



Die Schweiz streitet über Social-Media-Verbote statt über Algorithmen

Warum Jugendschutz auf Online-Plattformen dort ansetzt, wo es am wenigsten wehtut.

Von Mirjam Moll (Text) und Timo Lenzen (Illustration), 30.04.2026

Eine junge US-Amerikanerin hat kürzlich Geschichte geschrieben: Ein Geschworenengericht in Los Angeles sprach ihr Ende März 6 Millionen Dollar Schadenersatz zu – und fällte damit ein Urteil, das die Geschäftsmodelle von Meta und Youtube ins Wanken bringen könnte. Die heute 20-Jährige hatte die beiden Unternehmen verklagt, weil deren Plattformen – Instagram und Youtube – sie bereits als Kind gezielt süchtig gemacht und ihre psychische Gesundheit geschädigt hätten. Die beiden Unternehmen hätten «Suchtmaschinen» gebaut, sagte ihr Anwalt, und zwar mit voller Absicht.

Es ist das erste Mal überhaupt, dass Social-Media-Unternehmen von einem Gericht dafür verantwortlich gemacht werden, dass ihre Designs süchtig machen. Das Urteil gilt als Präzedenzfall für die Frage, wie viel Suchtpotenzial Algorithmen haben dürfen. Und wann ein Staat das Recht hat, einzugreifen.

Meta-Gründer Mark Zuckerberg hatte vor Gericht Fehler bei der Alterskontrolle eingeräumt. Bereits 2015 war ihm bekannt, dass mehrere Millionen Kinder Accounts besaßen. Sie waren unter 13 und hatten somit die Altersgrenze von Instagram und Facebook noch nicht erreicht. Das legt eine E-Mail nahe, die an Zuckerberg adressiert war. Er wies jedoch Vorwürfe zurück, seine Plattformen würden gezielt Kinder ansprechen oder süchtig machen.

Derweil werden die Rufe nach Social-Media-Verboten für Kinder und Jugendliche immer lauter – auch in der Schweiz.

Bereits Realität ist das in Australien. Dort dürfen Personen unter 16 Jahren seit Dezember 2025 keine Accounts mehr haben auf Plattformen wie Tiktok, Youtube, Instagram und Snapchat. Seither wurden mehr als 4,7 Millionen Nutzerkonten gesperrt.

Zur Frage, wie das Alter genau überprüft wird, sagt ein Sprecher der E-Safety-Kommission der australischen Regierung auf Anfrage der Republik: Die Verantwortung, Minderjährige fernzuhalten, liege allein bei den Plattformen. Wie sie das technisch umsetzen, bleibe ihnen überlassen.

Schon jetzt zeigt sich, dass Altersüberprüfungen leicht umgangen werden können. Denn viele Dienste setzen bisher vor allem auf softwarebasierte Gesichtserkennung und andere automatisierte Schätzungen, die sich austricksen lassen – etwa durch das Gesicht eines Elternteils vor der Kamera oder Make-up. Jugendliche umgehen die Sperren zudem mit Mehrfach-Accounts und falschen Altersangaben. Diskutiert und getestet werden deshalb auch umstrittene Methoden – etwa digitale Ausweise, biometrische Verfahren mit Foto oder Video und KI-Modelle, die das Alter schätzen.

Trotz dieser Probleme zeigt das Gesetz offenbar Wirkung. Der erste Quartalsreport seit der Umsetzung hält fest, dass mehr als 300'000 Neuanmeldungen von Kindern und Jugendlichen auf Social Media verhindert wurden. Zugleich gesteht der Report aber auch ein: Obwohl die Zahl der minderjährigen Kontoinhaberinnen zurückgehe, «behält eine beträchtliche Anzahl von Kindern unter 16 Jahren Konten». Die E-Safety-Kommission der Regierung verweist dabei auf «mangelhafte Praktiken bei einigen Plattformen», die verbessert werden müssten.

Derzeit untersuche E-Safety mögliche Verstöße von Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok und Youtube. Bis Mitte des Jahres sollen erste Ergebnisse vorliegen.

Viel Zuspruch für ein Verbot

Trotz der Defizite des Gesetzes gewinnt das australische Vorbild europaweit Zuspruch: Portugal, Frankreich, Spanien und Österreich arbeiten bereits an Verboten oder haben erste Entscheidungen getroffen. In Dänemark formiert sich eine politische Mehrheit für ein Mindestalter, während weitere Staaten wie Griechenland, Italien, Norwegen und Grossbritannien vergleichbare Schritte prüfen. Auch in Deutschland sprechen Politikerinnen von einer Altersgrenze.

Dabei gehören Youtube, Tiktok, Instagram und Snapchat in vielen Ländern längst zum Alltag – gerade für Teenager und junge Erwachsene, die einen Grossteil ihrer Onlinezeit auf diesen Plattformen verbringen. In der Schweiz sind laut aktuellen Erhebungen fast zwei Drittel der Bevölkerung täglich auf Social Media unterwegs.

Ein Social-Media-Verbot für Kinder und Jugendliche gilt in der Schweiz bisher allerdings als politisch chancenlos. Ganz anders sieht es bei der Bevölkerung aus.

Eine von Sotomo 2025 veröffentlichte Studie zeigt, dass 80 Prozent der Befragten ein Social-Media-Verbot für unter 16-Jährige befürworten. Ähnliche Forderungen kommen auch von vielen jungen Erwachsenen. So befürworten in einer anderen Umfrage 60 Prozent der 18- bis 25-Jährigen ein Tiktok-Verbot in der Schweiz. Also jene Altersgruppe, die mit Tiktok – gerade 10 Jahre alt – gross geworden ist.

Viele Befürworterinnen hoffen, dass mit einer Altersgrenze Kinder und Jugendliche weniger abhängig vom Smartphone werden, sich besser konzentrieren und mehr Zeit mit Familie und Freunden verbringen können; zugleich hat fast die Hälfte den Eindruck, dass das Gerät das eigene Leben dominiert, und möchte die private Bildschirmzeit reduzieren. Auch Erwachsene tun sich schwer damit, das Gerät wegzulegen. Von Kindern und Jugendlichen erwarten sie, dass sie es besser machen.

Das sei «Analog-Nostalgie», sagt Laurent Sedano im Gespräch mit der Republik. Er gehörte zum Redaktionsteam des Positionspapiers, das die Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen zum Thema verfasst hat. «Aufgabe von Kindern und Jugendlichen ist es doch, in die Gesellschaft hineinzuwachsen», sagt Sedano. In dieser seien soziale Netzwerke längst Alltag – eine Ordnung, die Erwachsene selbst geschaffen hätten.

Sedano betont, dass Eltern von ihren Kindern nicht verlangen können, was sie selbst nicht tun. «Kinder beobachten ihre Eltern genau. Sie orientieren sich daran, was ist,

nicht an einer Idealvorstellung.» Dass Erwachsene glauben, ein Verbot könnte helfen, sei Teil der eigenen Hilflosigkeit.

Die Forschung hat begonnen, die negativen Folgen eines suchtvähnlichen Umgangs mit Social Media zu untersuchen. Die deutsche Wissenschaftsakademie Leopoldina verweist auf diverse Querschnittstudien, denen zufolge Kinder und Jugendliche, die viel Zeit auf Social Media verbringen, «signifikant häufiger» unter Depressions- und Angstsymptomen, Stress, Schlafstörungen bis hin zu suizidalen Gedanken leiden als Gleichaltrige, die soziale Netzwerke deutlich weniger nutzen. Alltägliche Anforderungen, etwa in der Schule, fallen ihnen schwerer. Nutzen Kinder und Jugendliche Social Media weniger, fühlen sie sich hingegen seltener einsam oder depressiv verstimmt, wie eine Studie der Universität von Pennsylvania zeigt.

Dass ihre Produkte bei intensivem Konsum so offensichtlich schädlich sind, setzt die Tech-Konzerne natürlich unter Druck. Meta hat deshalb kürzlich eine neue Alarmfunktion für Eltern vorgestellt: Diese werden darüber informiert, wenn ihr Kind wiederholt nach Begriffen sucht, die in Verbindung mit Suizid stehen.

Youtube investiert derweil 20 Millionen Dollar in ein mehrsprachiges Ressourcenzentrum, das Jugendlichen, Eltern und Lehrpersonen helfen soll, gesünder mit Technologie umzugehen. Im Januar richtete Youtube zudem eine Steuerung ein, mit der sich bestimmen lässt, wie viel Zeit Kinder mit Scrollen verbringen. Eltern können auch individuelle Erinnerungen fürs Schlafengehen oder für Pausen einrichten.

Viele Plattformen funktionieren nach demselben Prinzip: Algorithmen spielen immer neue, auf die Nutzer zugeschnittene Videos und Bilder aus, um sie möglichst lange im Feed zu halten. Das kann dazu führen, dass man die Zeit vergisst oder in negative Gedankenspiralen gerät – nicht nur Kinder und Jugendliche, auch Erwachsene. Als besonders aggressiv gilt der Algorithmus auf Tiktok, wie unlängst auch die EU-Kommission festgestellt hat.

Regulierungen: Die EU geht voran

Während es in den USA bisher kaum Regulierungen für soziale Netzwerke gibt, hat die EU mit dem «Digital Services Act» bereits strenge Regeln für grosse Plattformen eingeführt. Besonderer Fokus liegt auf dem Schutz Minderjähriger und der Regulierung von Werbealgorithmen für sehr grosse Plattformen. Derzeit prüft die EU, ob sich die Tech-Firmen auch daran halten; bei Verstößen drohen hohe Bussgelder.

Im Fall von Tiktok liegt bereits ein vorläufiger Befund vor: Die App nutze süchtig machende Inhalte und Designs; Tiktok soll das ändern. Die EU-Kommission stellt damit dessen Grundkonzept infrage. Der Streit dürfte vor dem Europäischen Gerichtshof enden.

Tiktok verweist auf Nachfrage der Republik auf seine Sicherheits- und Datenschutzeinstellungen: So sei die Bildschirmzeit für Konten von 13- bis 17-Jährigen auf 60 Minuten am Tag reduziert, Pushnachrichten werden ab 21 Uhr eingestellt. Eine Vollbild-Einblendung erinnere Kinder und Jugendliche an die Schlafenszeit. Allerdings hat die EU kritisiert, dass sie viel zu leicht wegzuklicken ist und der Inhalt weiter verfügbar bleibt.

Auch der Schweizer Bundesrat überlegt, die Plattformen stärker zu regulieren. Allerdings sieht der Vorschlag, den er bis Mitte Februar in die Vernehmlassung geschickt hat, lediglich vor, dass Social Media eine Meldestelle für rechtswidrige Inhalte und Diskriminierungen einrichten sollen. Inhalte, die Kinder und Jugendliche gefährden könnten, sowie süchtig machende Algorithmen sind kein Thema. Dafür zeigte sich der Bundesrat offen für ein mögliches Social-Media-Verbot für Kinder und Jugendliche.

Laurent Sedano von der Eidgenössischen Kommission für Kinder- und Jugendfragen hält ein Verbot für wenig sinnvoll: «Die Jugendlichen werden sich nicht davon abhalten lassen, Social Media zu nutzen», sagt er. «Dadurch entstehen eher Geheimnistuerien, und die Erwachsenen haben noch weniger Kontrolle darüber, was ihre Kinder tun.» Cybermobbing und Cybergrooming könnten zudem zunehmen, befürchtet er.

Algorithm Watch vertritt den Standpunkt, dass es nicht ausreiche, Analysen zu systemischen Risiken zu fordern, wie es der Gesetzesentwurf vorsieht. Die Organisation fordert, dass Plattformen systemische Risiken aktiv mindern, besonders wenn sie Minderjährige betreffen, Profiling für Werbung einschränken und Empfehlungssysteme bereitstellen müssen, die nicht auf Aufmerksamkeitsmaximierung beruhen.

Doch das *addictive design* gehört zum Geschäftsmodell von Social Media. Dennoch müssten diese nicht per se negative Effekte haben, sagt Stefanie Schmidt. Sie ist Leiterin der Abteilung Klinische Psychologie des Kindes- und Jugendalters an der Universität Bern und hat sich intensiv mit Social Media und ihrem Einfluss auf junge

Menschen beschäftigt. «Nicht Dauer oder Länge sind entscheidend, sondern der Inhalt», sagt sie.

Dennoch fordert auch sie eine Überarbeitung der Algorithmen. «Themen werden emotional aufgeladen, damit ich gebunden bin und immer mehr solcher Inhalte sehen möchte», sagt sie im Gespräch mit der Republik. Dann könnten Nutzer die Kontrolle verlieren und abhängig von solchen Feeds werden.

Schmidt hält eine Erinnerung für sinnvoll, wie viel Zeit jemand bereits online verbracht hat – Tests haben gezeigt, dass viele Nutzerinnen dann abbrechen. Auch Push-Nachrichten könnte man für Teenager standardmässig deaktivieren. Wichtig sei jedoch vor allem, Jugendliche darüber aufzuklären, wie Algorithmen funktionieren. «Wir müssen eher zu einem kontrollierten Konsum kommen, damit Kinder die Kompetenzen entwickeln können, mit diesen Medien umzugehen», sagt sie.

Technologie ist politisch. Wir schauen genau hin.



Klare Haltung und frische Blickwinkel – das bietet Ihnen unser Digitalpolitik-Newsletter «CTRL». [Hier kostenlos abonnieren.](#)

Sie fände ein Verbot auch deshalb schwierig, weil Social Media nicht nur negative Auswirkungen hätten, sagt Schmidt: «Es gibt auch positive Effekte. Manche Personen fühlen sich dort sozial stärker unterstützt, können sich in den anonymen Netzwerken austauschen, im realen Umfeld aber viel weniger.» Diese Kinder und Jugendlichen wären bei einem Verbot benachteiligt. Gerade im ländlichen Raum fehlte dann plötzlich der soziale Austausch, sagt auch Experte Sedano.

Altersgrenzen einzuführen ist bequemer

Prävention und Aufklärung sind das eine. Doch solange die Plattformen ihre Algorithmen nicht anpassen, wird sich auch das Konsumverhalten bei Social Media

kaum ändern. Dass die Debatte sich eher um Verbote und Zugangsbeschränkungen dreht statt um Forderungen an die Betreiber solcher Plattformen, ist kein Zufall. Sedano verweist auf den Einfluss der Lobbyisten auf die Politik: «Für die Wirtschaft ist es bequemer, Altersgrenzen einzuführen, als Regulierungen anzugehen.»

In der Schweiz fliessen schätzungsweise mehr als 2 Milliarden Franken jährlich in Social-Media-Werbung; Tiktok hält inzwischen rund 12 Prozent Anteil am Werbemarkt, grosse Unternehmen wie Migros, Coop oder Swisscom investieren massiv.

Unternehmen, die mit viel Geld Kampagnen auf Tiktok, Instagram und Youtube finanzieren, hätten einen Hebel, um die Plattformen dazu zu bringen, ihre Algorithmen anzupassen, sagt Sedano. Doch dafür müssten sie zu Einbussen bereit sein. Weniger gut platzierte Werbung bedeutet schliesslich weniger Gewinn.

Wie sieht das die Wirtschaft selbst? Die Migros, die zu den grössten Werbekunden der Schweiz gehört, teilt auf Anfrage mit: Die eigene Werbung unterliege Grundsätzen zu verantwortungsvollem Marketing. Man begrüsse «Massnahmen, die den Jugendschutz auf digitalen Plattformen stärken». Coop teilt dagegen mit: «Als Detailhändlerin werben wir dort, wo sich unsere Kunden informieren und austauschen.» Die Frage von Social-Media-Einschränkungen müsse die Politik klären.

Swisscom wiederum setzt auf Aufklärung und bietet seit mehr als 20 Jahren Ratgeber sowie Medienkurse für Schulen und Eltern an; der Konzern hält Kompetenzvermittlung für den wirksamsten Weg, Risiken zu reduzieren, wie ein Sprecher sagt. In den Kursen gehe es um Aufklärung zum Umgang mit Social Media, Sicherheit im Netz und angemessene Bildschirmzeiten für Kinder.

Inzwischen gibt es auch in der Politik Bewegung. Eine kürzlich ins Leben gerufene Initiative – die erstmals von allen grossen Schweizer Parteien unterstützt wird – will Big Tech in die Verantwortung nehmen. Es geht darum, Social Media, Suchmaschinen und KI wirksam zu regulieren, um Kindesmissbrauch zu verhindern sowie Gewalt und Extremismus, Cyberkriminalität und Desinformation. Gemäss dem Gesetzesvorschlag sollen Verstösse geprüft und «erforderliche Gegenmassnahmen» getroffen werden – diese werden im Entwurf allerdings nicht näher bestimmt. Die Initiantinnen wollen die nötigen 100'000 Unterschriften bis Ende Jahr sammeln, wie sie auf Anfrage sagen. Ende April hatten sie bereits fast ein Viertel davon zusammen.