

Fragen der BAS zum Handlungsprogramm Wohnen

Im März 2014 wurde das Handlungsprogramm Wohnen (HPW) beschlossen. Damit sollten bis 2030 - 5.300 neue Wohnungen geschaffen werden. Bei der Evaluierung in 2017 wurde dieses auf 7.900 Wohnungen bis 2035 erweitert. Unstrittig ist, dass es einen Bedarf an bezahlbarem Wohnraum in Konstanz gibt. Strittig ist aber, ob das HPW seine Ziele erreicht: (a) den Anstieg der Immobilien- und Mietpreise zu verringern und nicht gar zu befeuern (b) Wohnraum für die relevanten Zielgruppen zu schaffen.

Da die Information der Stadt zu diesen Punkten bislang wenig konkret war, haben wir der Stadt folgende Fragen gestellt:

Was waren die Ziele des Handlungsprogramms Wohnen (HPW)?

1. Wie viele Wohnungen wurden geschaffen in 2011/2012/2013/2014/2015/2016/2017 (Anteil Privat / Wobak) – Wie viele waren das in welchem Stadtteil?
2. Wie war der Anteil Eigentum/ Miete- wie teilt sich das auf die Segmente auf?
3. Wie hat sich der Immobilienpreis (Kauf)/ Mietpreis pro Segment (unteres/ mittleres/ oberes) in diesen Jahren entwickelt
4. Was genau wird nun im HPW II nachgesteuert und welche Ziele sollen damit erreicht werden?

Wohnraum für alle - Das Handlungsprogramm Wohnen

Seit einigen Jahren führt die Stadt gemeinsam mit der Universität Umfragen unter der Konstanzer Bevölkerung durch, um die Meinung der Bürgerschaft zu interessanten oder aktuellen Diskussionspunkten zu eruieren. In der Umfrage von 2017 bezog sich ein Teil der Fragen auf die Wichtigkeit von Themen der Stadtentwicklung. Von insgesamt 18 möglichen Nennungen landete das Thema „Planung und Ausweisung neuer Wohnbaugebiete“ auf dem ersten Platz. 46 % der Bürgerinnen und Bürger halten dieses Thema für „sehr wichtig“, 34 % für „eher wichtig“. Die Umfrage beleuchtete die hohe stadtesellschaftliche Bedeutung, die das Thema „Wohnen“ in den letzten Jahren erlangt hat, und bestätigte den hohen Druck im Konstanzer Wohnungsmarkt. Die Gründe dafür sind vielfältig. So ist Wohnfläche pro Kopf in den letzten Jahrzehnten bundesweit kontinuierlich gestiegen. Hinzu kommt: Konstanz zählt zu den sogenannten „Schwarmstädten“, also zu den Städten wie z.B. Heidelberg, Karlsruhe oder Freiburg, die nicht mit einem Weggang der Bevölkerung konfrontiert sind, sondern mit einer wachsenden Zunahme – mit allen ihren Herausforderungen.

Knappheit als Preistreiber

In den Jahren 2010 bis 2015 ist die Einwohnerzahl von Konstanz um 6,2 % auf 84.290 angestiegen. Die Angebote an Wohnungen sind hinter dieser Entwicklung zurückgeblieben. Die Folgen der daraus entstehenden Lücke sind in sich in steigenden Mieten und Kaufpreisen spürbar. Das Unternehmen empirica aus Berlin hat die Entwicklung für den Konstanzer Wohnungsmarkt in seiner „Wohnbedarfsprognose 2035 für die Stadt Konstanz“ untersucht. So ist der Kaufpreis für neugebaute Eigentumswohnungen in Konstanz von 2012 bis zum 1. Quartal 2016 um rund 33 % gestiegen (jährlich rund 7 %), bei gebrauchten Eigentumswohnungen lag die jährliche Steigerung bei rund 6 %. Auch bei den Mieten sind Steigerungen zu verzeichnen. Bei den gebrauchten Bestandswohnungen stiegen die Mieten seit 2012 bis zum 1. Quartal

2016 um jährlich 3 %. Die Bestandspreise lagen 2012 in Konstanz etwa 50 % über dem Niveau im Umland. Diese Entwicklung führte in Konstanz unter anderem dazu, dass die soziale Wohnraumversorgung von Haushalten mit niedrigem Einkommen immer schwieriger wurde und Familien verstärkt ins Umland abwanderten.

Die Ziele des Handlungsprogramms Wohnen

Im Jahr 2014 hat der Gemeinderat das Handlungsprogramm Wohnen beschlossen. Das Handlungsprogramm Wohnen bildet den Rahmen für die wohnungspolitischen Ziele und Maßnahmen der Stadt Konstanz. Es setzt sich aus einer Vielzahl an differenzierten Maßnahmen zusammen, die ineinandergreifen und Lösungen für den angespannten Wohnungsmarkt beinhalten. Dabei geht es neben einem größeren Wohnungsangebot auch darum, ausgewogene Bevölkerungsstrukturen erhalten und die Durchmischung der Bevölkerungsgruppen in den neuen Bauquartieren bewirken zu können. Mit dem Beschluss zum Handlungsprogramm Wohnen wurde zunächst der quantitative Umfang des Handlungsprogramms abgesteckt: Bis zum Jahr 2030 war zunächst der Bau von insgesamt 5.300 Wohnungen geplant. Mit der Evaluierung des Programms im Jahr 2017 wurde der quantitative Rahmen erweitert auf 7.900 Wohnungen bis zum Jahr 2035. Die neue Prognose orientiert sich weniger an der Verfügbarkeit von Bauflächen, sondern stärker an der Zahl potenzieller Nachfrager – insbesondere junge Familien, die bisher ins Umland abwanderten. Die aktualisierte prognostizierte Wohnungsnachfrage kann im Wesentlichen mit den vorhandenen Flächen im Flächennutzungsplan und den im Handlungsprogramm Wohnen beschlossenen zusätzlichen Baugebieten gedeckt werden. Das Institut empirica zieht in seinem Gutachten folgendes Resümee in Bezug auf den erweiterten Rahmen: „Somit kann bei Einhaltung der aktuellen Neubauplanung die Nachfrage befriedigt werden und eine deutliche Entspannung auf dem Wohnungsmarkt eintreten. In der kurzen Frist, bis

um das Jahr 2020, wird es allerdings weiterhin noch erhebliche Flächendefizite geben, weswegen zunächst knapp 800 Wohnungen weniger gebaut werden können als sofort notwendig wären“.

Das Handlungsprogramm Wohnen setzt aber nicht nur einen quantitativen Rahmen, sondern auch einen qualitativen. Hier geht es um die Sicherung der sozialen Stabilität und Qualität. Es wurden Maßnahmen beschlossen, um für alle Bevölkerungsgruppen bezahlbaren Wohnraum zu schaffen bzw. im Bestand zu erhalten, damit Konstanz attraktiv und lebenswert für alle Bevölkerungsschichten und Familien bleibt. Das macht eine Vielfalt an Bauformen und die Mischung unterschiedlicher Zielgruppen und Preissegmente in den neuen Quartieren erforderlich, deren konkreter Mix festgelegt wurde. Auf der Grundlage der Empfehlungen der Wohnungsbedarfsprognose von empirica wurde 2014 zunächst folgende Segmentverteilung beschlossen, die den gesamten Wohnungsneubau – auch den nicht kommunal steuerbaren - umfasst und eine Zielgröße darstellt:

- Unteres Segment: 1/6 (883 WE),
- Mittleres Segment: 3/6 (2650 WE),
- Oberes Segment: 2/6 (1767 WE).

Mit der Evaluierung des Handlungsprogramms Wohnen wurden auch diese Zielgrößen angepasst. Sie lauten aktuell:

- Unteres Segment: 1/4 (2000 WE),
- Mittleres Segment 2/4 (3900 WE),
- Oberes Segment 1/4 (2000 WE).

Das untere Segment wurde erweitert, da der tatsächliche Bevölkerungszuwachs gegenüber der ersten Prognose größer ausfiel, nicht zuletzt auch im Hinblick auf die Geflüchteten. Die starke Gewichtung des mittleren Segments hat empirica empfohlen, damit weniger Haushalte, die zu den Durchschnitts- und Gutverdienern gehören, ins untere Segment ausweichen müssen und dort Geringverdiener verdrängen. In Preisen ausgedrückt bedeuten die Segmente folgendes: Das untere Marktsegment entspricht den Preisen für neue Sozialwohnungen, die über Landesförderungen erzielt werden können. Diese geförderten Wohnungen liegen beim Eigentum bei ca. 2.500 bis 2.700 € pro m², bei Mietwohnungen zwischen 5,50 bis 9,50 € pro m². Das mittlere Segment beinhaltet Durchschnittspreise für Eigentum mit 4.000 € pro m² und für Miete mit 12,00 € pro m², das obere Segment beginnt ab 5.000 € pro m² für Eigentum und 13,00 € pro m² für Miete.

Die bisherige Bilanz

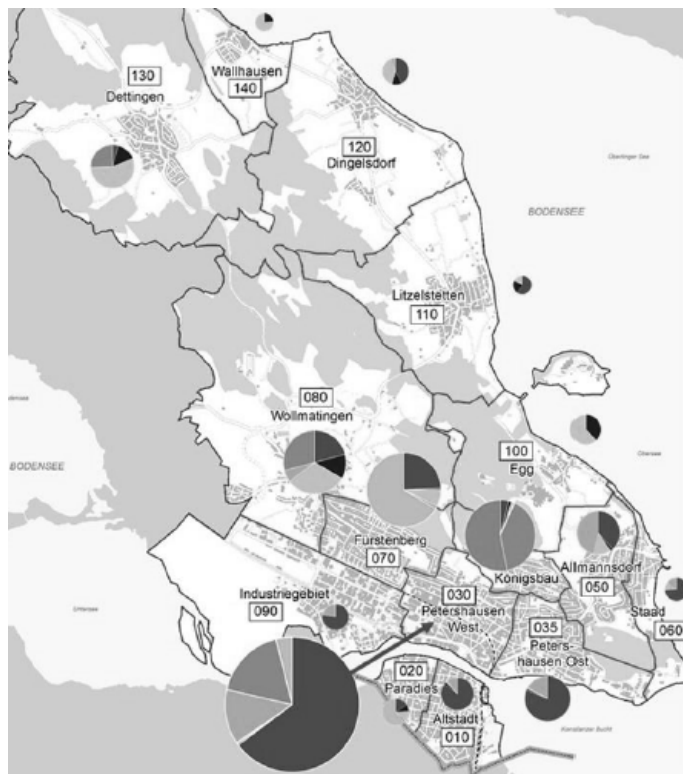
Die Bilanz der Aktivitäten im Wohnungsbau bietet bemerkenswerte Zahlen – auch wenn man den Betrachtungsraum etwas weiter fasst. So wurden im Zeitraum 2011 bis 2016 in Konstanz insgesamt 2.412 Wohnungen erstellt, das entspricht einem Jahresdurchschnitt von 402 Wohnungen. Die Zielvorgabe des Handlungsprogramms Wohnen mit 2.150 Wohnungen wurde deutlich überschritten. In dieser Zeit wurden 386 geförderte Wohnungen (16%) und 142 geförderte Studentenwohnungen (6%) erstellt. Damit wurde auch die Zielvorgabe übertroffen, 17 Prozent der Neubauwohnungen im geförderten oder mietpreisgebunden Wohnungsbau zu

bauen. Eine Befragung der Neubauhaushalte durch das Institut Gewos (Hamburg) hat ergeben, dass im freifinanzierten Wohnungsbau der durchschnittliche Mietpreis 11,40 Euro/m² und im geförderten Wohnungsbau 7,50 Euro/m² beträgt. Auch hier zeigt sich im Übrigen die große Bedeutung der städtischen Wohnungsbaugesellschaft WOBAK. Bei ihr liegt die durchschnittliche Miete bei 6,70 Euro/m². Im mittleren Preissegment, so ein weiteres Ergebnis der Befragung von Neubauhaushalten durch Gewos, ist das Angebot eher gering geblieben. Es beträgt nur 14 % statt wie vorgegeben 50 %.

Weiterhin haben die hohe Nachfrage, ein knappes Angebot und entsprechend stark steigende Mietpreise zu einem hohen Anteil der Mietwohnungen im oberen Segment geführt. Eine Herausforderung bildet die Preissegment-Situation beim Eigentum. Bei Eigentumswohnungen beträgt der durchschnittliche Kaufpreis knapp 4.550 Euro/m², bei Eigenheimen knapp 4.000/m². Durch die stark gestiegenen Preise werden die festgelegten Grenzen für Preissegmente regelmäßig überschritten. Alle erfassten Eigenheime und 96 % der Eigentumswohnungen sind dem oberen Preissegment zuzuordnen.

| Segment | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Gesamt |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
| Mietwohnung (frei finanziert) | 98 | 216 | 246 | 226 | 221 | 66 | 1.073 (44 %) |
| Mietwohnung (gefördert) | 0 | 112 | 77 | 18 | 7 | 171 | 386 (16 %) |
| Haus (Miete) | 36 | 7 | 17 | 19 | 8 | 0 | 87 (4 %) |
| Eigenheim | 54 | 45 | 44 | 54 | 24 | 9 | 230 (10 %) |
| Eigentumswohnung | 14 | 22 | 66 | 35 | 73 | 29 | 239 (10 %) |
| Studentenwohnheim (privat) | 0 | 0 | 58 | 0 | 93 | 104 | 255 (11 %) |
| Studentenwohnheim (gefördert) | 94 | 0 | 0 | 48 | 0 | 0 | 142 (6 %) |
| Gesamt | 297 | 402 | 504 | 404 | 426 | 379 | 2.412 |

Ergebnisse zum sogenannten „Sickereffekt“ und zum Thema „Nachverdichtung“ verdienen ebenfalls, kurz vorgestellt zu werden. 60% der Neubaubezieher kommen aus Konstanz. Familien mit Kindern finden im Neubau, insbesondere im Eigenheim ein bedarfsgerechtes Angebot. Paarhaushalte, jüngere Paare in der Familiengründungsphase ziehen zur Wohnflächenvergrößerung um, ältere Paare suchen eher kleine, barrierefreie Eigentumswohnungen. Singlehaushalte sind im Neubau deutlich unterrepräsentiert. 90% der Neubaubezieher haben eine Bestandswohnung freigezogen. Die Nachfolgehaushalte sind jünger und kleiner. Große Wohnungen werden von Wohngemeinschaften oder zahlungskräftigen Singles belegt, aber kaum von Familien. Bezüglich des Themas „Nachverdichtung“ wurde festgestellt, dass sich in der vertikalen Nachverdichtung (Dachausbau/Aufstockung) zwar ein hohes theoretisches Potenzial verbirgt, dieses allerdings aus wirtschaftlichen und statischen Gründen nur schwer zugänglich ist. Insofern steht diesem hohen theoretischen Potenzial eine geringe Ausnutzungsrates mit einem Wohnraumpotential von insgesamt lediglich rund 65 Wohneinheiten gegenüber.



Legende:

- Mietwohnung (frei finanziert)
 - Mietwohnung (gefördert)
 - Eigentumswohnung
 - Studentenwohnheim (gefördert)
 - Ein- und Zweifamilienhaus (Miete)
 - Ein- und Zweifamilienhaus (Kauf)
 - Studentenwohnheim (frei finanziert)
- Die Größe des Kreises entspricht der Anzahl der neu gebauten Wohneinheiten je Stadtteil.

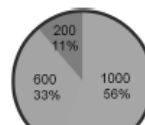
Abbildung 1: Verteilung des Wohnungsneubaus nach Segmenten und Stadtteilen (2011-2018)
Quelle: Stadt Konstanz

Wie lässt sich der Wohnungsmarkt steuern?

Von den bis 2035 geplanten 7.900 Wohnungen sind 47 % in den Preissegmenten direkt steuerbar. Zielgruppenbindungen, das heißt verbindliche Festlegungen für geförderten Wohnungsbau oder mittlere Preissegmente, können über die städtische Grundstücksvergabe – also wenn die Stadt selbst Eigentümerin der Grundstücke ist - oder über städtebauliche Verträge – also wenn die Stadt das Baurecht gestalten kann - erfolgen. Damit ergeben sich für rund 3.700 Wohneinheiten direkte Steuerungsmöglichkeiten für Zielgruppen. (siehe Abbildung).

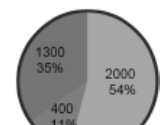
schaften, Modellprojekte sowie 35% für das mittlere Segment Miete und Eigentum, Bestandhalter, Genossenschaften, Konzeptvergaben vorgesehen. Der Anteil für das mittlere Segment Miete und Eigentum sowie Genossenschaften hat sich erhöht. Bei der Vergabe städtischer Grundstücke hat der geplante Zielpreis der Miet- oder Eigentumswohnung einen hohen Stellenwert und ist entsprechend der Preissegmente zu realisieren. Es besteht die Verpflichtung, die Mietpreise für einen Zeitraum von 20 Jahren zu halten. Ziel ist weiterhin, dass die Wobak den Großteil der geförderten Wohnungen erstellt, da die Wohnungen auch nach Auslauf der Bindungsfristen auf einem preisgedämpften Niveau verbleiben.

Handlungsprogramm Wohnen 2014
Anteil Zielgruppenbindungen in WE



- Geförderter Wohnungsbau incl. soziale Randgruppen
- Preisgedämpfter Wohnungsbau
- Genossenschaften, Baugemeinschaften, Modellprojekte
- Zielgruppenbindung

Handlungsprogramm Wohnen 2018
Anteil Zielgruppenbindungen in WE



- Geförderter Wohnungsbau incl. soziale Randgruppen
- Baugemeinschaften, Modellprojekte
- Mittleres Segment Miete Eigentum, Genossenschaften, Konzeptvergaben
- Zielgruppenbindung

Eine direkt steuerbare Quote von 47 % ist überaus beachtlich. Eine Ausweitung der Zielgruppenbindungen auf zum Beispiel 80 % oder sogar 100 % ist rechtlich aufgrund des Angemessenheitsgrundsatzes nicht möglich.

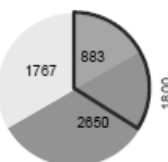
Ist das Boot voll?

In Konstanz war das Schlagwort von dem „vollen Boot“ gelegentlich in der öffentlichen Diskussion zum Bauen im Zusammenhang von Forderungen nach einem Wachstumsstopp vernehmbar. Konstanz, so die Forderung, solle keine neuen Baugebiete mehr ausweisen und damit den Flächenverbrauch stoppen und die Einwohnerzahl halten. Doch löst ein Wachstumsstopp die Probleme wirklich? Schauen wir einmal genau hin, was passiert, wenn nicht gebaut wird. Werden die notwendigen Neubauwohnungen nicht gebaut, ergeben sich folgende Konsequenzen:

- Die Preise werden deutlich weiter steigen;
- Wohnungsmarktakteure weichen ins Umland aus - davon werden vor allem Familien betroffen sein;
- dabei verdrängt die Zunahme des überregionalen Zuzugs wohlhabender Haushalte Konstanzer Bewohner ins Umland;
- vor allem Haushalte mit niedrigen und mittleren Einkommen finden keine Wohnung in Konstanz;
- die Sozialstruktur „entmischt“ sich: in Konstanz leben dann zunehmend Wohlhabende und Hartz-IV- Empfänger – der „Mittelbau“ wird vertrieben;
- Gefahr der Abwanderung von Wirtschaftsunternehmen, wegen des ungünstigen Verhältnisses von Einkommen zu Wohnkosten.

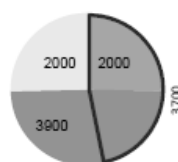
Zu dieser möglichen Entwicklung schreibt das Institut Empirica: „Wenn wir nicht ausreichend neu bauen, werden

Handlungsprogramm Wohnen 2014
Segmentverteilung
Anteil Zielgruppenbindung



- Unteres Segment
- mittleres Qualitätssegment
- oberes Qualitätssegment
- Zielgruppenbindung

Handlungsprogramm Wohnen 2018
Segmentverteilung
Anteil Zielgruppenbindung



- Unteres Qualitätssegment
- Mittleres Qualitätssegment
- Oberes Qualitätssegment
- Zielgruppenbindung

Diese Zielgruppenbindungen erfolgen ausschließlich im unteren und mittleren Segment. Hiervon sind 54% für den geförderten Wohnungsbau incl. der Haushalte mit besonderen Schwierigkeiten am Wohnungsmarkt, 11% für Baugemein-

im Zweifelsfall die einheimischen Geringverdiener sowie junge Familien schlicht aus der Stadt gedrängt. Für die Stadt Konstanz stellt sich daher die Frage, welche Strategie für die Zukunft gelten soll. Soll nach dem Motto ‚Das Boot ist voll‘ agiert werden oder ist es das Ziel, Konstanz zukunftsfähig zu gestalten? Denn wirtschaftlich funktioniert ‚studentisch, alt und reich‘ auf Dauer nicht.“

Fragen nach dem Wachstum sind wichtige Fragen. Sie lassen sich aber nicht allein durch die kommunale Perspektive beantworten und lösen, sondern benötigen den Blick

über den Tellerrand hinaus. Es geht um Fragen wie: Geschosswohnungsbau in der Stadt oder Einfamilienhäuser auf dem Land? Stadt der kurzen Wege oder zunehmende Pendlerströme, weil Menschen aus der Stadt vertrieben werden? Was bedeutet das demografische Wachstum von Regionen im Verhältnis zur demografischen Schrumpfung von Regionen? Lassen sich regionale demografische Entwicklungen steuern? Diese Fragen lassen sich nur in übergeordneten Zusammenhängen beantworten.

Walter Rügert

Pressereferent Stadt Konstanz

Kommunikation als Selbstinszenierung

Die Schauplätze medialer Massen-Kommunikation unserer Zeit hat sich zunehmend zu den sogenannten ›sozialen* Medien verlagert. Facebook gilt heute als der weltweit wichtigste Nachrichtenkanal. Statt differenzierter Informationsvermittlung geht es in erster Linie um Selbstinszenierung durch die Aufrechterhaltung einer permanenten Präsenz. Den Plattformen ist hierbei gelegen, durch möglichst viele ›Likes‹ ein vielbesuchtes Werbeumfeld zu schaffen. Neben der globale Möglichkeit uneingeschränkter Darstellung der eigenen Person ist ein weiterer Unterschied zu den klassischen Medien die ›Zerstörung von Zusammenhängen als Prinzip einer Skandaltechnologie‹ (Wälzer, 2016) Die Selbstinszenierung läuft dabei ständig Gefahr, unter allgemeinem Applaus von der medialen Bühne gestoßen zu werden, sodass es nicht um die Darstellung einer authentischen Person oder gar die Vermittlung von Inhalten geht, sondern um der Anpassung an einen vermeintlichen Publikumsgeschmack. Die möglichst hohe Zahl an ›Follower‹ gilt hierbei als ›messbarer‹ Indiz einer (angenommenen) positiven Anerkennung der eigenen Person. Eine Pseudo-Interaktion soll dem User dabei das Gefühl geben, selbst am medialen Geschehen Teilhabe und Einfluss zu haben.

Diese Plattformen haben sich zu ›medialen Erregungsbühnen‹ (Harzer 2018) entwickelt, bei der statt ziviler Diskurs und Kommunikation maßlose Übertreibung, Fehlinformationen oder Halbwahrheiten dominieren. Komplexe Zusammenhänge werden reduziert auf schlagwortartige Twitter-Botschaften, abgefasst in einer Sprache, denen nun auch nicht zum ›Bildungsbürgertum‹ sich zurechnende Schichten und Milieus folgen können. Das Aufkommen des weltweiten Populismus bis hin zur Wahl des amtierenden US-Präsidenten wäre ohne diese Plattformen undenkbar. Die permanente mediale Selbstdarstellung beeinflusst heute große Teile der politischen Kommunikation in einem Umfang, dass Inhalte völlige Nebensache geworden sind. Für den Mitbegründer des Internet, Jaron Lanier, macht ›Social Media‹ ernsthafte Politik derzeit unmöglich (Lanier 2018).

In welcher Weise die Rhetorik dieser Plattformen Verlautbarungen von Politik und Unternehmen beeinflusst, lässt sich an zwei kommunalen Beispielen darstellen. Die Ankündigung der Volksbank Konstanz, ihre Filiale in Allmannsdorf im Juli zu schließen, hat dem Unternehmen viel Kritik eingebracht. Den Reaktionen zu folgen scheint die

öffentliche Meinung, dass eine Schließung für viele Kunden in Allmannsdorf-Staad erhebliche Nachteile nach sich zieht (siehe aktuelles BLÄTTLE S. 50). Wie reagiert die Volksbank auf die Kritik? Statt die mit der Schließung verbundenen Nachteile nüchtern zu benennen und zu bedauern, sich möglicherweise bei den Kunden für ihren künftigen Mehraufwand zu entschuldigen, ist der Tenor der Verlautbarung: ›Die Volksbank schließt ihre Filiale und alle unsere Kunden sind begeistert‹ (s. Schreiben VOBA S. 51). Der vorliegende Fall zeigt den Versuch, einen möglichen Image-Schaden abzuwenden, indem ein Verlust als Erfolg und Gewinn promotet wird. Mit den Maßstäben einer Branche, für die solche Methoden global nach wie vor üblich sind, mag dies durchaus normal sein. Die durchaus geschickte Kommunikation der Geldinstitute hat es immerhin geschafft den Kunden zu suggerieren, Online-Banking bedeute für sie die große Freiheit – statt zu sagen, dass die Kunden bei diesem Verfahren den Instituten viel Arbeit abnehmen und somit zu unbezahlten Mitarbeitern der Banken geworden sind. Auch der Diesel-Abgas Skandal gehört zu dem Versuch, dem Kunden – der durch die Manipulationen der Autokonzerne ja einen massiven Nachteil und einen Verlust erleidet – zu suggerieren, dass er durch eine Neuwagenprämie unterm Strich dazu gewinnt.

›Konstanz 2018 ist das beste Konstanz, das es je gab.‹ So beginnt das Sommer-Interview von Oberbürgermeister Uli Burchardt im Südkurier vom 5. Juni 2018. Wollte man die Semantik der Aussage analysieren, würden zunächst eine Reihe von Fragen auftauchen: Was sind die Kriterien eines solchen ›Rankings‹ und wer definiert sie? Gibt es belastbare Meinungserhebungen für eine solche Aussage? Aus welchem Blickwinkel und für wen ist die Stadt das ›beste Konstanz‹? Was ist 2018 ›besser‹ als 2017, 2012 oder 1998? Welche Qualitätssteigerungen sind in Zukunft möglich, wenn es bereits heute ›das beste Konstanz‹ gibt? –

* Der Begriff ›Social Media‹ hat im angelsächsischen eine andere Bedeutung als bei uns. ›Social‹ meint dort ›öffentlich‹ und weniger ›sozial‹ im Sinne von solidarisch und gemeinnützig (Quelle: d-radio). Facebook, WhatsApp, Google, Twitter und Youtube sind ausschließlich gewinnorientierte Konzerne. Sie bieten keinerlei eigene Inhalte an, sondern nutzen die Daten ihrer Benutzer, um sich ein lukratives Werbeumfeld zu schaffen. Da dies ständig unter Missachtung der europäischen Urheberrechte und Datenschutzbestimmungen geschieht, ist dieser ›Plattformkapitalismus‹ das krasse Gegenteil einer sozialen Marktwirtschaft.