

Prof. Dr. Christian Stöcker
HAW Hamburg
Fakultät Design, Medien, Information
Studiengangsleiter Digitale Kommunikation am CCCOM

Hamburg, 23.01.2017

Fragenkatalog für das Fachgespräch zum Thema „Fake News, Social Bots, Hacks und Co. – Manipulationsversuche demokratischer Willensbildungsprozesse im Netz“ am 25. Januar 2017

1. Welche Veränderungen des gesellschaftlichen Diskurses im Netz und welche Phänomene lassen sich – auch vor dem Hintergrund der Erfahrungen der jüngsten US-Wahl oder der Brexit-Entscheidung – derzeit beobachten? Welche dieser aktuellen Tendenzen, Vorfälle und Phänomene haben bereits heute oder könnten in Zukunft relevanten Einfluss nehmen auf die demokratischen Willensbildungsprozesse, wie wir sie bisher kennen?

Der gesellschaftliche Diskurs verändert sich, zumindest was seine Abbildung im Internet angeht, auf mehreren Dimensionen. Zu nennen sind hier einerseits mutmaßlich bezahlte Propagandisten, die vor allem in den sozialen Medien als Multiplikatoren und Initiatoren bestimmter Diskurse und Behauptungen agieren. Dass zumindest Russland Einrichtungen betreibt, in denen entsprechende Arbeiten verrichtet werden, ist dokumentiert (<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/russische-trollfabrik-insiderin-ludmilla-sawtschuk-im-interview-a-1036286.html>). Daneben spielen automatisierte Kommunikationssysteme, „Bots“, eine Rolle, insbesondere, um ein nicht real existierendes diskursives Volumen vorzutäuschen und bestimmte Begriffe und sogenannte Hashtags in automatisch generierte Häufigkeitslisten („Trending Topics“) zu hieven. Drittens bekommen Plattformen mit zweifelhaften, vermeintlich journalistischen Inhalten durch solche Mechanismen und die algorithmische Sortierung einiger Social-Media-Angebote mehr Publikum als das vor dem Zeitalter ubiquitärer sozialer Medien der Fall gewesen wäre („Fake News“). Das geht einher mit einem in bestimmten Bevölkerungsschichten zunehmenden Vertrauensverlust in traditionelle Medieneinrichtungen und Institutionen.

Verlässlich und flächendeckend quantifizieren lassen sich solche Einflüsse, ihre Aus- und Wechselwirkungen derzeit nicht. Es existieren aber eine Reihe von konkreten Fallstudien, was etwa die Anzahl von Bots im Zusammenhang mit der Brexit-Debatte auf Twitter (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2798311) oder die Zuwendung bestimmter Gruppierungen zu immer extremer werdenden Quellen auf Facebook angeht (<http://www.pnas.org/content/113/3/554.long>).

2. Welche Verantwortung kommt den Anbietern großer Plattformen zu? Welche Verantwortung Medienschaffenden? Welche den Nutzerinnen und Nutzern?

Die Plattformen sollten ihre Verantwortung für die Qualität der Nutzern zugänglich gemachten Inhalte stärker wahrnehmen, mehr dazu s.u.. Sowohl Suchmaschinen als auch Social-Media-Anbieter fungieren derzeit beispielsweise als unfreiwillige Multiplikatoren von gezielt aus politischen oder wirtschaftlichen Interessen lancierten Falschinformationen.

Medienschaffende müssen sich weiterhin strikt an die Grundregeln journalistischer Ethik und Methodik halten und damit die Qualität und Integrität ihrer eigenen Berichterstattung gewährleisten. Das gilt sowohl für traditionelle Medienhäuser als auch für neue Anbieter. In beiden Bereichen gibt es derzeit Tendenzen, zugunsten der realen oder potentiellen Reichweite von Berichterstattung traditionelle Qualitätskriterien wie Wahrhaftigkeit, Quellenprüfung und Ausgewogenheit zurückzustellen. Das gilt allerdings insbesondere für neue und relativ neue Plattformen, die häufig dem rechten und rechtsextremen Spektrum zuzuordnen sind.

Nutzerinnen und Nutzer sind in einer Welt der kaskadischen Informationsverbreitung über Social-Media-Kanäle Multiplikatoren. Sie sollten stärker als bisher darauf achten, keine zweifelhaften oder tendenziösen Inhalte ungeprüft weiterzuverbreiten. Prinzipien der Quellenprüfung und Sorgfalt bei der Verbreitung von Nachrichten sollten deshalb beispielsweise als Themen in den Schulunterricht aufgenommen werden.

3. Welche Verantwortung haben die Parteien im Wahlkampf angesichts dieser Veränderungen des politischen Diskurses im Netz?

An der Verantwortung der Parteien hat sich im Grunde nichts geändert: Sie sollten den Grundprinzipien der Wahrhaftigkeit und des zivilisierten politischen Diskurses verpflichtet bleiben und auf Propaganda, Übertreibung und Diffamierung des politischen Gegners verzichten. Insbesondere populistische Kräfte beziehen einen großen Teil ihrer Kraft aus der Polarisierung, aus der vermeintlichen Spaltung der Gesellschaft in zwei verfeindete Blöcke (<http://www.dartmouth.edu/~seanjwestwood/papers/partisanAffectAPSA.pdf>). Das deutsche Wahlsystem bietet ein effektives Grundgerüst, um einer solchen Spaltung entgegenzuwirken. Den zivilisierten demokratischen Diskurs auch im Angesicht von Propaganda und Agitation nicht aufzugeben, kann und muss ebenfalls dazu beitragen.

4. Was genau sind „Fake News“ und wie funktionieren sie? Wie können „Fake News“ sicherer als solche erkannt werden? Wie könnte eine Unterscheidung zwischen „Fake News“ auf der einen und politischer Zuspitzung auf der anderen Seite aussehen? Wie können sie von einseitigen Meinungsbildern und Äußerungen in Politik und Gesellschaft abgegrenzt werden? Geht es um „Lügen“ über seriös erscheinende Portale? Wie lassen sich einzelne Äußerungen von gezielten „Fake News“ unterscheiden? Wer verbreitet „Fake News“ mit welchem Ziel? Welche Rolle spielen „Social Bots“ bei der Verbreitung von „Fake News“? Was sind die negativen Folgen? Auf welchen Wegen erfolgt die Verbreitung von „Fake News“? Wie und warum verfangen „Fake News“? Was weiß man darüber, dass sie verfangen oder ist hier eventuell auch viel Hysterie im Spiel?

Fake News sind vermeintlich journalistische Nachrichtenmeldungen, die tatsächlich Falschbehauptungen darstellen. Plakatives und anschauliches Beispiel: Eine mittlerweile offline gegangene vermeintliche Nachrichtenwebseite namens wtoe5news.com verbreitete die Behauptung, Papst Franziskus habe sich für Donald Trump als US-Präsident ausgesprochen, eine frei erfundene Behauptung. Pro-Trump-Plattformen griffen die vermeintliche Nachricht auf. Einer Analyse der US-Publikation „BuzzFeed“ zufolge erzeugte diese vermeintliche Nachricht auf diesem Weg mehr Facebook-Aktivität als die dort populärste Nachricht eines US-Mainstreammediums zum Wahlkampf (https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.sxL44PBgJn#.va7GGveQ0). Mit Aktivität sind hier Reaktionen, Kommentare und Weiterreichungen („Shares“) gemeint. Auch andere populäre aber frei erfundene Nachrichten erzielten höhere Reichweiten als die Berichterstattung traditioneller Medien. Wünschenswert wäre eine wissenschaftliche Überprüfung bzw. Erweiterung der „BuzzFeed“-Studie.

Der Begriff „Fake News“ ist allerdings in kurzer Zeit zum politischen Kampfbegriff geworden, US-Präsident Donald Trump selbst wirft renommierten US-Medien, die sich an journalistische Standards halten, nun seinerseits vor, „Fake News“ zu verbreiten. Gleichzeitig hat Trumps Regierung bereits an ihrem ersten Tag selbst begonnen, falsche Tatsachenbehauptungen als angebliche Fakten in den politischen Diskurs einzuführen (<http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/donald-trump-seiner-erster-tag-in-zitaten-kolumne-a-1131144.html>).

Gefälschte Nachrichten zu erkennen, erfordert zuweilen gründliche und saubere Recherche, zuweilen – etwa im Falle des vermeintlichen Papst-Segens für den Kandidaten Trump – allerdings nur eine kurze Quellenprüfung.

Die Abgrenzung zu zugespitzter aber akzeptabler journalistischer Berichterstattung sollte in vielen Fällen nicht allzu schwer sein: Klare Falschaussagen oder erfundene Zitate lassen sich relativ leicht widerlegen. Schwieriger wird der Fall, wenn etwa ohne vertrauenswürdige Quellenangaben, ohne Einhaltung des Zweiquellenprinzips Sensationelles und einer politischen Seite Dienliches berichtet wird. Medienhäuser sollten sich noch stärker an lange etablierte Standards halten, um die Grenze zwischen Berichterstattung, Verdachtsberichterstattung und Kolportage so klar und scharf wie

möglich zu ziehen. Fehler in der eigenen Berichterstattung, die sich nie völlig ausschließen lassen, müssen umgehend und transparent korrigiert werden, sobald sie auffallen.

Solche gefälschten Nachrichten dienen prinzipiell zwei Zwecken: Stimmungsmache aus politischer Motivation und finanziellen Interessen. Dank der Verbreitungsprinzipien sozialer Medien werden dort Inhalte mit emotionalisierendem oder schockierendem Inhalt besonders häufig weitergereicht. Das kann unter Umständen zur Folge haben, dass die Erzeuger entsprechender Falschnachrichten mit der entstandenen Reichweite Werbeeinnahmen erzielen können. Wie groß dieses Geschäftsfeld ist, bleibt derzeit allerdings unklar.

Social Bots können dafür sorgen, dass eine erfundene Nachricht zunächst scheinbar mehr Interesse hervorruft, als sie es tatsächlich tut. Die Platzierung in entsprechenden Ranglisten kann dann wiederum dafür sorgen, dass zur gefälschten Bot-Reichweite auch echte, organische Reichweite hinzukommt. Vermeintliche Aufmerksamkeit kann echte Aufmerksamkeit erzeugen.

Negative Folgen sind die zunehmende Polarisierung der politischen Debatte – in Deutschland etwa zum Thema Kriminalität durch Geflüchtete – und eine wachsende Verunsicherung des Publikums hinsichtlich der Qualität von Medieninhalten. Ein Klima ständigen Zweifels ist gezielter Propaganda in einer bestimmten Richtung besonders dienlich (siehe z.B. <http://www.ned.org/wp-content/uploads/2015/10/Stifling-the-Public-Sphere-Media-Civil-Society-Russia-Forum-NED.pdf>).

5. Was ist aus Ihrer Sicht wirksames Mittel gegen „Fake News“? Wer steht in der Pflicht? Welche Verantwortung haben die Plattformbetreiber? Facebook, Twitter und Co. schaffen als private Unternehmen Öffentlichkeit. Welche Verantwortung kommt damit auf diese Unternehmen zu? Wie könnte ein effektives Vorgehen gegen „Fake News“ aus Ihrer Sicht aussehen? Welche Folgen kann ein staatliches Vorgehen gegen „Fake News“ haben? Wie bewerten Sie den Vorschlag, „Fake News“ mit einem staatlichen Desinformations-Abwehrzentrum begegnen zu wollen? Wie bewerten Sie den Vorschlag, dass der Zugang zu „Fake News“ mit Netzsperrern verhindert werden soll? Welche Folgen hat ein Vorgehen gegen „Fake News“ auf die Kommunikations- und Meinungsfreiheit?

Beim Thema Fake News sind, in dieser Reihenfolge, Medien, Plattformbetreiber, Nutzer und öffentlich kommunizierende Personen jenseits des Journalismus in der Pflicht.

Medien müssen sich rigoros an eingeführte journalistische Standards (Zweiquellenprinzip, den anderen Teil hören, nicht über Gebühr überspitzen etc.) halten, um eine klare Unterscheidbarkeit zwischen professionellem Journalismus und Propaganda zu gewährleisten. Fehler müssen bei Entdeckung umgehend und transparent korrigiert werden.

Plattformbetreiber müssen mehr als bisher tun, um Falschinformationen innerhalb ihrer Angebote identifizierbar zu machen und, wenn sie einwandfrei identifiziert sind, mindestens entsprechend zu kennzeichnen. Darüber hinaus könnte man darüber nachdenken, die journalistische oder wissenschaftliche Qualität von Angeboten bei der algorithmischen Sortierung als Kriterium einzubeziehen. Derzeit wirken die im Grunde deskriptiv agierenden Sortieralgorithmen – was wird wie oft gesucht, eingetippt, geklickt, weitergereicht etc. – für den Nutzer häufig wie normative Hinweise. Das führt zum Beispiel dazu, dass jemand, der in eine Suchmaschine „ist der Holoc...“ eintippt, den Vorschlag bekommt, doch nach der Frage „ist der Holocaust eine Lüge“ zu suchen. Die entsprechende Trefferliste enthält dann (Stand 20. Januar 2017) mehrere Links zu Seiten, in denen diese Frage bejaht wird, was in Deutschland bekanntlich ein Straftatbestand ist. Hier sind sowohl Aufklärung als auch technische Lösungen gefragt.

Von einem staatlichen Desinformations-Abwehrzentrum halte ich aus prinzipiellen Erwägungen nichts, ich habe auch meine Zweifel, ob eine solche Einrichtung verfassungskonform wäre. Wahrheit oder Unwahrheit sind keine Kategorien regulatorischen Handelns, hier sollte man sich auf Hilfestellungen aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Journalismus stützen. Gegen eine staatliche Förderung entsprechender Akteure spricht aus meiner Sicht aber nichts. Eine Rolle spielen müssen in diesem Prozess in bestimmten Konstellationen Gerichte – etwa, indem sie den Schutz von Persönlichkeitsrechten oder die Einhaltung anderer einschlägiger Gesetze (Stichwort Holocaustleugnung) überwachen und im Zweifel sanktionieren.

Sperrverfügungen und Ähnliches sollten sich zwingend auf Straftatbestände und juristisch abschließend geklärte Rechtsverletzungen beschränken, ähnliche Konstellationen existieren ja bereits. Weitergehende staatliche Eingriffe in journalistische oder pseudojournalistische Berichterstattung würden das in Teilen der Bevölkerung ohnehin geschwächte Vertrauen in das Mediensystem nur noch weiter unterminieren.

6. Wäre es sinnvoll, gezielte „Fake News“ kenntlich zu machen? Wer sollte eine solche Kennzeichnung vornehmen? Ist es technisch möglich, „Fake News“ zu erkennen und niedriger zu gewichten? Wäre es sinnvoll, die Angebote von seriösen Medien in den Timelines höher zu gewichten und zu ranken? Nach welchen Kriterien könnte dies erfolgen?

Eine Kennzeichnung wäre, wenn sich eine Information zweifelsfrei als gefälscht nachweisen lässt, zweifellos sinnvoll. Eine solche Kennzeichnung könnte selbstverständlich auch als Kriterium in entsprechende Sortieralgorithmen eingehen. Eine verbesserte Ausgangslage für nach bestimmten Kriterien arbeitende Medien innerhalb der Sortiersysteme wäre zu erwägen, wobei die konkreten Kriterien und die Durchlässigkeit entsprechender Positivlisten gewährleistet werden müsste. Kriterien hierfür könnten beispielsweise Selbstverpflichtungen im Sinne des Pressekodex sein, Verstöße müssten dann aber auch schneller und rigoroser als bisher geahndet werden, um das System nicht fragwürdig werden zu lassen.

Plattformanbieter setzen derzeit auf Beteiligung der Nutzer bei der Identifikation von Falschinformationen. Dies kann ein Baustein sein, die Hygiene solcher Systeme allein auf die Nutzer zu verlagern, führt aber augenscheinlich nicht zu den gewünschten Ergebnissen.

7. Soziale Netzwerke verdienen ihr Geld mit Werbung. Könnte beispielsweise bei Beiträgen, die ein Netzwerk zur kommerziellen Werbung zulässt, ein höherer haftungsrechtlicher Maßstab angesetzt werden?

Eine solche Lösung halte ich für denkbar, zumindest, wenn die entsprechenden Angebote etwa als „Instant Articles“ innerhalb der entsprechenden Netzwerke direkt abzurufen und dort auch mit Werbung versehen sind. Plattformbetreiber, die auf Basis nachweislicher Desinformation eigene Umsätze generieren, könnten entsprechend haftbar gemacht werden.

7. Das klassische Presserecht bietet zahlreiche bekannte Möglichkeiten. Wird über eine Person etwas Unwahres behauptet, kann diese von der Zeitung eine Gegendarstellung oder eine Richtigstellung verlangen – in vergleichbarer Aufmachung und vergleichbarer Reichweite, wie die ursprüngliche Meldung. Wie würden Sie die Unterwerfung sozialer Netzwerke unter vergleichbare Regelungen bewerten? Welche Vor- und Nachteile brächte das mit sich? Sollten Plattformbetreiber zu Richtigstellungen bzw. Gegendarstellungen verpflichtet werden? Wie können Gegendarstellungsrechte bzw. Richtigstellungsrechte in sozialen Netzwerken durchgesetzt werden und wie kann sichergestellt werden, dass diese die gleiche Reichweite haben, es aber gleichzeitig nicht zu großen Datenbanken kommt, in denen gespeichert wird, wer welche Inhalte mit wem geteilt hat?

Datenbanken, in denen vermerkt ist, wer was mit wem geteilt hat, existieren auf den Servern der Plattformbetreiber bereits, das ist das Wesen sozialer Medien. Aus meiner Sicht spräche nichts dagegen und viel dafür, in Analogie zur Gegendarstellungspflicht des Presserechts Nutzern, die klar und zweifelsfrei definierte Falschmeldungen gesehen haben, an analoger Stelle in ihrem Newsfeed oder ihrer Timeline eine entsprechende Gegendarstellung zu präsentieren. Eine solche Funktion könnte nur über die Zusammenarbeit externer Clearingstellen und der Plattformbetreiber selbst realisiert werden. Sie hätte den Vorteil, dass nicht, wie bislang, die Falschinformation fast zwangsläufig eine höhere Reichweite erzielt als die Richtigstellung. Sie bringt allerdings die ungeklärte Frage mit sich, wer wann und auf welcher Basis entscheidet und festlegt, wann eine Behauptung zweifelsfrei als falsch zu bezeichnen ist.

8. Hinter Webseiten, die falsche Nachrichten verbreiten, stecken oft finanzielle Interessen. Was ist über die Anzahl solcher Webseiten und die Höhe der erzielten Einnahmen durch diese bekannt? Welche Möglichkeiten und Notwendigkeiten sehen Sie, die Finanzierung solcher Plattformen einzudämmen?

Verlässliche Zahlen über die Anzahl solcher Webseiten sind mir nicht bekannt. Auch über so erzielte Einnahmen kenne ich keine verlässlichen Zahlen, mit der Ausnahme eines Konkreten Beispiels: Associated Press zitierte einen jungen Mazedonier mit der Aussage, er habe mit Pro-Trump-Fake-News im US-Wahlkampf über ein Netzwerk von vermeintlichen Nachrichtenwebsites vierstellige Dollarbeträge im Monat umgesetzt (<http://www.cbsnews.com/news/fake-news-macedonia-teen-shows-how-its-done/>).

9. Welche Rolle kommt den Medien beim Umgang mit „Fake News“ zu? Welche Kooperation ist beispielsweise zwischen den sozialen Netzwerken und Recherchenetzwerken bzw. Medienverbänden wie dem Deutschen Presserat denkbar und notwendig? Können „Fake News“ von meinungsmachendem Journalismus abgegrenzt werden?

Entsprechende Kooperationen werden ja bereits geschmiedet, z.B. zwischen Facebook und Correctiv. Sowohl Recherchenetzwerke als auch der Presserat können in entsprechenden Konstellationen meiner Ansicht nach zu einem besseren Umgang mit dem Phänomen beitragen.

10. Welche Erfahrung haben Sie mit den bestehenden Melde- bzw. Beschwerdesystemen in sozialen Netzwerken, insbesondere bei Facebook, Twitter und Youtube gemacht? Welche Erfahrungen haben sie mit anderen Meldesystemen, etwa der eco Beschwerdestelle, gemacht? Wie können die bestehenden Melde- und Beschwerdemanagementsysteme verbessert werden? Bedarf es hierzu rechtlicher Verpflichtungen? Sehen Sie - und wenn ja, wo und welchen - Handlungs- und/oder Regulierungsbedarf, bei Social Bots, beim Umgang mit Rechtsverletzungen (etwa Hassrede, Persönlichkeitsrechtsverletzungen, etc.), beim Umgang mit „Fake News“?

Meine persönlichen Erfahrungen mit dem Meldesystem insbesondere von Facebook sind eher anekdotischer Natur, allerdings nicht sehr ermutigend. Auch in Deutschland klar justiziable Äußerungen und Text-Bild-Collagen werden gelegentlich als nicht gegen Gemeinschaftsstandards verstoßend klassifiziert. Die Plattformbetreiber können hier, aber das ist eine persönliche Einschätzung, sowohl was die Menge als auch was die Ausbildung des dort eingesetzten Personals angeht, noch wesentlich mehr tun. Zu erwägen wären unabhängige Kontrollinstanzen, die mit Testfällen die Arbeit dieser Meldesysteme kontinuierlich überprüfen, etwa in loser Analogie zu den Aufgaben der Landesmedienanstalten. Handlungsbedarf besteht vermutlich auch im Bezug auf die personelle und finanzielle Ausstattung deutscher Justizbehörden, die mit der Flut entsprechender Anzeigen derzeit offenbar überfordert sind.

11. „Social Bots“ spiegeln vor, dass sich tatsächlich ein Mensch zu bestimmten Themen äußert. Damit einhergeht die Hoffnung, die politische Diskussion zu beeinflussen oder zu manipulieren. Inwieweit trägt der Begriff „Social Bot“ oder bedarf es einer differenzierteren Begrifflichkeit? Welche (empirischen) Daten liegen Ihnen vor über die Nutzung von Bots? Sind Ihnen Fälle bekannt, in denen Bots im politischen Diskurs (oder der Beeinflussung von politischen Prozessen) eine Rolle gespielt haben – und wenn ja, welche? Gibt es in diesen Fällen eine „Attribution“ zu Ländern oder staatlichen Stellen? Wie könnte eine Regulierung des Einsatzes von „Social Bots“ aussehen? Reichen Selbstverpflichtungen, zum Beispiel von politischen Parteien, keine Bots im Wahlkampf nutzen zu wollen, aus oder braucht es beispielsweise zur besseren Einordnung eine Kennzeichnungspflicht von Beiträgen, die von „Social Bots“ veröffentlicht werden?

Die Fachliteratur zu diesem Thema ist bislang meiner persönlichen Wahrnehmung nach bei Weitem nicht erschöpfend. Es gibt einige konkrete Fallstudien etwa im Zusammenhang mit der Brexit-Debatte (s.o.) oder dem US-Wahlkampf (<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653>), aber eine erschöpfende Quantifizierung entsprechender Aktivitäten steht m.W. noch aus. In Deutschland sind derzeit mehrere Forschungsprojekte zum Thema im Gange (z.B. http://www.propstop.de/?page_id=113&lang=de). Meiner Wahrnehmung nach sind die derzeitigen Propagandabemühungen vor allem eine Kombination aus bezahlten menschlichen Akteuren, die Inhalte in soziale Medien einstellen und auch einzelne Akteure auf solchen Plattformen gezielt ansprechen. Dieser menschengenerierte Inhalt wird multipliziert und scheinbar validiert durch die Aktivitäten von Bots. Die genauen Mechanismen und das genaue Ausmaß erfordern aber wie gesagt weitere Forschung.

Gegen eine Kennzeichnungspflicht für automatisch generierte Inhalte spricht aus meiner Sicht nichts, sie wird allerdings zwangsläufig an Grenzen stoßen: Die Betreiber von derzeit in propagandistischer Absicht agierenden Bot-Armeen würden sich einer solchen Kennzeichnungspflicht kaum unterwerfen. Eine Attribution ist entsprechend schwierig, hier wäre über eine verstärkte Kooperation zwischen entsprechenden Behörden oder Organisationen und den Plattformbetreibern nachzudenken. Eine gesetzlich verankerte Kennzeichnungspflicht könnte derartige Bemühungen juristisch womöglich vereinfachen. Anbieter, die aus legitimen Gründen automatisierte Kommunikationssysteme einsetzen (etwa Chatbots als Benutzeroberfläche für Kundendienst-Angebote), würden sich gegen eine solche Kennzeichnungspflicht vermutlich kaum wehren.

12. Inwieweit trägt der Begriff „Hassrede“/„Hate Speech“ oder bedarf es einer differenzierten Begrifflichkeit, da darunter nicht nur rechtsverletzende Inhalte zu verstehen sind, sondern auch Inhalte, die zwar abstoßend und widerlich, jedoch rechtmäßig und von der Meinungsfreiheit subsumiert werden?

Es ist zweifellos sinnvoll, zwischen justiziablen Äußerungen und abwertenden aber juristisch nicht angreifbaren Meinungsäußerungen zu unterscheiden. Gleichzeitig ist die derzeitige Entwicklung des Diskurses in den sozialen Medien besorgniserregend, auch jenseits justiziabler Äußerungen. Es bedarf hier einer gesellschaftlichen Gesamtanstrengung, die beim politischen Diskurs beginnt, sich in Schulen und anderen Bildungseinrichtungen fortsetzt und letztlich auch in den Familien mitgetragen werden muss.

13. Wie kann sichergestellt werden, dass klare rechtliche Vorgaben wie beispielsweise das „notice and takedown“-Verfahren eingehalten und rechtsverletzende Inhalte wie Beleidigung, Bedrohung, Volksverhetzung, Verunglimpfung, etc. schneller gelöscht und strafrechtlich effizient verfolgt werden können? Wo liegen Ihres Erachtens die Ursachen für die nach wie vor unzureichende Prüfung, Löschung und Strafverfolgung von Inhalten?

Die Ursachen für unzureichende Prüfung und Löschung liegen in der mangelnden personellen Ausstattung der entsprechenden Stellen bei den Plattformbetreibern. Die Ursachen für die mangelnde Strafverfolgung liegen vermutlich in der mangelnden personellen Ausstattung deutscher Strafverfolgungsbehörden und Gerichte. Möglicherweise sind hier auch noch Effizienzsteigerungen möglich, etwa über stärker standardisierte Verfahrensweisen. Beleidigung, üble Nachrede, Verletzung von Persönlichkeitsrechten und Volksverhetzung skalieren im Zeitalter der sozialen Medien, entsprechende Sanktionssysteme skalieren derzeit nicht.

14. Wer soll in Grenzfällen (also wenn es sich nicht um offensichtliche Rechtsverletzungen oder um offensichtliche Desinformationen handelt) entscheiden, ob entsprechende Inhalte gelöscht werden? Darf die Entscheidung wenigen großen Anbietern überlassen werden, wenn es um die Einschränkung der Meinungs- oder auch der Berichterstattungsfreiheit geht oder muss dies eine Entscheidung der Justiz bleiben?

Wenn es sich nicht um justiziable Inhalte handelt, sehe ich nicht, wie die Justiz hier eine Entscheidungsbefugnis haben könnte. Zu erwägen wäre eher eine Kooperation zwischen den Plattformbetreibern und entsprechend geförderten externen Clearingstellen, (s.o.).

Plattformbetreiber genießen innerhalb ihrer Angebote Hausrecht und können Standards für akzeptierte und nicht akzeptierte Veröffentlichungen auch jenseits des staatlichen Rechtsrahmens setzen.

15. Für wie groß erachten Sie die Gefahr – auch durch staatliche Stellen begangener - Angriffe auf IT-Infrastrukturen, die das Ziel verfolgen, Kommunikationen abzufangen, die in Wahlkämpfen von interessierter Seite verwendet werden können? Welche Maßnahmen sind notwendig, um gegen solche Angriffe gewappnet zu sein?

Angesichts der jüngsten Entwicklungen sowohl in der Bundesrepublik Deutschland (Angriff auf die Rechnersysteme des Bundestages) als auch in den USA (Veröffentlichung von E-Mails aus den Beständen der Demokratischen Partei) halte ich diese Gefahr für sehr real. Entscheidende Maßnahmen hierfür sind eine umgehende und drastische Erhöhung der IT-Sicherheit in den Systemen des Bundestages und anderer öffentlicher Stellen sowie der flächendeckende Einsatz

verschlüsselter Kommunikation in Parlament, Regierung, Ministerien und Verwaltung. Des Weiteren sollten sich Abgeordnete, Beamte und andere, so düster das klingt, bei ihrer digitalen Kommunikation künftig Gedanken darüber machen, wie entsprechende Formulierungen oder Äußerungen im Falle eines Datenlecks gegen Sie, ihre Partei oder Institution verwendet werden könnten.