

Dr. Muriel Brinkrolf
+41 31 388 88 00
muriel.brinkrolf@fsp.psychologie.ch

Bundesrat Albert Rösti
Eidgenössisches Departement für Umwelt,
Verkehr, Energie und Kommunikation
(UVEK)
Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)
Grundlagen Medien
Elektronischer Versand an
rtvg@bakom.admin.ch

Bern, 12.02.2026

Stellungnahme der FSP zur Vernehmlassung des Bundesgesetzes über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen (KomPG)

Sehr geehrter Herr Bundesrat
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Föderation der Schweizer Psycholog:innen (FSP) nimmt gerne an der Vernehmlassung zum Vorentwurf eines neuen Bundesgesetzes über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen teil (KomPG). Die FSP ist die Stimme von rund 12'000 psychologischen Fachpersonen mit einem Masterabschluss in Psychologie.

Zum Schutz der Meinungs- und Informationsfreiheit der Nutzer:innen wird mit dem vorliegenden Vorentwurf von den Anbieterinnen sehr grosser Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen mehr Transparenz bei der Entfernung von Inhalten und der Sperrung von Konten verlangt. Entsprechende Entscheide müssen informiert und begründet werden. Zudem werden Beschwerde- und Streitbeilegungsverfahren installiert. Für gewisse strafrechtlich relevante Inhalte gilt ein niederschwelliges Meldeverfahren. Darüber hinaus gelten Transparenzvorgaben für Werbung und Empfehlungssysteme sowie Berichterstattungspflicht und Datenzugang für Verwaltung und Forschung.

Die FSP begrüsst grundsätzlich die vorliegenden Bestrebungen, insbesondere die Einführung eines niederschwelligen Meldeverfahrens sowie die Anforderungen zu Transparenz, Berichterstattung und Datenzugang, **verweist aber auf weiteren, dringenden Anpassungsbedarf**.

Aus Sicht der psychischen Gesundheit und insbesondere für einen konsequenten Kinder- und Jugendschutz genügen die im Vorentwurf enthaltenen Massnahmen nicht. Risiken für die (individuelle) psychische Gesundheit, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, müssen konsequent berücksichtigt werden, so u.a. auch im Meldeverfahren, in der Steuerung der Empfehlungssysteme und in der Risikobewertung. Darüber hinaus müssen

präventive Massnahmen, so u.a. die Förderung von Medienkompetenz für Kinder, Jugendliche und deren Betreuungspersonen ergriffen werden.

Detaillierte Stellungnahme

Aus Sicht der FSP sind folgende Punkte bei ausgewählten Bestimmungen des Vorentwurfs zu berücksichtigen.

Schutz der Nutzer:innen vor Risiken (Art. 1)

Der Vorentwurf sieht als Zweck des Gesetzes vor, die Nutzer:innenrechte zu stärken und die Transparenz über Funktionsweise und Risiken zu fördern.

Aus Sicht der FSP genügen Informationen zu Risiken nicht. Risiken müssen eingedämmt und gesetzliche Grundlagen für Schutz- und Präventionsmassnahmen geschaffen werden.

- Der **Schutz der Nutzer:innen** vor Risiken durch die Nutzung von Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen muss ebenfalls im Zweckartikel gesetzlich verankert werden. Insbesondere der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor negativen Effekten durch schädigende Inhalte und Empfehlungssysteme (siehe dazu weiter unten) ist festzuhalten.

Konsequenter Schutz im digitalen Raum (Art. 2)

Der Vorentwurf regelt die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen.

Aus Sicht der FSP muss der Geltungsbereich auf weitere Dienste ausgeweitet werden.

- Anbieterinnen von KI-Plattformen wie bspw. Chatbots und Bild-/Video-Generatoren müssen ebenfalls erfasst werden. KI-Plattformen weisen ähnliche Potenziale auf wie Kommunikationsplattformen. Potenzielle Auswirkungen müssen ebenfalls analysiert und schädigende Effekte begrenzt werden können.

Konsequente Meldung schädigender Inhalte (Art. 4)

Der Vorentwurf sieht ein Meldeverfahren für mutmasslich rechtswidrige Inhalte vor.

Die FSP befürwortet eine Einführung eines niederschweligen Meldeverfahrens ausdrücklich. Die Erfassung der relevanten Tatbestände greift hingegen zu kurz.

- Aus Sicht der FSP muss das Meldeverfahren auf **alle mutmasslich rechtswidrigen Inhalte** ausgeweitet werden, so u.a. auch auf Stalking.
- Darüber hinaus ist eine **Ausweitung auf weitere schädigende Inhalte** notwendig, auch wenn diese (noch) nicht explizit strafrechtlich erfasst sind, so insbesondere Cybermobbing und sexualisierte Gewalt (Sextortion, Cybergrooming etc.).
 - Mobbing und sexualisierte Gewalt können in Verbindung stehen mit einer Reduktion von Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit, Depressivität und Symptomen von Angststörungen, Suizidgedanken, Aufmerksamkeitsstörungen, soziale Ausgrenzung sowie Gefühle von Einsamkeit.
- Weiter gilt es zumindest zu prüfen, inwiefern **auch anderweitig radikalisierende und verstörende Inhalte** gemeldet und entsprechende Massnahmen insbesondere für den

Kinder- und Jugendschutz ergriffen werden können (bspw. eine Kennzeichnung des Inhalts und eine entsprechende Berücksichtigung durch die Empfehlungssysteme, siehe dazu untenstehende Anmerkungen zu Art. 18).

- Soziale Medien können negative Emotionen hervorrufen – und wenn man potenziell traumatisierenden resp. unangemessen Reizen ausgesetzt ist (bspw. bei Kriegs- oder Unfallaufnahmen), auch mit akuten Stresssymptomen einhergehen. Negative Konsequenzen können erhöhter Stress, Schuldgefühle, Ängste und Gefühle von Einsamkeit umfassen, was die psychische Gesundheit belasten kann.
- Soziale Medien fungieren als gemeinsame Interaktionsräume, in denen gerade Jugendliche auch mit extremistischen Botschaften in Berührung kommen können. Indem Soziale Medien Kontaktbarrieren senken und eine dauerhafte Exposition gegenüber extremistischen Ideologien vereinfachen, können sie zur Radikalisierung von Jugendlichen beitragen. Extremistische Akteure nutzen Plattformen zur Verbreitung von Propaganda sowie zur Selbstrekrutierung und bedienen sich dabei dem Gefühl der Gruppenzugehörigkeit in virtuellen Gemeinschaften. Jugendliche sind aufgrund ihres Entwicklungsprozesses und psychosozialen Faktoren besonders vulnerabel. Dabei spielen u.a. ihre laufende Identitätsbildung, die emotionsgetriebene Verarbeitung von Eindrücken, das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Anerkennung sowie die begrenzte Fähigkeit, manipulative Absichten zu erkennen, eine Rolle. Ferner bestehen altersspezifische Faktoren wie u.a. Impulsivität, Risikobereitschaft, Gruppen-Orientierung, ideologische Formbarkeit und das Bedürfnis nach Selbstwirksamkeit. Die Evidenz zeigt, dass Ergebnisse einzelfallspezifisch und multifaktoriell bedingt sind. Sie hängen von bestehenden Vulnerabilitäten, individuellen Faktoren (bspw. Identitätskrise, emotionale Dysregulation, geringe Medienkompetenz) und sozialen resp. kontextuellen Faktoren (bspw. soziale Isolation, Ausmass der Exposition) ab.

Konsequente Bearbeitung von Meldungen und griffige Massnahmen (Art. 5)

Artikel 5 verpflichtet die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen zur zeitnahen Entscheidung, ob sie Massnahmen ergreifen.

Massnahmen bei schädigenden Inhalten müssen aus Sicht der FSP verpflichtend sein.

- Aus Sicht der FSP lässt die Definition «zeitnah» zu viel Handlungsspielraum. Für die Wahrung der psychischen Gesundheit ist eine umgehende Entfernung von schädigenden Inhalten zentral. Daher spricht sich die FSP für **eine präzise Frist**, zumindest bei offensichtlichen rechtswidrigen Inhalten, aus.
- Es ist relevant, dass die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen bzgl. schädigende Inhalte, insbesondere bzgl. strafrechtlich relevanter Inhalte, **zu entsprechenden Massnahmen verpflichtet** werden. Aktuell ist bloss eine Entscheidung, ob Massnahmen ergriffen werden sollten, vorgeschrieben.
- Darüber hinaus müssen Verursacher schädigender Inhalte oder Verhaltensweisen konsequent gemeldet werden. Es müssen entsprechende Massnahmen, in Extremfällen bis hin zu Ausschluss und strafrechtlicher Verfolgung, ergriffen werden. Dafür

müssen Personen konsequent identifiziert und eine vollständige Kooperation mit Strafverfolgungsbehörden zugesichert werden.

Transparente Moderation von Inhalten (Art. 13)

Die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen sind verpflichtet, transparent auszuweisen, bei welchen Inhalten einschränkende Massnahmen ergriffen werden und wie diese umgesetzt werden.

Aus Sicht der FSP müssen diese Transparenzpflichten ausgeweitet werden.

- Die FSP befürwortet ausdrücklich die vorliegenden Transparenzpflichten.
- Darüber hinaus muss auch transparent aufgezeigt werden, inwiefern Inhalte von den Anbieterinnen moderiert werden. **Informationen darüber, wie Inhalte angezeigt werden** resp. auf welchen Parametern die Empfehlungssysteme basieren (siehe dazu auch untenstehende Anmerkungen zu Art. 18), müssen transparent ausgewiesen werden.

Transparente und einstellbare Werbung (Art. 15 und Art. 17)

Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen müssen gemäss Vorentwurf Werbung, für die sie entschädigt werden, kennzeichnen. Nutzende müssen Zugang über die wichtigsten Parameter erhalten können, die bestimmen, welche Werbung ihnen angezeigt wird. Nutzende müssen die Möglichkeit haben, ihren Inhalt als Werbung kennzeichnen zu können.

Aus Sicht der FSP muss zusätzlich die Möglichkeit einer Einstellung der Parameter geschaffen und Werbung durch Nutzende ebenfalls konsequent gekennzeichnet werden.

- Die eindeutige Kennzeichnung von Werbung wird klar befürwortet. Allerdings regelt der Vorentwurf nur Werbung, für welche die Anbieterinnen der Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen entschädigt werden. Es müssen aber **sämtliche Inhalte, für welchen die Verbreiter:innen des Inhalts eine Bezahlung oder ähnliche Gegenleistung erhalten, erfasst werden**. Nicht nur die Werbung, welche von den Anbieterinnen aufgeschaltet wird, sondern auch Werbung durch Nutzende wie Influencer:innen muss gekennzeichnet werden.
- Der Zugang über die «wichtigsten» Parameter ist auszuweiten. Für den Kinder- und Jugendschutz ist **zentral, dass sämtliche Parameter ersichtlich sind und eingestellt werden können**. Personalisierte Werbung muss per default ausgeschaltet sein, insbesondere bei minderjährigen Nutzer:innen, denn personalisierte Werbung erhöht das Risiko für impulsives resp. problematisches Kaufverhalten. Nutzer:innen müssen darüber hinaus die Möglichkeit erhalten, die verschiedenen Parameter aktiv anzuwählen und so ihre personalisierte Werbung bestimmen können.

Transparente und einstellbare Empfehlungssysteme (Art. 18)

Anbieterinnen müssen gemäss Vorentwurf die wichtigsten Parameter ihrer Empfehlungssysteme darlegen und über Möglichkeiten informieren, diese zu ändern.

Aus Sicht der FSP sind die entsprechenden Massnahmen konsequenter auszugestalten.

- Die FSP begrüsst die Transparenzbestimmung bezüglich der Empfehlungssysteme. Allerdings müssen **sämtliche Parameter dargelegt** werden.
- Zudem muss die Funktionsweise der Empfehlungssysteme angepasst werden. Die **Standardeinstellung** der Empfehlungssysteme resp. die angezeigten Inhalte müssen per default **nicht auf der Grundlage von Profiling und Engagement-Maximierung** basieren. Weiter muss die **Funktionsweise der Empfehlungssysteme individuell eingestellt werden können**, bspw. indem die zugrundeliegenden Parameter aktiv ausgewählt werden.
 - Dies ist notwendig, da die Empfehlungssysteme aktuell darauf ausgelegt sind, Aufmerksamkeit zu erregen und Engagement zu fördern, was die Wahrscheinlichkeit für die Entstehung einer Verhaltenssucht erhöht. Die Algorithmen personalisieren die angezeigten Inhalte und priorisieren diese nach der Wahrscheinlichkeit, Interesse zu wecken. Dabei bedienen sie sich auch Vulnerabilitäten. Dies ist besonders problematisch für gefährdete Menschen, bspw. bei vorhandener psychischer Störung und Inhalten im Zusammenhang mit Suizid. Algorithmen sind häufig intransparent, begünstigen affektive Beiträge und können zur Verbreitung von Desinformationen und ideologischen Inhalten, zur Bildung von Filterblasen, Echokammern und zur Polarisierung von Gruppen sowie zur Radikalisierung beitragen.
- Darüber hinaus müssen die Plattformen im Sinne von «Safe by Design» gestaltet werden: Dazu braucht es u.a. eine Einschränkung der Empfehlungssysteme bspw. bezüglich der Engagement-Maximierung (u.a. unendliches Scrollen, Autoplay). Algorithmen müssen so ausgestaltet sein, dass kein Anreiz für eine intensive Nutzung besteht. Ausserdem muss auf manipulative Designtechniken, auch bekannt als «Dark Patterns», verzichtet werden. Insbesondere Kinder und Jugendliche sollen nicht in der Verantwortung stehen, einen bewussten Konsum entgegen der technischen Ausgestaltung der Empfehlungssysteme durchsetzen zu müssen. Ferner sollen positive Inhalte gefördert werden, die beispielsweise Wohlbefinden fördern (u.a. konstruktive und kreative Beiträge, Hilfsangebote) oder gesunde Online-Communities schaffen.
 - Soziale Medien können bei intensiver Nutzung zu Informations- und Reizüberflutung führen. Sie können negative Emotionen hervorrufen und mit akuten Stresssymptomen einhergehen. Weiter können sie von Erreichbarkeitsstress begleitet werden sowie FOMO (fear of missing out) verstärken. Negative Konsequenzen können erhöhter Stress, Schuldgefühle, Ängste und Gefühle von Einsamkeit umfassen, was die psychische Gesundheit belasten kann. Bei einer intensiven Nutzung von Sozialen Medien zeigen sich im Vergleich zur generellen Nutzung höhere Zusammenhänge zur psychischen Gesundheit.

Externe Kontrolle mittels Transparenzbericht (Art. 19) und Datenzugang (Art. 26)

Anbieterinnen müssen einen jährlichen Transparenzbericht dem BAKOM einreichen und in geeigneter Form veröffentlichen. Die Forschung muss auf Antrag Zugang zu Daten erhalten können.

Die FSP begrüsst ausdrücklich die Vorgaben zum Transparenzbericht und zum Datenzugang für Forschungsorgane und zivilgesellschaftliche Organisationen. Bei der Eingrenzung der Angaben und wissenschaftlichen Analysen besteht Anpassungsbedarf.

- Die FSP regt an, **weitere Angaben** im Transparenzbericht darzulegen. So dass nicht nur die Anzahl Nutzer:innen, sondern auch zwingend deren durchschnittliche Nutzungszeit ausgewiesen wird. Zudem müssen die individuellen Einstellungen bzgl. Werbung und Empfehlungssystemen (siehe obenstehend) in Zusammenhang zur Nutzungszeit gestellt werden. Die Angaben sind, sofern möglich resp. vorhanden, auch durch demografische Daten und die Art der konsumierten Inhalte zu ergänzen.
- Forschungsorgane müssen zwingend Datenzugang erhalten, damit systemische Effekte aber **auch Auswirkungen auf Individuen untersucht** werden können.
 - Psychische Belastungen entstehen nicht isoliert durch die Nutzung sozialer Medien, sondern durch das Zusammenspiel von individuellen Faktoren (z. B. Alter, Geschlecht, psychische Vulnerabilitäten), sozialen Kontextfaktoren (z. B. Umfeld, Erziehung) und der Art der Nutzung (z. B. Ausmass, Art der Plattform, Art und Qualität der konsumierten Inhalte).
- Die entsprechenden Forschungsorgane und zivilgesellschaftliche Organisationen müssen auf Basis ihrer wissenschaftlichen Analysen **potenzielle Schutzmassnahmen der Verwaltung vorschlagen** können.

Prävention durch Risikobewertung (Art. 20)

Die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen müssen jährlich eine Risikobewertung vornehmen und die Ergebnisse in einem Bericht darlegen, der Auskunft über systemische Risiken gibt.

Aus Sicht der FSP verfehlt die Einschränkung auf systemische Risiken einen konsequenten Kinder- und Jugendschutz. Auch individuelle Effekte müssen analysiert und berücksichtigt werden.

- Die jährliche Durchführung einer Risikobewertung wird von der FSP unterstützt.
- Es ist äusserst zentral, dass die **Auswirkung** einer Nutzung von Kommunikationsplattformen **auf die individuelle psychische Gesundheit**, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, ebenfalls analysiert wird.
 - Individuelle Faktoren spielen eine wichtige Rolle bei der Entstehung von psychischen Störungen und vulnerable Personen sind besonders betroffen (siehe dazu jeweils weiter oben). Eine Eingrenzung auf systemische Risiken negiert die Risiken auf Individuen und gefährdet insbesondere bereits vulnerable Personen.
- Es braucht **differenzierte Analysen** über die Auswirkungen von Kommunikationsplattformen, u.a. je nach Art der Nutzung und Art sowie Qualität der Inhalte.
- Basierend auf der Risikobewertung müssen seitens Anbieterinnen eigenständig **Schutzmassnahmen** ergriffen und darüber berichtet werden. Sollten diese Schutzmassnahmen nicht ausreichen, kann der Bundesrat verpflichtende Schutzmassnahmen vorschreiben.

Prävention durch Kompetenzerwerb (neuer Artikel)

Der Vorentwurf sieht keine Massnahmen zur Eindämmung von systemischen oder individuellen Risiken vor.

Zu Prävention von intensiver Nutzung und potenziell schädigenden Konsequenzen müssen diverse **Aufklärungs-, Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen gefördert werden.**

- Zur Prävention einer intensiven Nutzung bei Kindern und Jugendlichen müssen Schulungen im Umgang mit Sozialen Medien und zur Förderung von **Medienkompetenz** für Kinder und Jugendliche sowie deren Erziehungspersonen (Eltern, Lehrpersonen) stattfinden. Darüber hinaus braucht es **Unterstützungsstrukturen** (bspw. niederschwellige Beratung, konkrete Hilfe für vulnerable Gruppen). Medien-, Schul- und Kinder- und Jugendpsycholog:innen können entsprechende Module durchführen und individuelle Beratungen anbieten. Kinder und Jugendliche müssen ferner auch dazu befähigt werden, Inhalte kritisch bewerten und irreführende Informationen sowie Propaganda erkennen zu können, was auch bei der Prävention von Radikalisierungsprozessen eine Rolle spielt.
- **Kampagnen** zum Umgang mit Sozialen Medien und der psychischen Gesundheit im digitalen Raum sollen die Bevölkerung auf die Thematik sensibilisieren. Auch Influencer und Content-Creator sollen für die Thematik sensibilisiert werden.
- Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen oder Suchmaschinen müssen sich **finanziell** an Präventions- und Schutzmassnahmen **beteiligen**.

Aufsicht und Sanktionierungsmöglichkeiten (3. und 4. Kapitel)

Zur Umsetzung der geforderten Massnahmen braucht es eine Kontrolle und Sanktionierungsmöglichkeiten. Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen müssen Massnahmen umsetzen und Schutzpflichten einhalten. Bei Versäumnissen müssen sie zur Rechenschaft gezogen und sanktioniert werden können. Eine rechtlich verantwortliche Vertretung der Plattformen in der Schweiz muss sichergestellt sein.

Abschliessende Bemerkungen

Es braucht eine wirksame, zielorientierte Regulierung von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen, welche die psychische Gesundheit schützt und es auch Kindern und Jugendlichen ermöglicht, sich mit grösstmöglicher Sicherheit im digitalen Raum bewegen zu können.

- Ein Verbot ist nicht zielführend. Die Nutzung von Sozialen Medien hat viele positive Effekte auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen und einen egalitären Effekt, da alle Zugang erhalten. Eine pauschale Einschränkung des Zugangs zu Sozialen Medien würde diese Effekte verunmöglichen und in das Recht auf Teilhabe am digitalen Leben eingreifen. Weiter zeigt die Erfahrung, dass Verbote zu Umgehungen führen und Jugendliche auf weniger regulierte und potenziell problematische Alternativen ausweichen.

Da psychische Belastungen nicht isoliert durch die Nutzung Sozialer Medien entstehen, sondern auch individuelle Faktoren, soziale Kontextfaktoren und die Art der Nutzung sowie der

konsumierten Inhalte eine Rolle spielen, muss ein differenzierter Ansatz für den Schutz der Nutzer:innen, insbesondere der Kinder und Jugendlichen, verfolgt werden.

- Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen müssen die Verantwortung für ihre Empfehlungssysteme und Inhalte übernehmen sowie dafür sorgen, dass diese keine schädigende Wirkung entfalten.
- Kommunikationsplattformen müssen transparent agieren, gleichzeitig muss ein Monitoring durch unabhängige Instanzen sichergestellt werden.
- Kinder und Jugendliche sowie deren Erziehungspersonen (z.B. Eltern, Lehrpersonen) müssen befähigt werden, sich möglichst sicher in den Sozialen Medien zu bewegen.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen und stehen für Fragen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse



Dr. phil Muriel Brinkrolf
Direktorin FSP



Cathy Maret
Leiterin Berufspolitik und Kommunikation