann. Auf das Thema KI werde ich im Kapitel 2.3 noch näher eingehen.

Menschen vertrauen Bild- und Videomaterial, da es traditionell nur eine echte Situation im Leben abbilden konnte. Doch in Zeiten der KI beginnt ein neues Zeitalter der Hinterfragung von visueller Inhalte. Besonders gefährlich wird die Technik der *Deepfakes*, bei der andere Personen imitiert werden können, denn „Deepfakes werfen verschiedene Bedenken auf: Risiken politischer Destabilisierung, die Darstellung von Personen ohne deren Einwilligung und die damit verbundene Schädigung dieser Personen, die Untergrabung des Vertrauens in Video- und Audioaufnahmen als verlässliche Beweisquellen und vieles mehr“ (Flattery und Miller, 2024, S. 1 Übersetzt von DeepL).

Originalität:
Deepfakes raise various concerns: risks of political destabilization, depictions of persons without consent and causing them harms, erosion of trust in video and audio as reliable sources of evidence, and more.

Flattery und Miller nennen hierfür das bekannte Beispiel, als russische Geheimdienstagenten ein Deepfake Video des ukrainischen Präsidenten Selenskyj, erstellt haben. Dabei wurde ein *Deep-Learning-System* trainiert, um die Audio- und Videoimitation von Selensky zu kopieren. Offensichtlich war das Ziel der Produzent:innen und Verbreiter:innen des Deepfakes ukrainische Bürger und Soldaten dazu zu verleiten, zu glauben, ihr Präsident habe ihnen befohlen, ihren Widerstand gegen die russische Invasion einzustellen. Dieses Beispiel zeigt, dass Deepfakes nicht nur für kleine Schäden, wie Geldbetrug eingesetzt werden, sondern mit ihnen ein politisch weitreichender Schaden angerichtet werden kann (vgl. Flattery und Miller, 2024, S. 2).

Wie schon im Kapitel 1.5 der *Dead Internet Theory* bestätigt, steigt die Anzahl der nicht menschlichen Interaktionen im Netz kontinuierlich an. Die Situation, dass man denkt, mit einem Menschen zu kommunizieren aber eigentlich nur mit einer Maschine interagiert, ist kein Einzelfall mehr. In der Umfrage geben 23,2 % an, voll und ganz und 28 % tendenziell einmal das Gefühl gehabt zu haben, mit einem Bot (Maschine) statt mit einem echten Menschen kommuniziert zu haben.

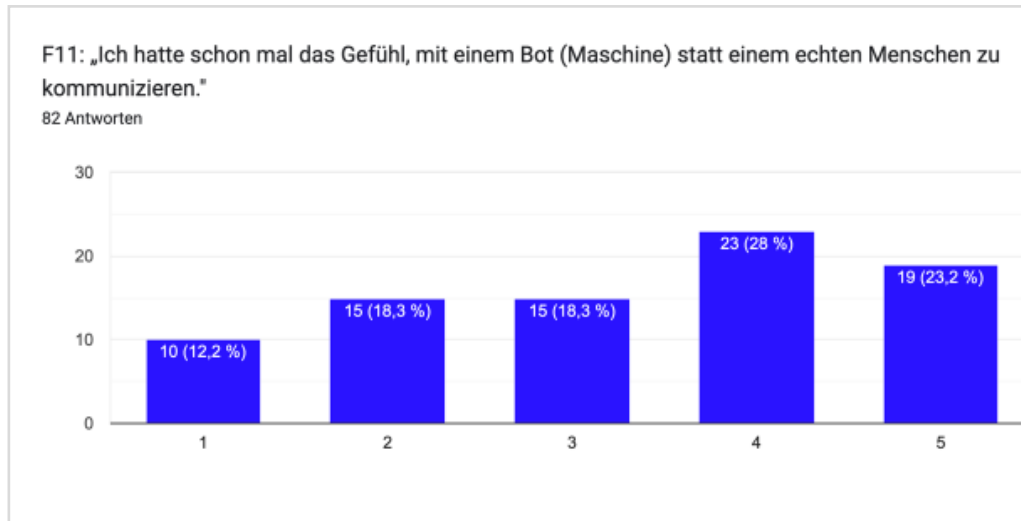


Abb. 7: Auswertung eigene Umfrage

Doch die Gefahr geht nicht allein von den Technologien aus, sondern von denjenigen, die sie missbrauchen. Die Polizeiliche Kriminalstatistik verzeichnet 131.391 in Deutschland verübte Cybercrime-Fälle für das Jahr 2024, wobei die Dunkelziffer viel höher sein dürfte. Dazu kommen weitere 201.877 Auslandstaten, die vom Ausland oder einem unbekannten Ort aus verübt wurden (vgl. BKA, 2024). Ein bekannter Betrug findet auf Verkaufsseiten wie Kleinanzeigen oder anderen Marktplätzen statt. Verkäufer bieten teure Produkte an, die sie nicht besitzen und Käufer versuchen, die Daten mit gefälschten *Phishing-E-Mails* abzufangen. Durch fehlende Authentizität bleiben Täter:innen unbestraft und Benutzende müssen deutlich mehr aufpassen, mit wem sie verhandeln möchten und wem sie nicht vertrauen.

Überwachungskapitalismus

2.2.3

Überwachungskapitalismus ist ein Begriff, der von der Wirtschaftswissenschaftlerin Shoshana Zuboff in ihrem Buch *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus* exakt in acht Punkten beschrieben wird. Besonders prägnant finde ich Punkt eins: „Neue Marktform, die menschliche Erfahrung als kostenlosen Rohstoff für ihre versteckten kommerziellen Operationen der Extraktion, Vorhersage und des Verkaufs reklamiert“ (Zuboff und Pappenberger, 2019, S. 7). Anders gesagt: Das Internet wurde nicht erschaffen, um Menschen zu helfen, sondern um sie zu verstehen, vorherzusagen und letztlich zu Geld zu machen. Zuboff bestätigt das mit: „Das Internet ist unabdingbar geworden für soziale Teilhabe; das Internet ist heute vom Kommerz bestimmt; dieser Kommerz ist heute dem Überwachungskapitalismus untergeordnet“ (Zuboff und Pappenberger, 2019, S. 26) und verknüpft so das digitale Netz mit der stattfindenden Überwachung.

Eines der bekanntesten und schwerwiegendsten Beispiele von Überwachungskapitalismus ist der Fall *Cambridge Analytica*. Dies war ein massiver Datenmissbrauch bei Facebook im Jahr 2018. Durch gesammelte Daten von insgesamt bis zu 87 Millionen Facebook-Profilen, welche illegal an Cambridge Analytica weitergegeben wurden, sind psychologische Profile erstellt und denen gezielte politische Werbung geschaltet worden. Dies sei kein Einzelfall von Facebook gewesen, die bewusst Daten der Nutzer sammelten, um ihr künftiges Verhalten vorhersagen zu können. Was eigentlich zur besseren Produktplatzierung dienen soll, beeinflusste nachweislich die Meinung vieler Menschen beim Trump-Wahlkampf 2016 und den Brexit 2020 (vgl. Zuboff und Pappenberger, 2019, S. 319 f.).

Dabei steht dieser Fall nur als ein Beispiel von vielen. Zusätzlich gibt es mittlerweile eine große Anzahl an *Data Broker* oder Datenhändler. Das sind Unternehmen, die personenbezogene Daten sammeln und gewinnbringend an Dritte, wie Werbetreibende, Versicherungen oder Ermittlungsbehörden verkaufen. Sie erwerben Informationen aus öffentlich zugänglichen Registern, App-Nutzung, Standortdaten oder anderen Datenhändlern, um hochdetaillierte Profile zu erstellen. Es ist klar, wer das Internet kostenlos nutzt, bezahlt mit seinen Daten. Und solange das so bleibt, wird Überwachung kein Randthema sein, sondern fester Bestandteil des digitalen Alltags.

Digitale Enteignung

2.2.4

Das Internet ist ein rein digitaler Ort, sodass es kein physisches Eigentum gibt. Doch viele Nutzende wären erstaunt, wenn sie wüssten, wie wenig ihnen auch digital gehört. Der Elektriker, YouTuber und Verbraucherschützer Louis Rossmann setzt sich ein in diesem Bereich mehr Aufklärung zu schaffen. So widmete er bei der *FUTO Don't Be Evil Conference 2025* seine Rede dem „Untergang des Eigentums“ (Louis Rossmann, 2025, Übersetzt durch den Verfasser).

Dabei geht er zunächst auf die Definition von Eigentum ein und zeigt dann am Beispiel Sony, wie an der Grenze zum Betrug gearbeitet wird. Sony schickte nämlich im Dezember 2023 einen Hinweis zu rechtlichen Änderungen, dem zu entnehmen war, dass bereits gekaufte Inhalte aus der Video-Bibliothek entfernt werden. Dabei handelte es sich nicht um Streaming-Filme, sondern um tatsächlich gekaufte Inhalte (vgl. Louis Rossmann, 2025). Danach klärt er, wie diese Enteignung möglich ist. Denn in den Sony-Nutzungsbedingungen steht: „Die Verwendung der Begriffe ‚besitzen‘, ‚Eigentum‘, ‚Kauf‘, ‚Verkauf‘, ‚verkauft‘, ‚verkaufen‘, ‚mieten‘ oder ‚kaufen‘ in dieser Vereinbarung oder im Zusammenhang mit über PlayStation angebotenen Inhalten bedeutet oder impliziert keine Übertragung des Eigentums an Inhalten, Daten oder Software“ (Sony, 2026, zit. nach Rossmann, 2025, Übersetzt durch Deepl).

Originalzitat:
10.1. All intellectual property rights subsisting in content offered through PlayStation, including all software, data, services, and other content subsisting in or used in connection with the PlayStation Services, the Online ID and access to content and hardware used in connection with the PlayStation Services (collectively referred to as „Property“) belong to SIE Inc., its affiliates, and its licensors. Use of the terms „own“, „ownership“, „purchase“, „sale“, „sold“, „sell“, „rent“ or „buy“ in this Agreement or in connection with content offered through PlayStation does not mean or imply any transfer of ownership of any content, data or software or any intellectual property rights from SIE, its affiliates or its licensors to any user or third party.

Diesen Trend von Kauf zu Lizenz lässt sich in vielen Branchen feststellen. Filme werden nicht mehr gekauft, sondern in der Netflix-Bibliothek gestreamt. Tonträger wie CDs, Kassetten und Schallplatten haben nur noch nostalgischen Charme, denn jeder hört seine Lieblingsinterpreten auf Spotify und Co. Selbst für Videospiele muss man nicht mehr den Handel aufsuchen, um sie zu kaufen, sondern lädt sie nur nach Veröffentlichung etwa über Steam direkt herunter. Beispiele zeigen eine klare Tendenz: weg von physischem Eigentum und Kontrolle, hin zu digitaler Lizenz und scheinbar grenzenloser Auswahl. Rossmann erwähnt zum Ende des Vortrags nochmal, dass solche Nutzungsbedingungen gezielt eingesetzt werden, weil Unternehmen wissen, dass kaum jemand sie vor dem Kauf tatsächlich liest (vgl. Louis Rossmann, 2025).

Gleichzeitig ist es so, dass viele Menschen ihre Bilder und Daten mittlerweile in kostengünstigen Cloud-Lösungen speichern, da diese viele Vorteile haben. Diese Daten sind oft nicht auf ihren lokalen Geräten, sondern nur in großen Rechenzentren gespeichert und sind damit im Falle eines Internetausfalls oder einer Störung des Rechenzentrums schlimmstenfalls nicht mehr zugänglich.

Aufmerksamkeitsökonomie

2.2.5

„Die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen“ (Franck, 1993, S. 748). Das erkannte bereits der deutsche Architekt und Stadtplaner Georg Franck in seinem im Merkur erschienenen Artikel von 1993. Die Aussage ist zeitlos, da wir auch im Internet einen Kampf um die Aufmerksamkeit sehen können, bei dem nicht immer mit fairen Mitteln gespielt wird. „Was sie [die Medien] groß gemacht hat und was ihr Wachstum weiterhin sichert, das ist die geniale Geschäftsidee, dem Publikum Information anzubieten, um an seine Aufmerksamkeit zu kommen“ (Franck, 1993, S. 750). Genau diese Aussage lässt sich nicht nur auf Radio und Fernsehen, sondern auch auf moderne Medien, wie den sozialen Medien anwenden.

Franck argumentiert, dass Aufmerksamkeit neben Geld eine eigenständige ökonomische Währung ist, mit eigenen Regeln, eigenen Märkten und eigenen Verteilungsungleichheiten. Er schließt mit der These, dass die immaterielle Aufmerksamkeitsökonomie dabei ist, die materielle Geldökonomie als gesellschaftliche Leitwährung abzulösen (vgl. Franck, 1993, S. 748 f.). Eine Aussage, die sich aus heutiger Einordnung bestätigen lässt, wenn man die Macht von Daten und den Firmen, die mit ihnen handeln ansieht.

Da Aufmerksamkeit damals schon kostbar war und immer noch ist, erklärt es sich, warum Medienprodukte kostengünstig oder -los zu bekommen waren, da sie sich überwiegend aus Werbung finanzieren konnten. Doch mit bestehen des Internets änderte sich einiges: „Zum einen gewannen die Nutzer über das Internet direkten Zugang zu einer unendlichen Vielzahl an Quellen und damit zu Auswahlmöglichkeiten, die jeden Nachrichtenkonsumenten überfordern. Zum anderen bekamen wenige Betreiber von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken in nie gekanntem Ausmaß die Möglichkeit, mit Hilfe künstlicher Intelligenz fernzusteuern, was jeder einzelne von uns im Internet zugespielt bekommt und somit erfährt“ (Russ-Mohl, 2022).

In der digitalen Welt lässt sich Desinformation heute einfach generieren und verbreiten. Je radikaler oder polarisierender der Inhalt, desto einfacher lässt sich die Aufmerksamkeitsschwelle überwinden und wird die breite Gesellschaft erreicht. Dazu kommt, dass wir ein hohes Volumen an Information durch unser Smartphone mit kleinem Bildschirm konsumieren und unsere Gesellschaft viel schnelllebiger wird. Das führt zu einer schrumpfenden Aufmerksamkeitsspanne der breiten Masse. Zudem hat die Aufmerksamkeitsökonomie den Journalismus selbst verändert: Da Klickzahlen in Echtzeit messbar sind und über wirtschaftlichen Erfolg entscheiden, orientieren sich Redaktionen bei ihrer Themenauswahl zunehmend daran, was möglichst viele Nutzer anzieht. Das führt zu einem problematischen Kreislauf, denn reißerische oder angst-besetzte Themen erzeugen hohe Aufmerksamkeit, die wiederum die Nachfrage nach mehr solcher Berichterstattung steigert und Redaktionen dazu verleitet, noch stärker darauf zu setzen (vgl. Russ-Mohl, 2022).

Plattformkommerzialisierung

2.2.6

Das World Wide Web boomte ab 1995 und erlebte mit der sogenannten *Dotcom-Blase* eine Menge an Investitionen, da viele Menschen glaubten, dass das Internet die Wirtschaft revolutionieren würde. Diese Blase wuchs dann so weit, bis sie um die Jahrtausendwende platzte. „In gewissem Maß bedeutete die gewaltige Kommerzialisierung des Internet einen Verrat am Versprechen des freien Zugangs“ (Castells, 2001, S. 93), welchen Berners-Lee und Barlow sich gewünscht hatten. Das Internet war fortan mehr Investitionsfeld als gemeinnütziges Projekt.

Diese Kommerzialisierung ist weit vorangeschritten und es gibt ein paar Big-Player, die den Markt dominieren. Ein 2022 in der EU verabschiedetes Gesetz soll diese *Gatekeeper* besser regulieren. „Dabei handelt es sich um digitale Plattformen, die gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Verbrauchern dienen und aufgrund dieser Stellung die Macht haben, als privater Akteur die Regeln festzulegen und somit den Marktzugang in der digitalen Wirtschaft zu kanalisieren“ (EU-Kommision, 2022). Dazu äußerte Margrethe Vestager, die damalige Exekutiv-Vizepräsidentin der EU-Kommision: „Eine kleine Anzahl großer Unternehmen verfügt über eine beträchtliche Marktmacht. Diese Gatekeeper, die auf den digitalen Märkten über eine gefestigte Position verfügen, müssen nachweisen, dass sie fair mit anderen Unternehmen konkurrieren“ (EU-Kommision, 2022).

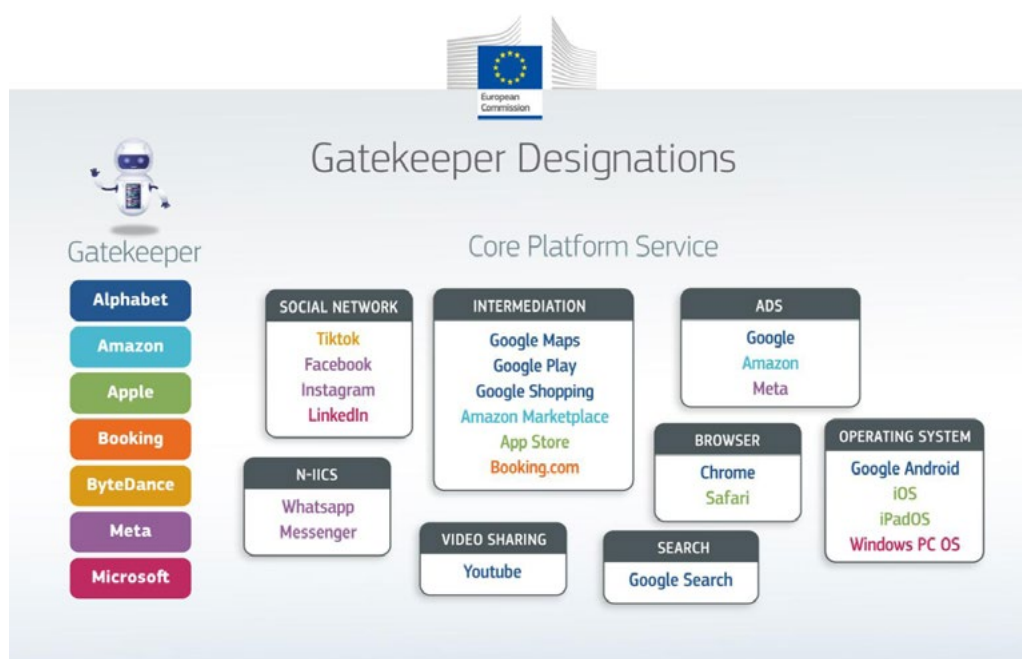


Abb. 8: EU Gatekeeper Diagramm

Im Jahr 2026 sind sieben Unternehmen als *Gatekeeper* von der EU Kommission eingestuft worden. Diese sind Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, Microsoft und Booking. Diese haben 23 digitale Dienste über die der Großteil des Internet-Traffics generiert wird. Dazu gehören Suchmaschinen, App Stores, Cloud-Infrastruktur, Messaging und Online-Werbung (vgl. EU-Kommission, 2026). Das ist kein Marktversagen am Rand, sondern strukturelle Kontrolle über die digitale Grundinfrastruktur.

Dass die EU dieses Gesetz durchgesetzt hat, zeigt, dass das Big-Tech-Oligopol-Problem politisch anerkannt ist. Es wird versucht diese Macht etwas durch Regeln und Gesetze einzugrenzen. Leider sieht man daraus, dass der Grundgedanke von Barlow, von einem Internet, welches sich ohne staatlichen Eingriff regelt, nicht aufgeht. Denn die Geschichte zeigt, wenn im Internet gewirtschaftet wird und ein Unternehmen erstmal Macht erlangt, dann setzt es alles daran diese Macht weiter auszubauen. Sei es mit fairen oder unfairen Mitteln.

Dazu kommt die Machtlosigkeit, die entsteht, wenn man mit den Taten eines 1,52 Billionen USD schweren Unternehmens, wie Meta oder des 4,53 Billionen USD schweren Alphabets nicht einverstanden ist. Diese Unternehmen bringen Updates, die ihnen erlauben, noch mehr Werbung zu schalten, oder kaufen kleinere Unternehmen auf, um sie in ihren Kommerzialisierungstrakt einzugliedern (vgl. Kapitel 2.2.1 Plattformverfall). So war Instagram ursprünglich eine Plattform zum Teilen von Bildern, die durch ungefragte Funktionen wie Stories oder Reels grundlegend verändert wurde. Nicht nur, dass diese Funktionen offensichtlich sehr von anderen Plattformen wie Snapchat oder TikTok inspiriert waren, sie gaben dem User auch keine Wahl diese abzulehnen. Bis heute gibt es keine Möglichkeit, die süchtig machende Reel Funktion von Instagram auszublenden oder abzubestellen. Zusätzlich wird der Instagram Feed so mit Werbungen überfüllt, dass einem bei jedem dritten Beitrag eine Anzeige und nicht die Beiträge der Freund:innen gezeigt wird. Nutzenden bleibt die Wahl, diese Änderungen zu akzeptieren oder die Plattform zu verlassen. Letzteres wird aber selten ausgeführt, da man durch das soziale Konstrukt und die Angst, etwas Wichtiges zu verpassen (*Fear of missing out*), an diese Dienste gebunden ist.

Artificial Intelligence

2.3

Nun kommen wir zum Thema, das seit 2023 in aller Munde ist und das Internet sehr stark beeinflusst: Das rasante Voranschreiten von Künstlicher Intelligenz. Im Jahr 2026 spielt die KI eine so große Rolle und es entsteht eine Entwicklung, die ich als *Over-AI-ification* bezeichnen würde. KI-Lösungen werden für jede Branche gesucht, unabhängig davon, ob es zuvor ein Problem gab. Teils entsteht der Eindruck, dass Unternehmen erst Probleme konstruieren, um KI als Lösung verkaufen zu können.

KI-Unternehmen wie OpenAI oder Anthropic sind innerhalb weniger Jahre zu einflussreichen Akteuren herangewachsen. Als Kreativer stupe ich die digitale Datensammlung dieser Unternehmen als höchst kritisch ein. Das Urheberrecht vieler Schaffender wurde bei der Entwicklung generativer KI stark hinten angestellt.

Wir erleben ein regelrechtes Wettrüsten, bei dem große Unternehmen miteinander konkurrieren, um das leistungsstärkste KI-Modell auf dem Markt zu haben, wobei Geschwindigkeit und Gewinn Vorrang vor Sicherheit und Schutz der Benutzer:innen haben. Die Entwicklung nimmt dabei eine solche Dynamik an, dass selbst die Hersteller der führenden KI-Modelle Alarm schlagen. Anthropic, das Unternehmen hinter *Claude*, ruft im Juni 2026 öffentlich zu einer branchenweiten Verlangsamung oder einem Stopp der KI-Entwicklung auf. Sie warnen, dass der Mensch die Kontrolle über Künstliche Intelligenz verliert und fordern nun so Zeit ein, weiter über Regularien der künstlichen Intelligenz zu reden (vgl. Anthropic, 2026). Diese Entwicklungen bilden eine ebenso spannende wie besorgniserregende Basis, um die Einflüsse Künstlicher Intelligenz auf das Internet näher zu beleuchten.

Zero-Click-Search

2.3.1

Mit dem Aufkommen von KI-gestützten Suchmaschinen wie Google AI Overviews oder Bing Copilot hat sich das grundlegende Versprechen der Suchmaschine verändert. Wo früher eine Liste von Links auf Quellen verwies, zwischen denen Nutzende selbst navigieren konnte, liefern diese Systeme heute eine fertige Antwort direkt auf der Ergebnisseite. Diesen Prozess nennt man *Zero-Click-Search*. Die Suchmaschine ist damit keine Bibliothekarin mehr, die auf Regale zeigt, sondern sie ist selbst zur Auskunftsperson geworden. Dewanto und Herari beschreiben diese Verschiebung treffend: Suchmaschinen hätten sich von einfachen Link-Aggregatoren zu Interpret und Syntheseinstanzen von Information entwickelt, wobei „Antworten“ und nicht mehr Links das eigentliche Produkt seien (vgl. Dewanto und Herari, 2025, S. 15).

Die Konsequenzen für den Webtraffic sind messbar und drastisch. Laut einer Studie von Bain & Company aus dem Jahr 2025 verlassen 80 % der Konsumenten die Suchergebnisseite bei mindestens 40 % ihrer Anfragen ohne einen einzigen Klick auf eine externe Webseite und der organische Traffic sank dadurch um 15 – 25 % (vgl. Sommerfeld, McCurry und Harrington, 2025). Für Nachrichtenportale fällt dieser Rückgang noch drastischer aus: Dewanto und Herari berichten von Trafficverlusten von über 34 % bei Nachrichtenseiten durch KI-generierte Zusammenfassungen, manche Nischenwebseiten hätten sogar bis zu 90 Prozent ihres Traffics verloren (vgl. Dewanto und Herari, 2025, S. 17). Was das bedeutet, liegt auf der Hand: Journalismus und unabhängige Wissensproduktion, die auf Werbeeinnahmen durch Seitenaufrufe angewiesen sind, verlieren ihre wirtschaftliche Grundlage.

Dabei taucht ein weiteres strukturelles Problem auf: das Halluzinationsrisiko. KI-Systeme synthetisieren Informationen aus einer Vielzahl von Quellen, ohne diese immer korrekt zu gewichten oder zu verifizieren. Die Antwort wird dabei mit einer Selbstsicherheit präsentiert, die keine Unsicherheit signalisiert, obwohl fehlerhafte, veraltete oder schlicht erfundene Informationen mit derselben Überzeugungskraft formuliert werden wie korrekte Fakten (vgl. Siebert, 2024).

Dieser Mechanismus untergräbt auch die Anreize zur Qualitätsproduktion. Dewanto und Herari benennen das als eine Art *Tragedy of the Commons*: Je besser und zugänglicher ein Artikel für Suchmaschinen optimiert ist, desto leichter kann ihn eine KI paraphrasieren und desto unwahrscheinlicher ist es, dass Nutzende auf die Originalquelle klickt. Der Anreiz, tiefgründige, gut recherchierte Inhalte zu produzieren, kollabiert, weil gut recherchierte Inhalte genau die sind, die sich am besten für *Zero-Click*-Ergebnisse eignen (vgl. Dewanto und Herari, 2025, S. 19 ff.). Wozu also noch investigativ arbeiten, wenn das Ergebnis von einer KI zusammengefasst und ohne Quellenangabe weitergereicht wird?

Am Ende steht eine Machtfrage. Wer die Zusammenfassung kontrolliert, kontrolliert die Wahrnehmung. Sowohl Google mit seinen AI Overviews als auch neuere Systeme entscheiden, welche Informationen aus welchen Quellen zu einer Antwort verdichtet werden. Das ist kein neutraler Prozess. Sommerfeld et al. weisen darauf hin, dass KI-Systeme bei ihren Empfehlungen vor allem auf weit verbreitete Daten zurückgreifen, was Marken und Inhalte mit ohnehin schon hoher Sichtbarkeit weiter bevorzugt (vgl. Sommerfeld, McCurry und Harrington, 2025). Kleine, unabhängige oder kritische Stimmen, die nicht in den Trainingsdaten der großen Modelle prominent vertreten sind, werden tendenziell unsichtbar. Das Informationsmonopol, das die *Gatekeeper*-Plattformen in der Vergangenheit über Infrastruktur ausübten, wird durch *Zero-Click-Search* auf die Ebene der Wissensproduktion selbst ausgedehnt.

AI-Slop

2.3.2

Mit einer generativen KI ist es sehr einfach in Sekunden Texte, Bilder oder Videos zu generieren. Man braucht sich nur mit ein paar Klicks bei einer kostenlosen KI anzumelden und einen netten *Prompt* zu überlegen. Diese einfache Zugänglichkeit ermöglicht es, Nutzenden sekundenschnell Inhalt in Massen zu produzieren, für die ein Mensch allein Wochen oder Monate bräuchte. Solche Medien minderer Qualität nennt man *AI-Slop*, was sich vom Englischen *slop*: Schmutzwasser ableitet.

Dabei bleibt kein Medium verschont. Textgenerierung ist wohl die häufigste Anwendung. Von einem Gedicht, das man einem Freund zum Geburtstag schickt bis hin zur Texterstellung für die nächste Social-Media-Kampagne. Originality.ai eine Software, die KI erstellte Inhalte erkennt, hat im Jahr 2025 53,7 % aller erstellten LinkedIn-Beiträge mit längerem Text als KI generiert, eingestuft. Das zeigt, dass sich viele Menschen bei schnellleibigen Beiträgen nicht mehr die Mühe machen, Texte selbst zu schreiben (vgl. Lambert, 2025). Das gilt aber auch für jegliche Art von Texten, Artikel, Rezensionen und sogar ganze Bücher. Wahrscheinlich sind 77 % aller Bücher, die zwischen dem 31. August und dem 28. November 2025 auf Amazon in der Unterkategorie *Erfolg* veröffentlicht worden sind mit KI generiert (vgl. Fraiman, 2025). Das sind erschreckende Zahlen, die tendenziell in den kommenden Jahren nicht rückgängig werden.

Bei meiner Literaturrecherche für das Exposé bin ich selbst auf dieses Problem gestoßen. Neben meiner eigenen Recherche habe ich KI-Suchmaschinen gefragt, welche Literatur sie mir empfehlen können. Unter anderem wurde mir das E-Book *The Dead Internet Theory* von Nick Razer empfohlen. Als ich dieses Buch in seriösen Online-Bibliothekskatalogen gesucht habe, bin ich nicht fündig geworden. Also habe ich das Internet durchforstet und bin auf die Seite Lurking Fear Publishing gestoßen. Dort werden zahlreiche skurrile E-Books von fiktiven Autor:innen mit KI-generierten Covern und ohne jeglichen Hinweis auf die Nutzung von KI angeboten (Lurking Fear Publishing, 2026). Dieses Phänomen ist auch als *KI-Feedback-Loops* oder *synthetische Datenkontamination* bekannt: Eine KI greift auf Daten zu, die selbst von einer KI generiert und veröffentlicht wurden.

Man könnte noch über so viele weitere Medien schreiben, wie über die zahlreichen Bilder und Videos, die die sozialen Medien überfluten, um schnelle Interaktionen und Aufmerksamkeit zu bekommen. Oder über die endlosen Youtube-Kanäle, die täglich oder stündlich Videos mit Falschaussagen generieren, um ein paar Klicks zu sammeln oder politische Meinungen zu repräsentieren. Oder die zahlreichen KI Songs, die zum Teil in den Spotify Charts sind, ohne dass sie eindeutig als KI gekennzeichnet oder erkannt werden. Leider könnte man über dieses Thema eine eigene Arbeit schreiben und ich werde *AI-Slop* nur angeschnitten lassen.

Diese Vielzahl an Inhalten führt im Internet zu einer epistemischen Verschmutzung. Es wird immer mehr Inhalt produziert und dabei weniger auf verlässliche Information gesetzt. Diese Entwicklung bringt eine große Gefahr für das Internet. Wenn zu viel Information generiert wird, wird es schwer echte von unechten Inhalten zu unterscheiden und das Internet verliert seinen Ruf als verlässliche Informationsquelle.

Falschinformationen

2.3.3

Ein Problem entsteht, wenn KI generierte Texte Falschaussagen enthalten, die von den Nutzenden nicht überprüft werden. Generative KIs sind nämlich *confidently incorrect* oder *halluzinieren*. „Halluzinationen im Zusammenhang mit KI beziehen sich auf von einem KI-Modell generierte Inhalte, die zwar realistisch erscheinen, aber von den vorgegebenen Quelleninputs abweichen. Man spricht in diesem Fall von fehlender Übereinstimmung (Faithfulness) oder mangelnder faktischer Richtigkeit (Factuality)“ (Siebert, 2024). Ein Beispiel hierfür ist, dass Googles KI-Suchfunktion bei ihrer Einführung behauptete, der ehemalige Präsident Obama sei Muslim. Diese Aussage reproduzierte jedoch einen verbreiteten Irrtum, denn Obama ist Christ (vgl. Duffy, 2024).

Dazu gibt es Phänomene wie *Over Confidence* und *Instruction Forgetting*, die beschreiben, wie das Modell zu stark auf lokale Wörter fokussiert und dabei den Gesamtzusammenhang verliert (vgl. Siebert, 2024). Das sind alles Probleme und Ungenauigkeiten, die Falschinformationen verbreiten. Benutzer machen sich jedoch selten die Mühe, diese durch eine weitere Quelle zu überprüfen.

Ein weiterer Einsatz von KI, um gezielt Falschinformationen oder Manipulation zu verbreiten ist der von *Astroturfing-Bots*. Darunter versteht man automatisierte Programme in sozialen Medien, die künstlich den Eindruck einer breiten, organischen Bürgerbewegung (Graswurzelbewegung) erzeugen. Diese werden z.B. auch von Russland im Angriffskrieg gegen die Ukraine als „breit eingesetzte Propagandamethode, die auf die Beeinflussung von Meinungen und demokratischen Entscheidungen abzielt“ (Olaf Pallaske, 2022) eingesetzt. Dieses digitale Astroturfing spiegelt eine Flut aus Meinungen wider. Allerdings kommen die Meinungen nicht von der Gesellschaft selbst, sondern aus meinungsmachenden Agenturen, Troll-Gruppen oder Propaganda-Parteien (vgl. Pallaske, 2022). Wahrscheinlich ist vielen Menschen auch schon einmal eine auffällig hohe Anzahl an gleichen Kommentaren unter einem Beitrag in den Sozialen Medien aufgefallen oder wurden von einem Astroturfing manipuliert.

Auf jeden Fall ist klar, dass wir als Gesellschaft unsere Medienkompetenz deutlich trainieren müssen. Die Täuschungen und Falschaussagen durch Künstliche Intelligenz werden immer schwerer von originellen Inhalten zu unterscheiden. Gleichzeitig kann es der Fall sein, dass echte Inhalte nicht mehr ernst genommen werden, weil sie für fake oder KI generiert gehalten werden. Darum gilt es den Blick auf Falschinformationen zu schärfen und immer eine zweite verlässliche Quelle zur Hand zu ziehen.

Physische Gesundheit

2.4

Die bisher beschriebenen Strukturprobleme des Internets, wie etwa Aufmerksamkeitsökonomie, *Enshittification* und KI-Überflutung, treffen nicht auf abstrakte Systeme, sondern auf konkrete Menschen. Ihre Auswirkungen sind auch auf der Ebene psychischer Gesundheit messbar. Internetabhängigkeit ist inzwischen ein anerkanntes Phänomen: Vicente-Escudero definiert sie als ein Muster exzessiver Internetnutzung, das mit psychologischer Abhängigkeit, Kontrollverlust und Toleranzentwicklung einhergeht. Diese seien strukturell vergleichbar mit Substanz- oder Glücksspielstörungen. Die weltweite Krankheitshäufigkeit liegt bei 6 % der Allgemeinbevölkerung, in Stichproben mit vorbestehenden psychischen Erkrankungen sogar bei 25,1 %. Internetabhängigkeitssymptome treten dabei häufig begleitend mit Depressionen, Angststörungen, Schlafproblemen und Impulsivität auf. Die Störung verstärkt, was bereits vorhanden ist, und schafft neue Abhängigkeiten bei denen, die noch gesund sind (vgl. Vicente-Escudero, 2025, S. 12808).

Ein oft übersehener Aspekt ist der sedentäre Lebensstil, der digitale Dauernutzung begleitet. Bei stundenlangem Scrollen bleibt die Bewegung zu kurz. Körperliche Folgeprobleme wie Muskelverspannungen, Rücken- und Nackenschmerzen, Schlafstörungen und Augenschäden sind direkte Begleiterscheinungen übermäßiger Internetnutzung. Es ist ein Teufelskreis, in dem körperliches Unwohlsein die psychische Belastung weiter verstärkt (vgl. Vicente-Escudero, 2025, S. 12808).

Besonders relevant für die Nutzung sozialer Plattformen sind soziale Vergleichsprozesse. Instagram, TikTok und ähnliche Plattformen sind strukturell darauf ausgelegt, Selbstdarstellungen zu maximieren, was beim Betrachter unweigerlich Vergleiche auslöst. Der Psychologe Jonathan Haidt beschreibt in seiner vielbeachteten Analyse eine Generation, die er die *anxious generation* nennt: Jugendliche, die seit der flächendeckenden Einführung des Smartphones aufgewachsen sind und signifikant höhere Raten an Angststörungen, Depressionen und sozialem Rückzug zeigen als alle Generationen zuvor (vgl. *anxiousgeneration*, 2026). Duarte et al. belegen empirisch, dass Personen mit höherem Internetabhängigkeitsrisiko signifikant ausgeprägtere soziale Angst sowie stärkeres Vermeidungsverhalten gegenüber realen sozialen Interaktionen aufweisen. Selbstmitgefühl und experiencielle Vermeidung erklärten dabei gemeinsam 44,63 % der Varianz in den Internetabhängigkeitssymptomen (vgl. Duarte, Salvador und Matos, 2026, S. 181). Das Internet wird so zur Ersatzwelt, nicht weil es besser ist, sondern weil es die Angst vor der realen Begegnung kurzfristig lindert.

Eng damit verknüpft ist die FOMO, die Fear of Missing Out: die Angst, sozial abgehängt zu werden, wenn man nicht ständig erreichbar und präsent ist. Digitale Dauerbereitschaft ist längst keine Wahl mehr, sondern sozialer Erwartungsdruck. Dieser Mechanismus bindet Menschen nicht durch Freude, sondern durch Angst an ihre Geräte und ist dabei kein Zufall, sondern Absicht. Denn die Plattformen sind nach dem Prinzip variabler Belohnungen gestaltet, einem Mechanismus, der ebenso Spielautomaten so wirksam macht. Ein Like kommt manchmal, manchmal nicht. Eine Benachrichtigung erscheint unvorhersehbar. Genau diese Unberechenbarkeit hält die Aufmerksamkeit gefangen, weit effektiver als eine verlässliche Belohnung es je könnte. Sie ist dabei auch wirksam genug, um klinisch behandlungsbedürftige Abhängigkeiten zu erzeugen (vgl. Vicente-Escudero, 2025, S. 12808 f.).

Digitale Erschöpfung

2.5

Diese Sucht führt bei vielen Menschen zu einer digitalen Erschöpfung. Wahrscheinlich sind viele mit dem Begriff des *Doomscrolling* vertraut. Ein stundenlanges Durchforschen von Kurzvideos oder Social-Media-Feeds, bei dem man sich danach eher verbraucht als wohl fühlt. Dazu kommt, dass man sich meist nicht an drei der hundert Inhalten, die man gerade konsumiert hat, erinnern kann. Ein anderes verbreitetes Phänomen mit einem Namen, der noch nicht weit verbreitet ist, ist das *Phubbing*. Dies bezeichnet die Nutzung eines Smartphones in und während sozialen Situationen. Zum Beispiel, während eines Gespräches mit einem Freund die Nachrichten checken. *Phubbing* belastet Beziehungen, doch die Betroffenen können durch ihre Abhängigkeit nicht anders. Um dieser digitalen Ermüdung zu entfliehen, entstehen neue Trends und Auswirkungen, die die Gesellschaft beeinflussen.

Dadurch, dass digitale Räume als Ort der Erschöpfung gesehen werden, entwickelt sich eine zunehmende Sympathie zu vintage, analogen und mechanischen Produkten. Diese halten sich an das, was sie versprechen, man braucht keine monatliche Zahlung, um sie zu benutzen. So bilden sie einen Gegenpol zum digitalen Alltag vieler. Messbar wird dieser Trend z.B. durch den Anstieg des Verkaufs von physischen Tonträgern. „Die weltweiten Umsätze mit physischen Tonträgern beliefen sich auf 5,3 Milliarden US-Dollar und stiegen im Jahr 2025 um 8,0 %. Das Wachstum wurde hauptsächlich durch eine starke Entwicklung bei Vinyl-Trägern getragen, deren Umsätze um 13,7 % stiegen und die damit das 19. Jahr in Folge ein Wachstum verzeichneten. Auch die Umsätze mit CDs und Musikvideos verzeichneten ein Wachstum, wobei die Umsätze um 3,7 % bzw. 10,8 % stiegen“ (ifpi, 2025, S. 8, Übersetzt von DeepL). Die Werte von physischen Tonträgern wird wieder mehr geschätzt und der Nostalgie-Aspekt spielt dabei sicher auch eine Rolle.

Originalzitat:
Global physical revenues amounted to US\$5.3 billion and grew by 8.0% in 2025. Growth was mainly driven by a strong performance from vinyl, which increased revenues by 13.7% and marked the format's 19th consecutive year of growth. CD and music video revenues also recorded growth, with revenues up by 3.7% and 10.8% respectively

Einschränkungen

2.5.1

Ein anderer Weg, um die digitale Erschöpfung zu umgehen ist, die Betroffenen einzuschränken. Dies gelingt z.B. durch Begrenzung der Bildschirmzeit, oder durch Installieren einer App, mit welcher man bestimmte Nutzungs-Limits setzen kann. Während die Bildschirmzeitsperre durch schnelles Eingeben des Sicherheitscodes übergangen werden kann, sind Apps deutlich effektiver. Für Kinder gibt es z.B. auch verschiedene Jugendschutzfilter. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen hängt jedoch vom Willen der Betroffenen ab, sie konsequent einzusetzen.

Die App Opal ermöglicht es Nutzer:innen im Durchschnitt 1 Stunde und 23 Minuten ihres Tages zurückzugewinnen, die man nicht mit unnötigem Scrollen verbringt. Das sind umgerechnet ca. sechs Jahre eines Lebens. Dabei soll es durch das selbstbestimmte Einstellen von Bildschirmzeiten und App-Limits ermöglicht werden, sich weniger ablenken zu lassen, mehr Produktivität zurück zu gewinnen und seine mentale Gesundheit zu fördern (vgl. Opal, 2026).

Die Regierung Australiens lässt dieses Problem nicht beim Endnutzer, sondern kümmern sich um eine adäquate Lösung, denn sie „schützt junge Australier in einer entscheidenden Phase ihrer Entwicklung durch die weltweit erste Altersbeschränkungen für soziale Medien“ (eSafety Commissioner, 2025). Sie haben den unter 16-Jährigen im Land den Zugriff auf Facebook, Instagram, Snapchat, Threads, TikTok, Twitch, X, YouTube, Kick und Reddit ab dem 10. Dezember 2025 verboten. Diese Einschränkung eröffnete einen großen Diskurs, der nicht nur Befürworter:innen hat. Doch im Kontext der besprochenen Gefahr von süchtig machenden Mechanismen ist das eine gute Entscheidung, um Kinder in Ihrer Entwicklung zu schützen.

Originalzitat:
The Australian Government is protecting young Australians at a critical stage of their development, through world-first social media age restrictions

Australien setzt dabei ein Zeichen für den Verbraucherschutz und schiebt die Verantwortung des gesunden Konsums von Nutzer:innen zu den sozialen Medien. Das ist ein wichtiger Schritt, um es diesen Plattformen nicht weiter zu ermöglichen ein gigantisches digitales Casino aufzubauen. Diese generelle strukturelle Lösung nämlich, dass die Plattformen die alleinige Verantwortung für die Umsetzung eines moderaten Konsums tragen und geeignete Kontrollmechanismen (wie Altersverifikationen oder Gesichtserkennung) vorweisen müssen, würde viele Benutzer:innen sehr entlasten.

Alive Internet

2.5.2

Zum Schluss des Kapitels über die Gegenwart des Internets möchte ich noch auf eine schöne Gegenbewegung aufmerksam machen. Die *Alive Internet Theory* ist das Gegenstück zur oben angeführten *Dead Internet Theory*. Sie besagt, dass das Web weiterhin von echten, suchenden und interagierenden Menschen geprägt ist. Diese Menschen nutzen das Internet nicht, um darin stattzufinden, sie teilen echte Momente und regen dadurch zum Nachmachen an. Sie geben echte Ratschläge und helfen, nicht um an mehr Geld oder Aufmerksamkeit zu kommen, sondern für ein soziales Web. Der Künstler Spencer Chang schreibt auf seiner Webinstallation *alivetheory.net*: „Das Internet wird immer voller echter Menschen sein: Menschen, die einander suchen, auf Hilferufe reagieren und selbst mitten in einem Streit gemeinsam lachen“ (Chang, 2026).

Originalzitat:
the internet will always be filled with real people: looking for each other, answering calls for help, and sharing laughs even in the midst of arguing.

Es gibt eine Menge an Seiten und Inhalten, die diese Alive Internet Theory verkörpern, es dauert nur diese unter der Menge an Werbeanzeigen, Bot-Beiträgen und AI-Slop zu finden.

Empirische Erhebung: Wahrnehmung und Nutzung

3

Bis hierhin habe ich vor allem mit Theorie und mit den Stimmen anderer argumentiert. Um zu prüfen, ob das diagnostizierte Unbehagen nur meines ist oder ob andere es teilen, habe ich eine eigene Online-Umfrage durchgeführt. Sie sollte kein repräsentatives Abbild der Gesamtbevölkerung liefern, sondern ein Stimmungsbild: Wie nehmen Menschen, die ohnehin viel Zeit online verbringen, die Veränderung des Internets wahr?

Methodisches Vorgehen

3.1

Der Fragebogen wurde mit Google Forms erstellt und umfasste 30 Fragen. Neben den demografischen Angaben (Alter, Geschlecht, tägliche Nutzungsdauer, genutzte Plattformen) bestand der Großteil aus Aussagen, die auf einer fünfstufigen Likert-Skala von 1 („stimme gar nicht zu“) bis 5 („stimme voll zu“) bewertet wurden. Zwei offene Felder am Ende gaben Raum für eigene Beobachtungen. Thematisch war der Bogen in Blöcke gegliedert: allgemeine Wahrnehmung, Sicherheit und Manipulation, Echtheit und Bots, KI, Gesundheit sowie die *Dead Internet Theory*.

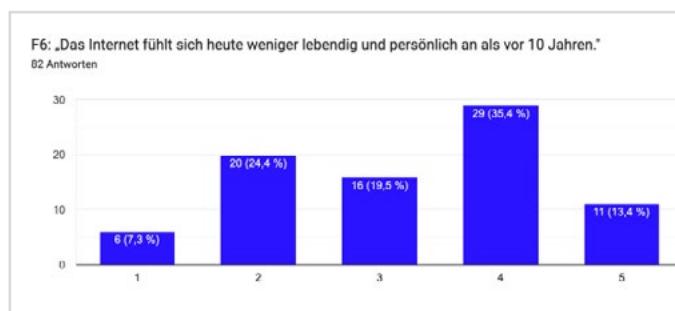
Verbreitet habe ich die Umfrage über meine eigenen Kanäle, konkret über Instagram- und WhatsApp-Stories sowie über Semestergruppen. In etwa zwei Wochen kamen 82 vollständige Antworten zusammen. Die Zusammensetzung der Stichprobe muss man offen benennen, weil sie die Ergebnisse prägt. 59 % der Teilnehmenden sind zwischen 18 und 24 Jahre alt, weitere 28 % zwischen 25 und 34. Knapp drei Viertel (73 %) ordnen sich dem weiblichen Geschlecht zu. Die meisten verbringen täglich drei bis fünf Stunden online, ein Viertel sogar fünf bis acht. Genutzt werden vor allem Instagram (93 %) und YouTube (85 %), KI-Chatbots immerhin von gut einem Drittel (37 %). Daraus ergeben sich klare Grenzen. Es handelt sich um eine Gelegenheitsstichprobe mit Selbstselektion: Wer einem Studenten beim Thema „Wahrnehmung des Internets“ über dessen Social-Media-Kanäle antwortet, hat in der Regel selbst ein Verhältnis zum Thema. Die Überrepräsentation junger, weiblicher und stark vernetzter Personen verzerrt das Bild zusätzlich. Die folgenden Zahlen sind deshalb nicht verallgemeinerbar. Sie sind aber genau deshalb interessant: Sie zeigen, wie eine besonders internetaffine, eingeborene Generation auf das eigene Medium blickt. Wenn ausgerechnet diese Gruppe Ernüchterung äußert, sagt das etwas aus.

Auswertung

3.2

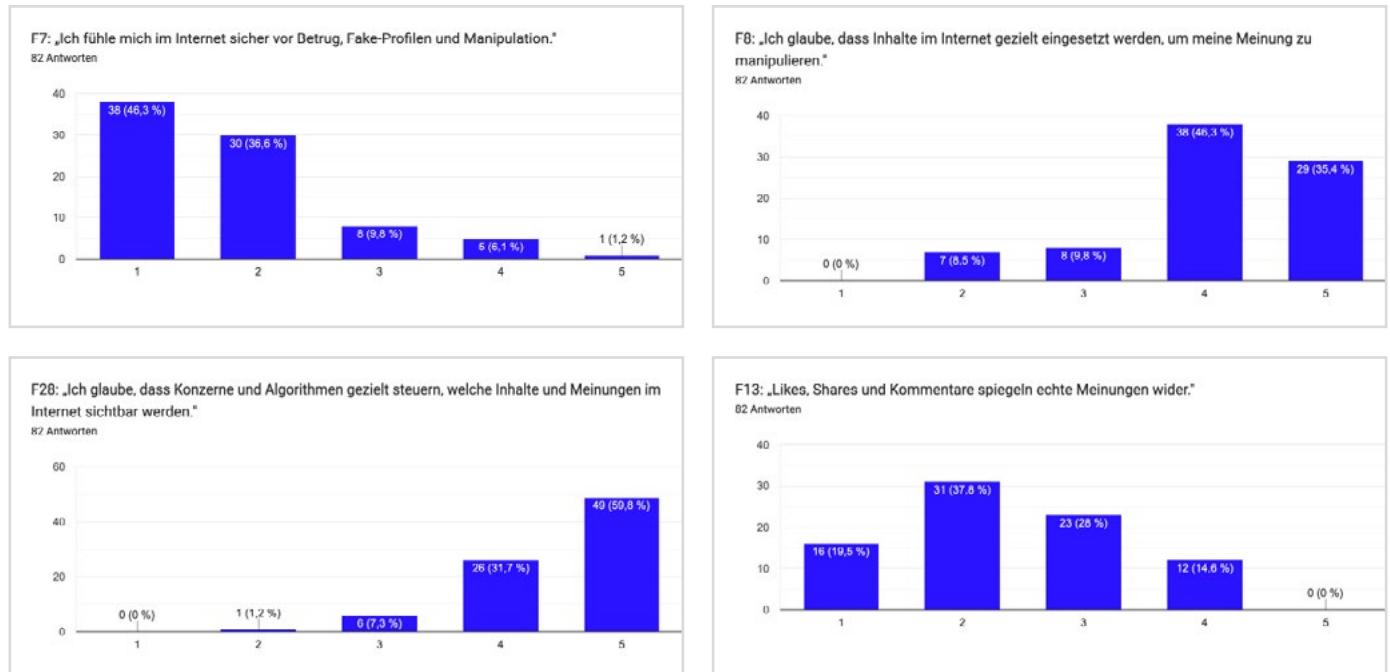
Die Grundstimmung ist eindeutig. Auf die Frage, ob sich das Internet als sozialer Raum im Vergleich zu vor zehn Jahren verbessert oder verschlechtert habe, antworten 48 % im negativen Bereich und nur 26 % im positiven (Mittelwert 2,71). Fast die Hälfte (49 %) findet, das Internet fühle sich heute weniger lebendig und persönlich an als früher; nur ein knappes Drittel widerspricht. Spannend ist, was nicht passiert: Trotz dieser Ernüchterung nutzen 52 % das Internet heute mehr als vor zwei bis drei Jahren, nur 18 % weniger. Die Unzufriedenheit führt also nicht zum Rückzug. Wer aussteigen will, bleibt trotzdem, ein Muster, das sich durch die ganze Auswertung zieht.

Abb. 9 & 10: Auswertung eigene Umfrage



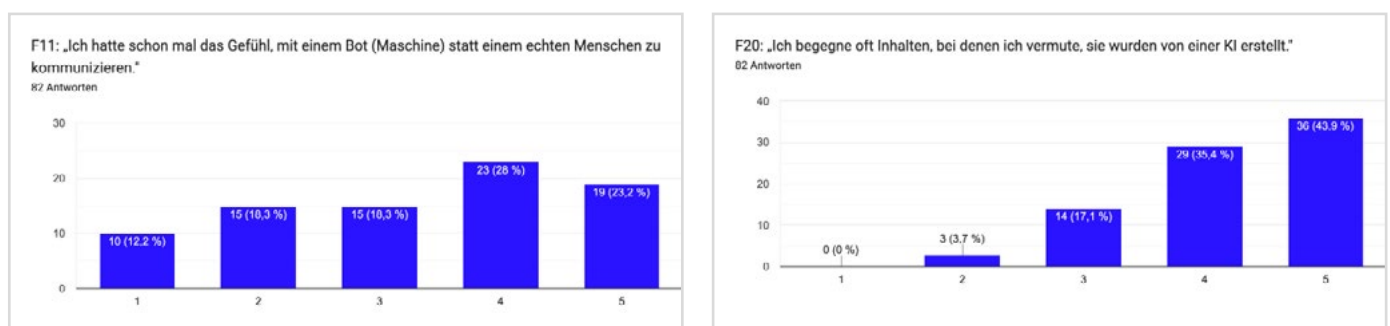
Am deutlichsten zeigt sich die Skepsis bei den Fragen zu Sicherheit und Steuerung. Ganze 83 % fühlen sich nicht sicher vor Betrug, Fake-Profilen und Manipulation (Mittelwert 1,79, der negativste Wert der gesamten Umfrage). 82 % glauben, dass Inhalte gezielt eingesetzt werden, um ihre Meinung zu beeinflussen. Und mit Abstand am eindeutigsten ist die Zustimmung zu der Aussage, dass Konzerne und Algorithmen gezielt steuern, welche Inhalte und Meinungen sichtbar werden: 91 % stimmen zu, fast niemand widerspricht (Mittelwert 4,5). Das Misstrauen ist damit kein Randphänomen mehr, sondern die Standardannahme, mit der diese Nutzerinnen und Nutzer durchs Netz gehen. Passend dazu glauben nur 15 %, dass Likes, Shares und Kommentare echte Meinungen widerspiegeln.

Abb. 11–14: Auswertung eigene Umfrage



Der Verdacht, mit einer Maschine statt einem Menschen zu interagieren, ist verbreitet: 51 % hatten schon das Gefühl, mit einem Bot zu kommunizieren. Beim Thema KI wird es noch deutlicher. 79 % begegnen oft Inhalten, bei denen sie eine KI-Herkunft vermuten, und 89 % finden, dass KI es schwerer macht, echte von gefälschten Informationen zu unterscheiden (Mittelwert 4,37). Hier zeigt sich eine aufschlussreiche Spannung: Etwas mehr als die Hälfte (52 %) traut sich zu, KI-Inhalte selbst zu erkennen, gleichzeitig hält fast jede und jeder die Unterscheidung generell für schwieriger. Man glaubt also, persönlich noch durchzublicken, während man der Lage insgesamt misstraut, ein klassisches Muster der Selbstüberschätzung. Bemerkenswert ist außerdem, dass die *Dead Internet Theory* zwar nur 41 % namentlich kannten, ihrer Kernaussage aber 59 % zustimmten. Das Phänomen wird gefühlt, auch ohne den Begriff dafür zu haben. Als am wenigsten authentisch gelten übrigens TikTok (61 %) und Instagram (57 %), also genau die Plattformen, die am meisten genutzt werden.

Abb. 15 & 16: Auswertung eigene Umfrage



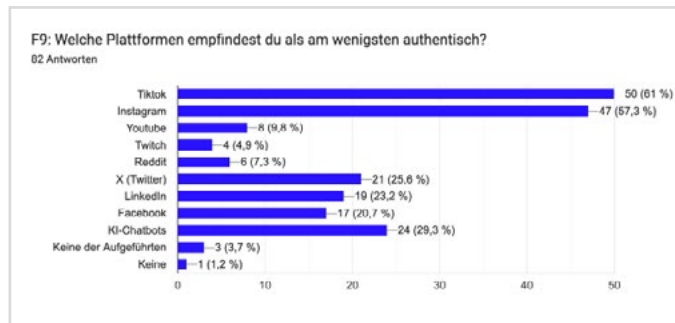
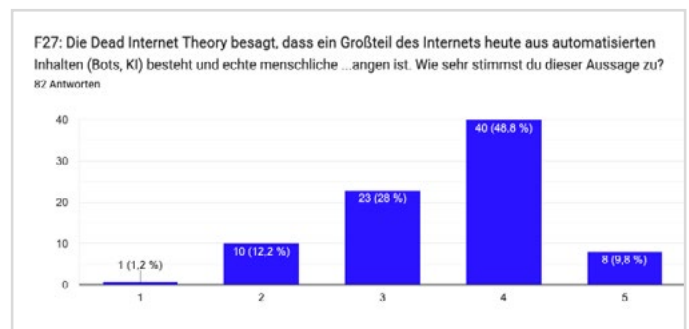
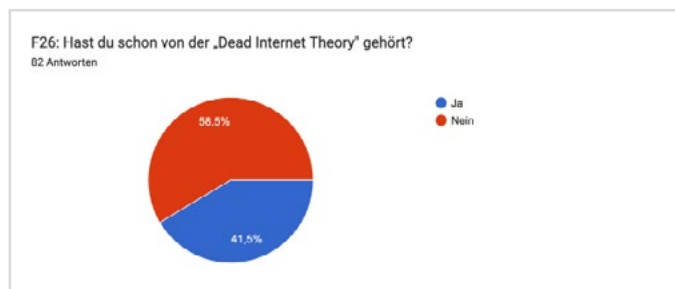
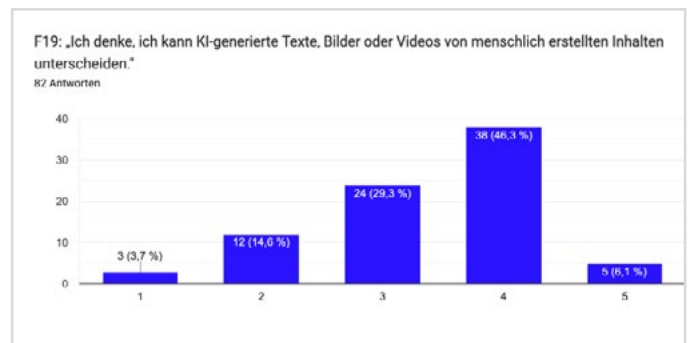
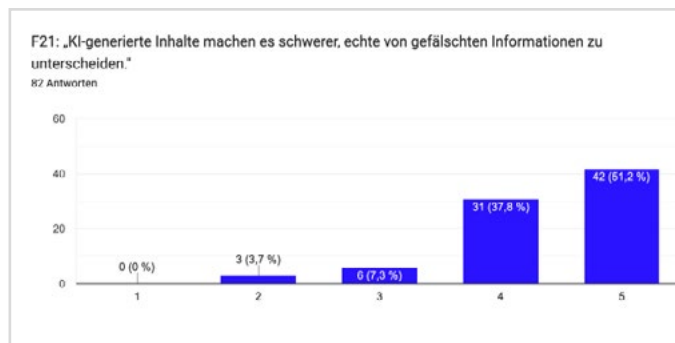


Abb. 17–21: Auswertung eigene Umfrage

Der Gesundheitsblock erklärt, warum das „schlechter, aber mehr“ kein Widerspruch ist. 77 % haben oft das Gefühl, zu viel Zeit im Internet zu verbringen, 62 % fühlen sich phasenweise süchtig nach dem Internet oder einzelnen Plattformen. Nur 10 % sagen, ihre Internetnutzung der letzten Jahre habe ihr Wohlbefinden positiv beeinflusst, 63 % verneinen das. Mehr als die Hälfte (57 %) hat schon bewusst eine Social-Media-Pause eingelegt. Hier wird greifbar, was sich hinter der Mehrnutzung verbirgt: nicht Begeisterung, sondern ein schwer abzustellender Sog. Dazu passt ein letzter, fast paradoxer Befund. Obwohl zwei Drittel (67 %) großen Plattformen ausdrücklich misstrauen, weichen nur 17 % bewusst auf kleinere oder alternative Plattformen aus. Man bleibt dort, wo man glaubt hinzugehören, auch gegen die eigene Überzeugung. Genau das ist die ökonomische Falle, die in den Theoriekapiteln unter den Stichworten *Enshittification* beschrieben wurde, hier in Zahlen.

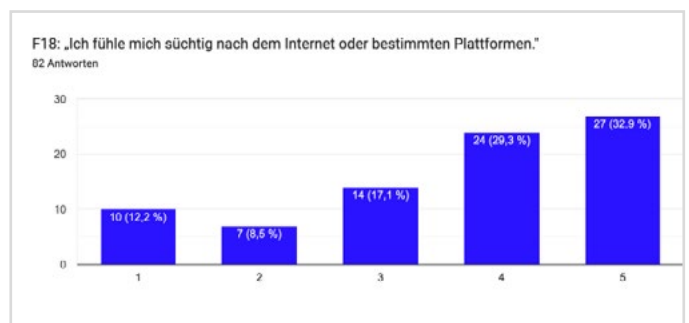


Abb. 22 & 23: Auswertung eigene Umfrage

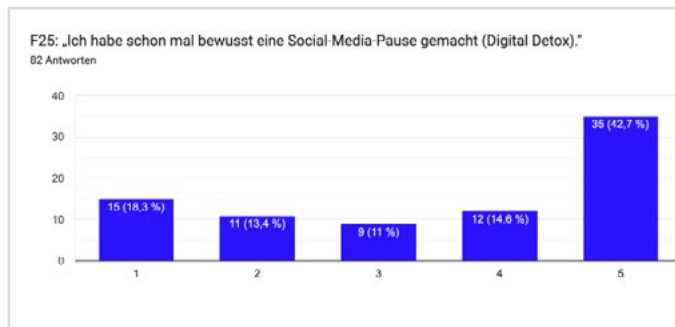


Abb. 24 & 25: : Auswertung eigene Umfrage

Die beiden Freitextfelder bestätigen die Zahlen und geben ihnen ein Gesicht. Auffällig oft fallen dieselben Begriffe: Werbung, Kommerz, KI, Hass, Reizüberflutung. Mehrfach wird beklagt, aus Authentizität sei „Marketing, Kommerz, Konsum“ geworden und Nischen lohnten sich nicht mehr, weil Trends sogar „Wortlaut und Tonfall der Creator“ angleichen. Eine Antwort bringt die Homogenisierung auf ein starkes Bild: Es sei, „als hätte man dem Internet immer weiter die Farbsättigung entzogen“, und seit den KI-Beiträgen sei „alles grau geworden“. Andere beschreiben den Wandel des eigenen Verhältnisses zum Netz nüchterner. Eine Antwort fasst zusammen, ihre Beziehung zum Internet sei „eine Arbeitsbeziehung geworden und keine Kindergartenfreundschaft mehr“: als Werkzeug nützlich, als sozialer Raum aber nur noch mit Vorsicht zu genießen. Auffällig häufig taucht das Bedürfnis nach Rückzug auf, vom „Gras berühren gehen“ bis zur Vermutung, es werde künftig eine Bewegung geben, die sich wieder aus dem Netz zurückzieht, weil „die neue Währung deine Lebenszeit“ sei. Daneben stehen aber auch versöhnliche Stimmen: Manche berichten von echten, über Jahre gewachsenen Freundschaften, die im Netz begonnen haben, oder von kleinen, authentischen Creator, die sie ohne das Internet nie gefunden hätten. Das Bild ist also nicht durchweg schwarz, sondern ambivalent, und genau diese Ambivalenz ist der Kern des Ergebnisses.

Zwischenfazit

3.3

Die Umfrage bestätigt mein Ausgangsgefühl, allerdings mit einer wichtigen Präzisierung. Das Internet wird von dieser Gruppe klar als „schlechter“ wahrgenommen: unpersönlicher, unsicherer, kommerzieller, voller KI und Manipulation. Was die Daten aber nicht zeigen, ist ein Rückzug. Die meisten nutzen es trotz allem mehr als zuvor. Die These müsste man deshalb genauer fassen: Es ist nicht so, dass das Internet weniger genutzt wird, sondern dass es weniger gern genutzt wird.

Diese Spannung verbindet die drei theoretischen Stränge dieser Arbeit auf engem Raum. Die wahrgenommene Steuerung durch Konzerne und Algorithmen (91 % Zustimmung) und die Klage über die zunehmende Kommerzialisierung sind die gefühlte Seite dessen, was als *Enshittification* und Plattformkapitalismus beschrieben wurde. Das verbreitete *Bot*-Gefühl, die ständige Begegnung mit vermuteten KI-Inhalten und die mehrheitliche Zustimmung zur *Dead Internet Theory* zeigen, dass deren Kernidee längst Teil der Alltagswahrnehmung ist, auch ohne den Namen. Und die Kombination aus „zu viel Zeit“, Suchtgefühl und gesunkenem Wohlbefinden bei gleichzeitig steigender Nutzung ist genau das, was die Aufmerksamkeitsökonomie als Geschäftsmodell anstrebt: nicht zufriedene, sondern gebundene Nutzer:innen.

Bei aller Vorsicht wegen der kleinen, selbstselektierten und jungen Stichprobe lässt sich also festhalten: Das Unbehagen, von dem diese Arbeit ausgeht, ist kein Einzelgefühl. Es wird geteilt, und es wird von genau der Generation geteilt, die mit diesem Internet aufgewachsen ist und es am intensivsten nutzt. Dass diese Gruppe sich nach einem Internet zurücksehnt, das sie als verloren empfindet, und es trotzdem täglich weiter aufsucht, ist vielleicht der ehrlichste Befund dieser Umfrage.

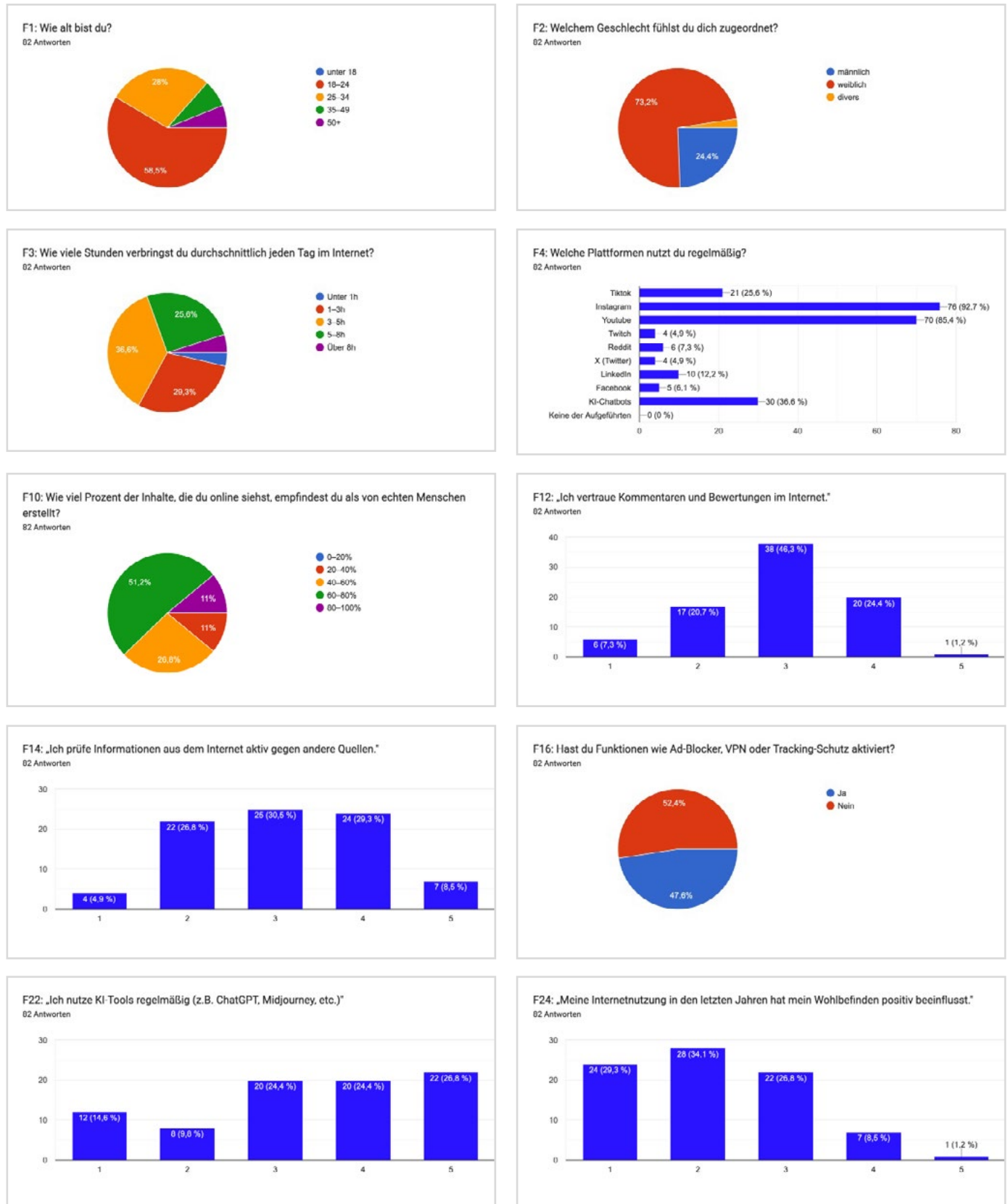


Abb. 26–35: Auswertung eigene Umfrage

Gestalterisch-praktischer Teil

III

Es war nicht einfach eine passende gestalterische Darstellung für dieses große und relevante Thema zu finden. Mir sind noch zahlreiche weitere Umsetzungsmöglichkeiten oder Ergänzungen eingefallen, aber schließlich bin ich mit dem Endprodukt, welches nun entstanden ist, sehr zufrieden. *Netropolis* stellt das Internet als Stadt dar und bildet dadurch auf mehreren medialen Ebenen eine große Analogie zwischen den zwei verwandten Gebieten. Dabei habe ich mir zum Anfang sechs Ziele gesetzt.

Ziel 1 war es, eine kluge Idee zu entwickeln, eine Idee, bei der die Betrachter:innen ein *Ahhh* äußern, wenn sie diese durchblicken. Ziel 2 war, etwas zu erschaffen, was es in dieser Form noch nicht gibt. Vielleicht eine neue Kombination zwischen zwei Themen, die noch nicht kombiniert wurden. Ziel 3 war es, dass das Endprodukt spannend in einer Ausstellung (bei mir die Semester Endausstellung Bergwerk) präsentiert werden kann und Ziel 4, dass es verständlich im Portfolio und online dargestellt werden kann. Ziel 5 war, meine bisherigen Grenzen als Einzelperson kennen zu lernen und etwas Großes zu planen. Das letzte Ziel, Nummer 6, war es mit dem Projekt etwas zu bewirken. Ich möchte nicht, dass mein praktisches Bachelorprojekt nach meinem Studium nur in meinem Portfolio landet. Es sollte bestenfalls auch außerhalb der Studierenden-Blase stattfinden und andere Menschen informieren, unterhalten oder inspirieren.

Vorgehensweise

1

Um die Dimensionen eines Themas zu durchblicken, starte ich immer mit einer tiefen Recherche. Von der *Dead Internet Theory* ausgehend, habe ich in verschiedene Richtungen recherchiert und bin auf die spannenden Konzepte, aber auch Probleme gestoßen, wie ich sie in dieser Arbeit beschrieben habe. Als ich einen groben inhaltlichen Überblick gewonnen hatte, habe ich mich des Konzepts der gestalterischen Arbeit gewidmet. Dabei war mir schon klar, dass es eine räumliche oder installative Ebene geben wird. Ich habe zwischen drei verschiedene ästhetische Umsetzungsmöglichkeiten für das Konzept abgewägt.

Möglichkeit eins war es, das Internet rein visuell, wie man es kennt oder kannte darzustellen. Webfenster, Kabel, alte Bildschirme oder Web 1.0 waren die Gefühlswelten. Doch diese Idee ist es nicht geworden, da es für mich zu offensichtlich war. Möglichkeit zwei war es, das Internet als Weltall darzustellen. Anfangs mochte ich diese Idee sehr. Das Weltall ist nahezu unendlich, es gibt immer mehr Weltallmüll (*AI-Slop*), im Weltall gibt es wenig Leben (*Dead Internet*) und Barlow nannte es damals schon *cyberSPACE*. Es hätte also viele kluge Parallelen gegeben. Doch beim Austausch mit Kommiliton:innen kam zurecht das Argument auf, dass die Internet-Weltall Analogie das Thema nur ferner macht und nicht nahbarer. Es würde die Verständlichkeit nicht einfacher, sondern eher komplizierter machen. Darum habe ich mich für die stärkste aller drei, das Internet als Stadt darzustellen entschieden. Nahezu jede erwachsene Person war schon einmal in einer Stadt. Jeder kennt die Infrastruktur einer Stadt, welche auch sehr der Strukturen des Internets ähneln. Darum war diese Variante, die ich später im Gesamtkonzept ausführlich erklären werde, die Beste.

Nun, da das ästhetische Konzept stand, konnte ich mich an Umsetzungsideen wagen. Ich überlegte für jede der 11 wichtigen Stationen eine Informationstafel zu bauen oder hatte die Idee eine Miniatur- oder eine Argumented-Reality-Stadt zu bauen. Doch bei der Feedbackrunde kam heraus, dass die Umsetzung als riesige Stadtkarte die stärkste und beliebteste Idee war. Also gestaltete ich Varianten der Stadtkarte und entschloss, einen interaktiven Wegweiser als räumliches Element dazu zuzubauen. Bei diesem baute ich kleine Modelle, um die überlegte Steckfunktionen zu prüfen. Weiterhin legte ich fest, dass eine Internetseite zusätzliche Infos geben sollte, auf die man mit der Karte gelangen sollte. Da die interessanten Informationen für dieses Thema so ergiebig waren, wollte ich nicht so viel davon weglassen. Für den passenden Namen legte ich eine Brainstorm-Session ein und kam auf den Namen *Netropolis*, welches im Kreis *WeitWeitWeg* gelegen ist.



Abb. 36: Modell Installation

Nahezu immer arbeitete ich in unserem Bachelorraum der Fakultät Gestaltung mit weiteren Kommiliton:innen zusammen. Dieser Raum, der uns von der Hochschule zur Verfügung gestellt wurde, war für uns unser belebtes kleines Atelier. Es ist für mich sehr wichtig, einen regelmäßigen Austausch über Projekte mit anderen Kreativen zu pflegen. Diesen Austausch, gegenseitige Bestärkung und viel Freunde ermöglichte uns dieser gemeinsame Raum. Darum bin ich sehr froh, dass ich diesen Raum für meine Arbeit nutzen konnte.

Gesamtkonzept

2

Das gesamte gestalterische Konzept wird verbunden durch die Analogie von Internet als Stadt. Die Ausführung erfolgt dabei auf verschiedenen Ebenen, um unterschiedliche Bedürfnisse abzudecken. Die Karte von *Netropolis* ist dabei das mobile analoge Medium, das einen guten Einstieg in die Arbeit geben soll. Die Installation sorgt für die räumliche Wirkung. Sie macht auf das Thema aufmerksam und führt Besucher:innen spielerisch an das Thema heran. Wer mehr Informationen über Einzelheiten möchte, der kann die Webseite benutzen, um sich tiefer in die Materie einzulesen. Diese drei Medien kommunizieren die gut durchdachte Analogie. Die Installation ist als Wegweiser gestaltet und die Stadtkarte als Flyer, was Betrachter:innen in diese Welt bewusst analog und nicht virtuell eintauchen lässt.

Erstaunlicherweise habe ich viele Parallelen zwischen einer Stadt und dem Internet gefunden. *Netropolis* ist ein Raum, in dem wir uns täglich bewegen, doch ohne Straßen, Schienen oder Wege. Einst als freier Raum für alle geträumt, ist *Netropolis* heute eine Metropole mit Schattenseiten, geprägt von Konzernen, Algorithmen und Inhalten, die niemand wirklich bestellt hat.

Der Bahnhof steht dabei für die Search Engine, wie z.B. Google oder Ecosia. Mit ihr kommt man oft im Internet an und sie bringt einem an den gewünschten Ort des digitalen Raums. Doch was einst ein zuverlässiger Wegweiser zu echten Inhalten war, ist heute oft ein Werbekanal. Hier werden Probleme, wie die *Zero-Click-Search* und die zunehmende Monetarisierung behandelt.

High Traffic Seiten, also Seiten mit vielen täglichen Besucher:innen werden als Innenstadt dargestellt. Social-Media-Plattformen und große Handelsseiten ziehen täglich Millionen davon an. Doch hinter der bunten Fassade geht es weniger um echten Austausch als um Aufmerksamkeit und Geld. Diese Station beschäftigt sich mit der Aufmerksamkeitsökonomie und der Plattformkommerzialisierung.

Die Wolkenkratzer in *Netropolis* stehen für die *Big Tech Player*. Dazu gehören auch die oben genannten *Gatekeeper*. Sie ragen über die Stadt. Google, Meta und Amazon kontrollieren weite Teile des Internets. Sie kaufen die Konkurrenten auf, bevor diese groß werden. Hier werden verstärkt Themen, wie Plattformverfall, Vertrauensverlust und digitale Enteignung behandelt.

Die Generative künstliche Intelligenz wird in *Netropolis* als große Fabrik dargestellt. KI-Systeme produzieren in sekundenschnelle Texte, Bilder und ganze Webseiten, in einer Menge, die kein Mensch je erreichen könnte. Das Internet füllt sich sehr rapide mit Inhalten. Bei der Station der Fabrik, werden Themen der künstlichen Intelligenz, wie auch das Entwickeln von Falschinformationen behandelt.

Neben der Fabrik steht der Schrottplatz, denn die Fabrik produziert auch viel Schrott, den *AI-Slop*. Dieser häuft sich immer mehr an und wird im Sekundentakt größer. In dieser Station bekommen Besucher:innen mehr Kontext zum Thema des *AI-Slops*. Das Rathaus regelt die Stadt *Netropolis*, wie der Algorithmus große Teile des Webs regelt. Hier wird entschieden, was du siehst. Algorithmen bestimmen auf Social-Media-Plattformen, welche Inhalte nach oben gespült werden und welche verschwinden. Sie belohnen Empörung, Wiederholung und Sensation – weil das die Menschen am längsten auf der Plattform hält. Kein Mensch hat diesen Algorithmus gewählt, aber er hat mehr Einfluss auf unsere Meinung als jede Zeitung.

Die Häuser in der Stadt sind die Webseiten des Internets. Persönliche Webseiten, kleine Blogs und unabhängige Online-Magazine sind die stillen Bewohner dieser Stadt. Sie bieten oft tiefere Informationen als jedes Social-Media-Posting, doch der große Zustrom bleibt aus. Sie spiegeln die nostalgische Seite des Webs wider und sind gleichzeitig auch vom Plattformverfall und -kommerzialisierung betroffen. Gesundheitliche Auswirkungen werden in der Station des Krankenhauses thematisiert. Die Stadt macht krank, auch wenn das bunte Leben der Innenstadt das nicht vermuten lässt.

Im Museum wird die Internetgeschichte erzählt. Hier liegt der Ursprung von allem. Das Internet begann als ARPANET, Tim Berners-Lee träumte mit dem World Wide Web von einem freien, offenen Raum für alle Menschen und John Perry Barlow schrieb die Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace. Alles Themen, die im Museum ausführlich ausgeführt werden.

Das Casino spiegelt die Internetsucht in der Stadt *Netropolis* wider. Es hat einen großen Einfluss, dass sich immer viele Menschen in *Netropolis* aufhalten. Diese Station macht klar, dass das Internet nicht nur unterhält, sondern darauf ausgelegt ist, Nutzende zu fesseln.

In der kleinsten Station außerhalb, finden die Aussteiger statt. Sie verkörpern die *Alive Internet Theorie*. Sie spielen nicht mit im Spiel um Klicks und Aufmerksamkeit. Für sie ist das Internet ein Werkzeug, kein Zuhause.

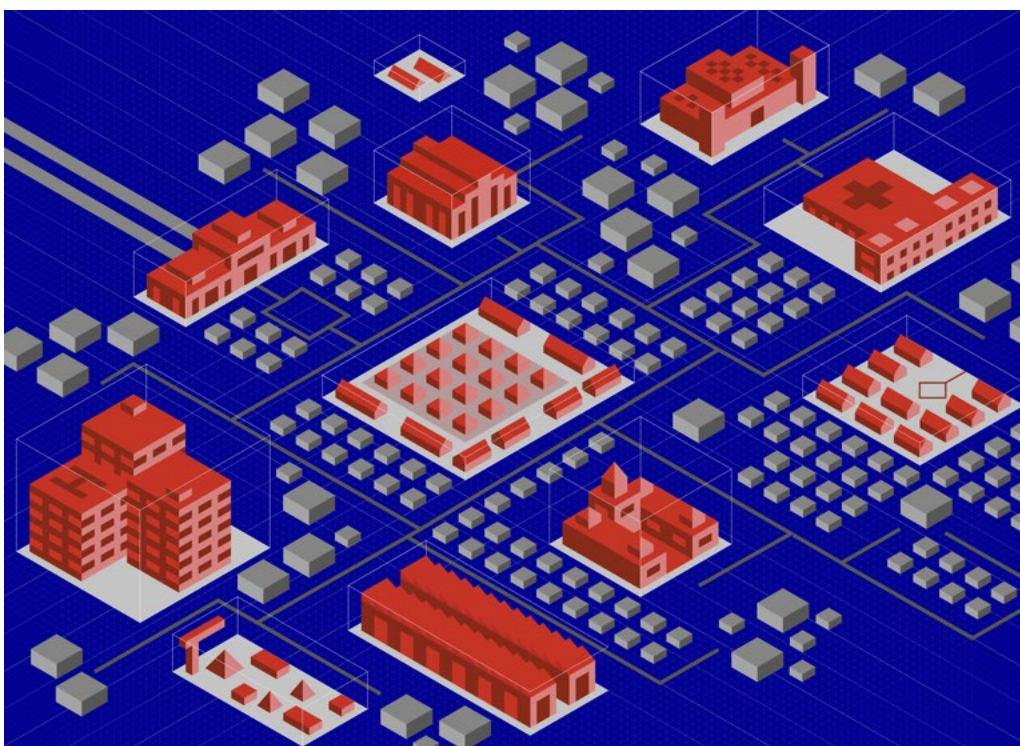


Abb. 37: Lageplan Netropolis

Alle 11 Stationen zusammen stehen für Themen, die ich ansprechen wollte. Natürlich könnte man *Netropolis* noch reichlich erweitern, aber das ist in dieser Arbeit nicht nötig. Sie soll lediglich diese Welt aufmachen und erklären. *Netropolis* lädt dazu ein, weiterzudenken: Welche Stadtteile man selbst täglich besucht, welche man meidet und ob man sich in dieser Stadt eigentlich noch wohlfühlt.

Die Karte

2.1

Das Ausgangselement ist die beidseitig bedruckte Karte mit einem offenen Format von DIN A1 quer (594 x 841 mm) und einem geschlossenen Format von DIN lang hoch (210 x 99 mm). Auf der einen Seite befindet sich ein großer Lageplan der verschiedenen Stationen in *Netropolis* mit dazugehörigem Erklärtext. Diese Seite hat vor allem den Zweck, die Analogie Stadt-Internet zu kommunizieren und die Ähnlichkeiten aufzuzeigen. Die andere Seite beinhaltet die Vorder- und Rückseite des geschlossenen Formats und führt schrittweise beim Ausklappen an das Thema heran. Beim Ausklappen findet man die Nutzungsbedingungen, ein Cookie Pop-Up und den Zeitstrahl zur Geschichte des Internets. Ist die Karte vollständig ausgeklappt, können Betrachtende weitere Informationen über den Zustand des Internets erhalten. Die Karte wird in höherer Auflage produziert, sodass Besucher:innen sie mitnehmen und überall lesen können.



Abb. 38–40: Netropolis Karte
Dokumentation



Abb. 41: Netropolis Karte Seite 1

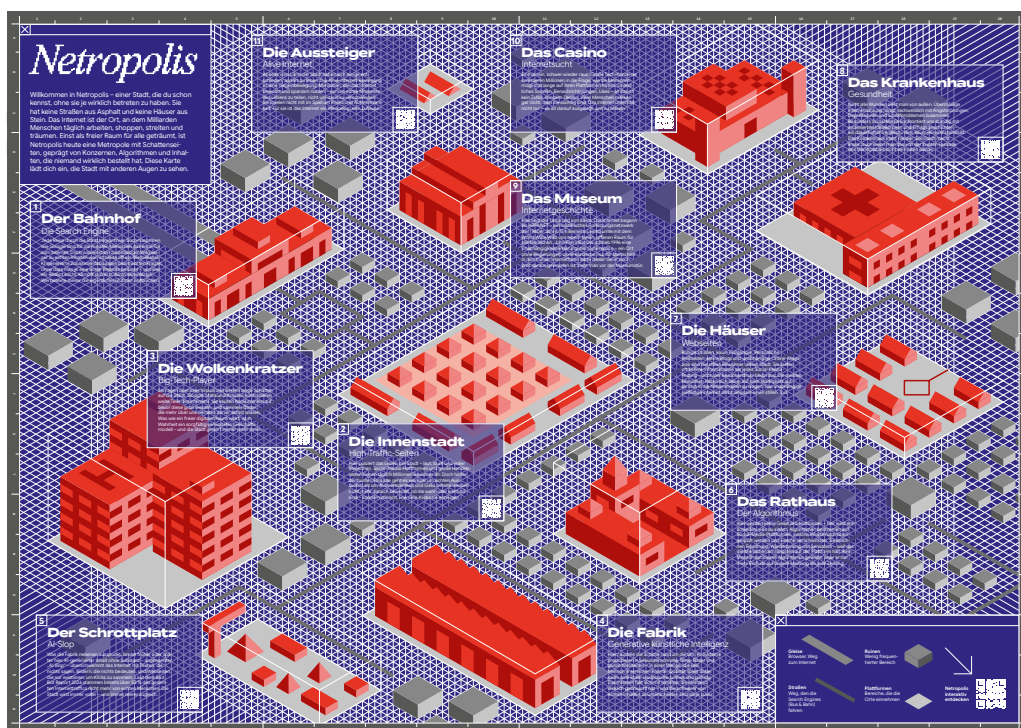


Abb. 42: Netropolis Karte Seite 2



Abb. 43: Netropolis Karte geschlossenes Format Vorder und Rückseite



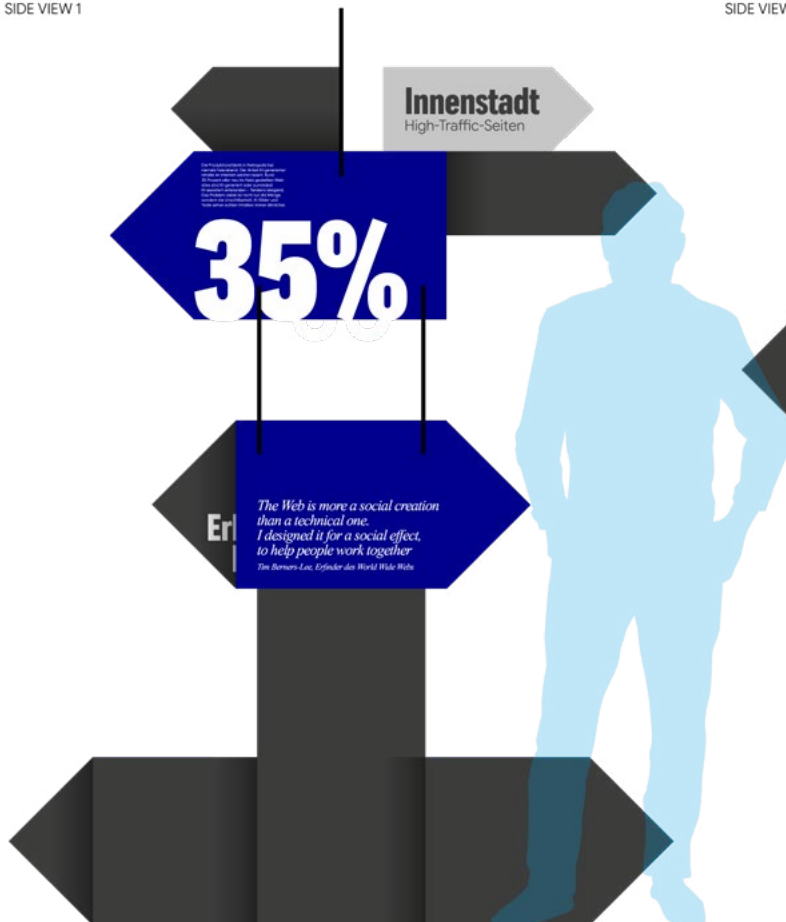
Abb. 44–46: Netropolis Karte
Dokumentation

Die Installation

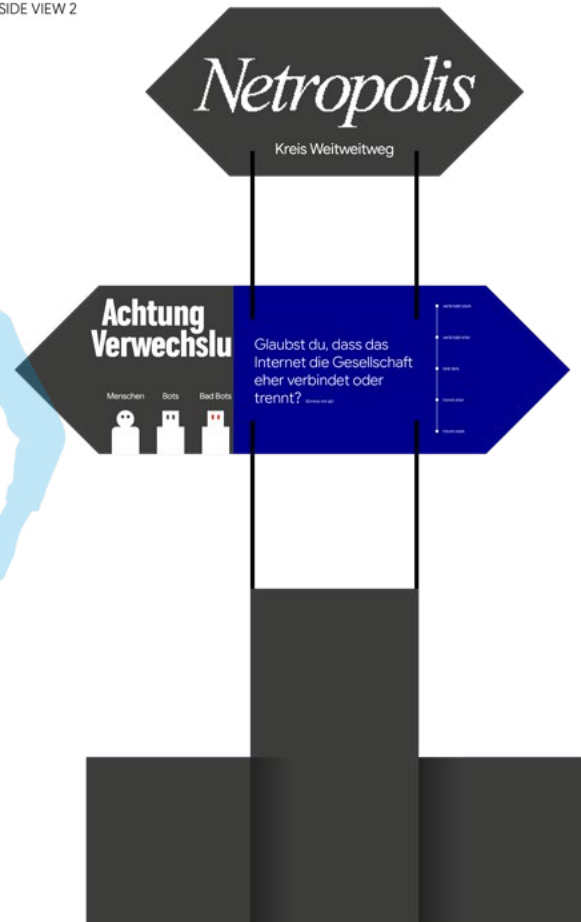
2.2

Die Installation besteht aus einem über zwei Meter hohen Wegweiser aus MDF-Platten. Diese sind mit Farbdrucken oder Klebefolie beplottet und zeigen Informationen zum Projekt. Das gesamte Konstrukt wurde so konzipiert, dass es ohne Schrauben oder Klebemittel stabil steht und lediglich zusammengesteckt werden muss. Der Wegweiser zeigt in alle Richtungen die Stationen von *Netropolis* an und steht auf einem Bodenplot aus Pfeilen, die sich wucherartig ausbreiten. Außerdem sind zwei Sitzelemente vorgesehen auf denen Besucher:innen die Karte ausfallen und ansehen können. Auf einer Platte gibt es zudem ein Abstimmungstool mit der Frage: „Glaubst du, dass das Internet die Gesellschaft eher verbindet oder trennt?“ Eine separate Platte neben der Hauptinstallation steht für das *Alive Internet*. Hier können Betrachter:nde ihre Erfahrungen mit dem lebendigen Web teilen. Insgesamt soll die Installation neugierig auf das Thema machen und Besucher:innen einladen, sich mehr mit *Netropolis* und dem Internet als sozialem Raum auseinanderzusetzen.

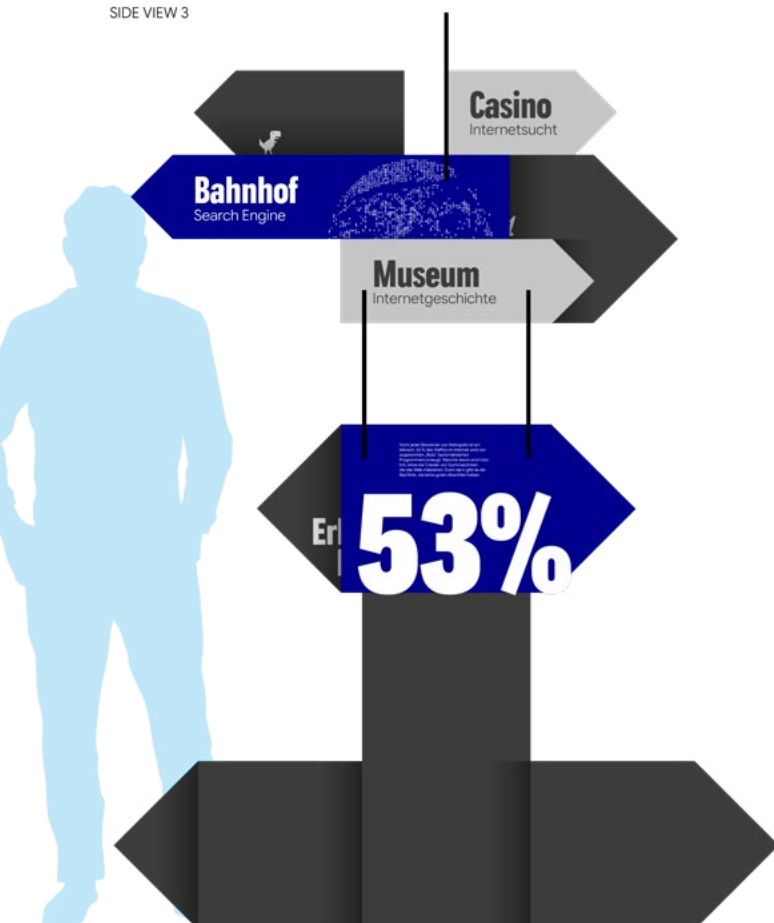
SIDE VIEW 1



SIDE VIEW 2



SIDE VIEW 3



SIDE VIEW 4

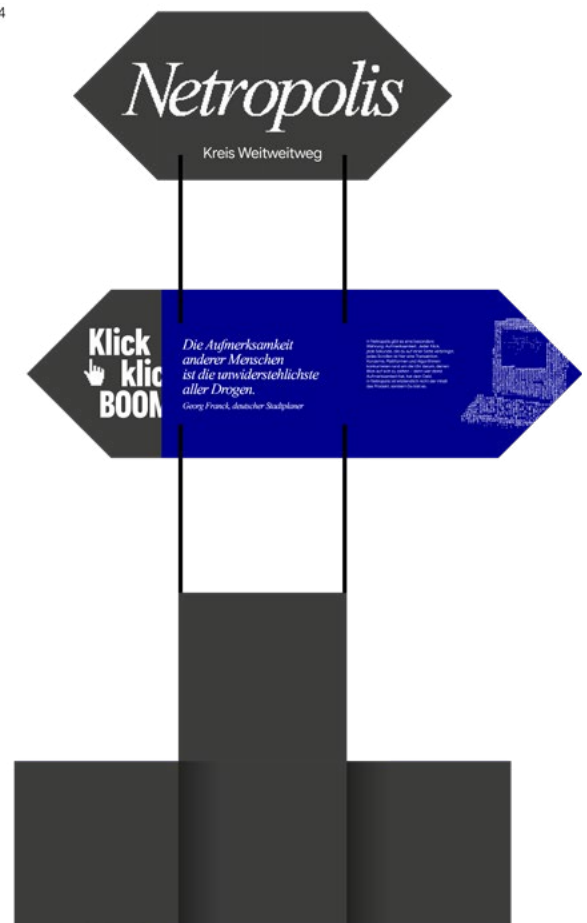


Abb. 47–50: Netropolis Installation Seitenansichten



Abb. 51–54: Netropolis Installation Dokumentation

Die Webseite

2.3

Die Webseite schlägt die Brücke zum Web, denn die übrigen Medien sind bewusst analog gewählt. Die *Netropolis*-Seite ermöglicht einen tieferen Einblick in den theoretischen Teil der Arbeit. Sie zeigt Verbindungen vom Theorie und Praxis auf und lässt Besucher:innen diese interaktiv erkunden. Auf der Landing-Page muss man zunächst einen Button drücken, um *Netropolis* zu betreten. Danach hat man Zugriff auf den Lageplan und auf tiefergehende Informationen zu den Stationen als nur auf der Karte sind. Außerdem veranschaulicht die Webseite mit spielerischen Elementen Probleme des Webs, wie unfaire Nutzungsbedingungen.



Abb. 55: Netropolis Webseite Desktop Mockup

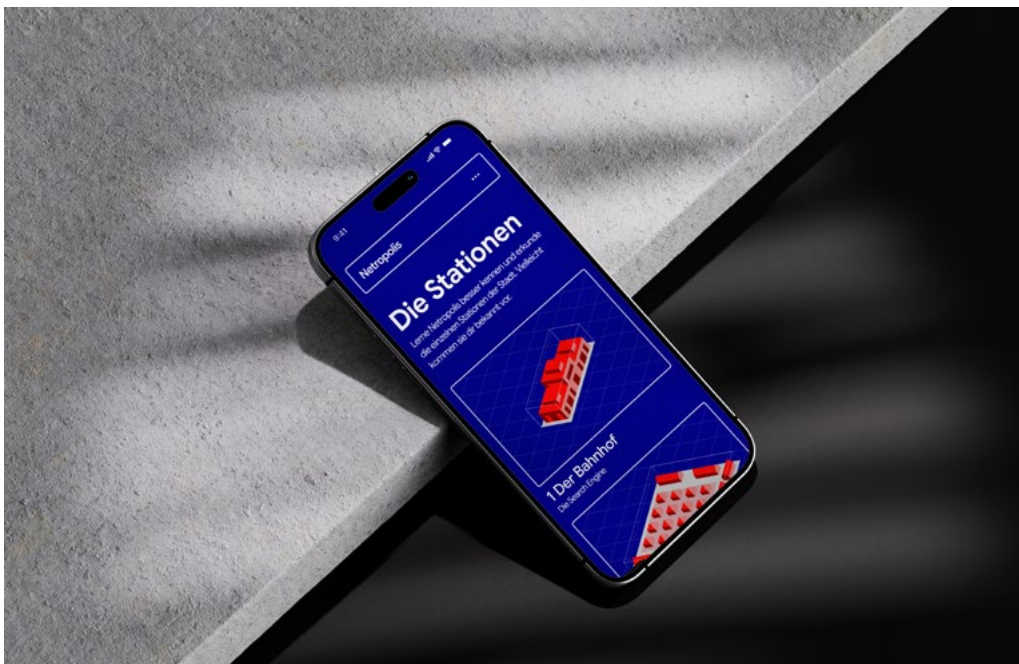


Abb. 56: Netropolis Webseite Mobile Mockup

Fazit und Ausblick

IV

Abschließend lässt sich sagen, dass das Internet sich weit von dem entfernt hat, was Tim Berners-Lee und John Perry Barlow einst für es vorgesehen hatten. Was als offener, demokratischer Raum für alle Menschen gedacht war, ist heute ein System, das von wenigen Konzernen kontrolliert wird, auf Aufmerksamkeit und Daten ausgerichtet ist und durch generative KI zunehmend mit Inhalten geflutet wird, denen man nicht mehr vertrauen kann. Die Umfrage dieser Arbeit zeigt, dass viele Menschen das spüren: Fast die Hälfte der Befragten bewertet die Entwicklung des Internets als sozialer Raum als schlechter als vor zehn Jahren. Gleichzeitig nutzen sie es mehr denn je. Das ist kein Widerspruch, sondern das Ergebnis einer Infrastruktur, die darauf ausgelegt ist, ihre Nutzenden zu fesseln, nicht zu befreien.

Die *Dead Internet Theory* war der Ausgangspunkt dieser Arbeit, nicht weil ihre Verschwörungserzählung übernommen wird, sondern weil sie ein echtes Unbehagen benennt, das viele Menschen teilen. Dieses Unbehagen verdient eine ernsthafte Auseinandersetzung, keine Verharmlosung. *Netropolis* ist der Versuch, genau das zu leisten: die Strukturprobleme des Internets sichtbar, greifbar und diskutierbar zu machen.

Netropolis ist nicht als abgeschlossenes Projekt gedacht. Die Stadtanalogie lässt sich erweitern, neue Stadtteile können entstehen, wenn neue Entwicklungen es verlangen. Das Ziel ist es, die Ausstellung in Museen, Hochschulen und im öffentlichen Raum zu zeigen, um möglichst viele Menschen zu erreichen, die sich mit diesen Fragen noch nicht beschäftigt haben. Denn Medienkompetenz beginnt nicht mit einem Lehrbuch, sondern mit einer Frage, die man sich selbst stellt. *Netropolis* soll genau diese Fragen aufwerfen und dazu einladen, das eigene Verhältnis zum Internet neu zu überdenken. Das Web ist nicht verloren, aber es braucht Menschen, die es sich zurückholen.

Danksagung

V

An dieser Stelle möchte ich mich bei denjenigen bedanken, die mich während der Erstellung dieser Arbeit maßgeblich unterstützt haben.

Besonderen Dank an meinen Erstprüfer und geschätzten Professor Christoph Barth. Ihre Unterstützung seit dem ersten Kurs bei Ihnen im 4ten Semester bis jetzt zur Abgabe der Bachelorarbeit hat mich in meiner Person sehr bereichert.

Vielen Dank an meine Zweitprüferin Dr. Beatrice Barrois, deren wissenschaftlichen Rat ich immer sehr geschätzt habe.

Auch vielen Dank an alle anderen Professor:innen und Lehrbeauftragten, die mich im Studium begleitet haben und zu dem Designer gemacht haben, der ich heute bin. Darunter Prof. Erich Schöls, Prof. Judith Glaser, Prof. Henning Rogge-Pott, Prof. Uli Braun, Prof. Carl Frech, Prof. Claudia Frey, Patricia Hepp und Marcus Kaiser.

Ebenso Danke ich sehr, den Werkstatteiter:innen der Fakultät Gestaltung, von denen ich das ganze Studium lang immer Hilfe und guten fachlichen Rat bekommen habe. Darunter Tim Bingnet, Heiko Lanio, Katrin Krammer, Manuel Michel, Steffen Töpfer, Horst Jöst und Felix Babel.

Danke an meine zahlreichen Kommiliton:innen, die mittlerweile auch treue Freunde geworden sind, besonderes an Dani, Anna, Marianne, Maja, Carla und Jule, die mit mir gemeinsam im Bachelorraum waren.

Vielen Dank auch an meine guten Freunde aus der Heimat, Max Schadenfroh und Lukas Notzon, die in der Zeit vor dem Studium schon für mich da waren.

Einen riesigen Dank an meine Familie, meine Mama, meinen Papa, meine Schwester und meine Großeltern, die mir super viel ermöglicht haben und zugleich immer einen ausgleichenden Pol gebildet haben.

Und zu guter Letzt danke ich meiner Partnerin Meike Haun, mit der ich gemeinsam das Studium bestritten habe. Vielen Dank für deine Geduld, deine Unterstützung und dass wir in stressigen Zeiten immer ein Team waren.

Anthropic (2026) When AI builds itself, When AI builds itself. Verfügbar unter: <https://www.anthropic.com/institute/recursive-self-improvement> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Barlow, J.P. (2016) A Declaration of the Independence of Cyberspace, Electronic Frontier Foundation. Verfügbar unter: <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (Zugegriffen: 22. Mai 2026).

Berners-Lee, T. und Fischetti, M. (1999) Weaving the web: the original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor. 1. paperback ed., [repr.]. New York, NY: HarperBusiness.

BKA (2024) Bundeslagebild Cybercrime, Bundeskriminalamt. Verfügbar unter: https://www.bka.de/DE/AktuelleInformationen/StatistikenLagebilder/Lagebilder/Cybercrime/2024/CC_2024.html (Zugegriffen: 15. Juni 2026).

Castells, M. (2001) Die Internet-Galaxie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-322-89613-1>.

Dewanto, T.N. und Herari, N. (2025) „Generative Artificial Intelligence and Zero-Click Search“, Proceeding of Creative and Collaborative Communication Conference 2025 [Preprint].

Doctorow, C. (2025) Enshittification: why everything suddenly got worse and what to do about it. London New York: Verso.

Duarte, J., Salvador, M.D.C. und Matos, A.P. (2026) „Internet is not the answer: social anxiety, self-compassion, and experiential avoidance in internet dependency symptoms during the COVID-19 pandemic“, Current Psychology, 45(2), S. 181. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/s12144-025-08516-1>.

Duffy, C. (2024) Google Search's AI falsely said Obama is a Muslim. Now it's turning off some results | CNN Business, CNN. Verfügbar unter: <https://www.cnn.com/2024/05/24/tech/google-search-ai-results-incorrect-fix> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Durkheim, É. (2022) Die Regeln der soziologischen Methode. 10. Auflage. Herausgegeben von R. König. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

eSafety Commissioner (2025) Social media age restrictions. Verfügbar unter: <https://www.esafety.gov.au/about-us/industry-regulation/social-media-age-restrictions> (Zugegriffen: 18. Juni 2026).

EU Kommission (2022) Gesetz über digitale Märkte Vorschriften für digitale Torwächter zur Gewährleistung offener Märkte treten in Kraft. Mitteilung. Brüssel: Europäische Kommission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_22_6423 (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

EU Kommission (2026) DMA designated Gatekeepers, Gatekeeper Portal. Brüssel. Verfügbar unter: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers-portal_en (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Flattery, T. und Miller, C.B. (2024) „Deepfakes and Dishonesty“, Philosophy & Technology, 37(4), S. 120. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/s13347-024-00812-1>.

Franck, G. (1993) „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, In: Merkur 47 [Preprint], (47). ifpi (2025) Global Music Report. ifpi. Verfügbar unter: <https://www.ifpi.org/resources/> (Zugegriffen: 18. Juni 2026).

IlluminatiPirate (2021) Dead Internet Theory: Most of the Internet is Fake, Agora Road's Macintosh Cafe. Verfügbar unter: <https://forum.agoraroad.com/index.php?threads/dead-internet-theory-most-of-the-internet-is-fake.3011/> (Zugegriffen: 26. Mai 2026).

Life Noggin (2014) HISTORY OF THE INTERNET. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=h8K49dD52WA> (Zugegriffen: 13. Juni 2026).

Louis Rossmann (2025) The decline of ownership: Louis' speech from FUTO Don't Be Evil Conference. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=rk3snANxYMY> (Zugegriffen: 16. Juni 2026).

Lurking Fear Publishing (2026) Independent Books & Dark Fiction, Lurking Fear Publishing. Verfügbar unter: <https://kindred-spirit-vault.lovable.app/> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Madeleine Lambert (2025) 50%+ of LinkedIn Posts were Likely AI in 2025, Originality.AI. Verfügbar unter: <https://originality.ai/blog/linkedin-ai-study-engagement> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Michael Fraiman (2025) 77% of all "Success" Self-Help Books on Amazon are Likely AI, Originality.AI. Verfügbar unter: <https://originality.ai/blog/likely-ai-success-self-help-book-study> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Olaf Pallaske (2022) „Wie unser Diskurs manipuliert wird“, netzpolitik.org, 31. Mai. Verfügbar unter: <https://netzpolitik.org/2022/digitales-astroturfing-wie-unser-diskurs-manipuliert-wird/> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Opal (2026) Opal - The #1 Screen Time App. Verfügbar unter: <https://www.opal.so> (Zugegriffen: 18. Juni 2026).

picosigns (2009) History of the Internet. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=9hIQjrMHTv4> (Zugegriffen: 30. März 2026).

Siebert, D.J. (2024) „Halluzinationen von generativer KI und großen Sprachmodellen (LLMs) - Blog des Fraunhofer IESE“, Fraunhofer IESE, 20. September. Verfügbar unter: <https://www.iese.fraunhofer.de/blog/halluzinationen-generative-ki-llm/> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Sommerfeld, N., McCurry, M. und Harrington, D. (2025) Goodbye Clicks, Hello AI: Zero-Click Search Redefines Marketing, Bain. Verfügbar unter: <https://www.bain.com/insights/goodbye-clicks-hello-ai-zero-click-search-redefines-marketing/> (Zugegriffen: 17. Juni 2026).

Sony (ohne Datum) Playstation Terms of Service, Playstation Terms of Service. Verfügbar unter: https://legaldoc.dl.playstation.net/ps3-eula/psn/h/h_tosua_en.html (Zugegriffen: 16. Juni 2026).

Spencer Chang (2026) alive internet theory. Verfügbar unter: <https://alivetheory.net/> (Zugegriffen: 18. Juni 2026).

Stalder, F. (2016) Kultur der Digitalität. Erste Auflage, Originalausgabe. Berlin: Suhrkamp (Edition Suhrkamp, 2679).

Suler, J. (2004) „The Online Disinhibition Effect“, CyberPsychology & Behavior, 7(3), S. 321–326. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>.
Thales (2026) „2026-thales-bad-bot-report“.

Thales Imperva (2025) „2025-Imperva-Bad-Bot-Report“.

The Anxious Generation — from a book to a movement (2026). Verfügbar unter: <https://www.anxiousgeneration.com> (Zugegriffen: 29. Juni 2026).

Vicente-Escudero, J.L. (2025) „Paradox or efficacy. Meta-analysis of internet-based psychological interventions to reduce internet addiction, anxiety and depression in internet-addicted people“, Current Psychology, 44(12), S. 12807–12819. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/s12144-025-08096-0>.

We Are Social (2025) Digital 2025. We Are Social. We Are Social. Verfügbar unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2025/02/digital-2025/> (Zugegriffen: 14. Mai 2026).

ZEW (2024) Homeoffice in der Informationswirtschaft 2026, Statista. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1154317/umfrage/homeoffice-in-der-informationswirtschaft/> (Zugegriffen: 19. Juni 2026).

Zuboff, S. und Pappenberger, S. (2019) Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus. Gekürzte Fassung. München: ABOD Verlag.

Abb. 1: Global Internet Traffic Diagramm	Thales Imperva (2025) „2025-Imperva-Bad-Bot-Report“
Abb. 2: ZEW Diagramm	https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1154317/umfrage/homeoffice-in-der-informationswirtschaft/
Abb. 3–7: Auswertung eigene Umfrage	Eigene Erhebung mit Google Forms
Abb. 8: EU Gatekeeper Diagramm	EU Kommission (2022) Gesetz über digitale Märkte Vorschriften für digitale Torwächter zur Gewährleistung offener Märkte treten in Kraft. Mitteilung. Brüssel: Europäische Kommission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_22_6423 (Zugegriffen: 17. Juni 2026).
Abb. 9–35: : Auswertung eigene Umfrage	Eigene Erhebung mit Google Forms
Abb. 36: Modell Installation	Eigene Aufnahme
Abb. 37: Lageplan Netropolis	Selbsterstellte Grafik
Abb. 38–40: Netropolis Karte Dokumentation	Eigene Aufnahme
Abb. 41: Netropolis Karte Seite 1	Selbsterstellte Grafik
Abb. 42: Netropolis Karte Seite 2	Selbsterstellte Grafik
Abb. 43: Netropolis Karte geschlossenes Format Vorder- und Rückseite	Selbsterstellte Grafik
Abb. 44–46: Netropolis Karte Dokumentation	Eigene Aufnahme
Abb. 47–50: Netropolis Installation Seitenansichten	Selbsterstellte Darstellung
Abb. 51–54: Netropolis Installation Dokumentation	Eigene Aufnahme
Abb. 55: Netropolis Webseite Desktop Mockup	Selbsterstellte Darstellung Mockup: mockups-design.com
Abb. 56: Netropolis Webseite Mobile Mockup	Selbsterstellte Darstellung Mockup: mockups-design.com

Eidesstattliche Erklärung

VIII

Hiermit versichere ich, Elias Hansbauer, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel *Dead Internet Theory* eigenständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle übernommenen Inhalte sowie mit Unterstützung von KI generierten Inhalte wurden entsprechend den anerkannten wissenschaftlichen Grundsätzen oder entsprechend der Regelungen zur Kennzeichnung von KI-Inhalten kenntlich gemacht. Ausgenommen von der Kenntlichmachung sind orthografische oder grammatikalische Korrekturen, Übersetzungen sowie nicht-sinnverändernde Verbesserungen von Formulierungen.

Ich bin mir bewusst, dass mit KI generierte Texte keine Garantie für die Qualität von Inhalten und Text bieten. Daher erkläre ich, dass ich KI-Werkzeuge lediglich als Hilfsmittel genutzt habe, die von KI generierten Inhalte kritisch überprüft habe und mein eigenständiger kognitiver sowie kreativer Einfluss in dieser Arbeit überwiegt. Ich versichere, dass ich ausschließlich KI-Werkzeuge verwendet habe, deren Nutzung vom Prüfer oder der Prüferin als Hilfsmittel zugelassen wurden.

Würzburg, den 07.07.2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'E. Hansbauer', is written over a horizontal line.

Is the Internet
dead
or alive?