



Dokumentation

Rechtliche Rahmenbedingungen des Wahlkampfs im Internet im europäischen und außereuropäischen Ausland

Rechtliche Rahmenbedingungen des Wahlkampfs im Internet im europäischen und außereuropäischen Ausland

Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 055/17
Abschluss der Arbeit: 14. September 2017
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Die Begriffe ‚Internet‘ oder ‚Online-Medien‘ umfassen eine Vielzahl von Phänomenen, die allen den Zugang zum World-Wide-Web über Computer, Smartphone, Tablet oder andere Geräte ermöglichen und hier beispielsweise Online-Nachrichten und andere Informationen den Nutzern zugänglich machen oder auch Diskussionen in sozialen Netzwerken gestatten. Dass hier nicht alle ausgetauschten Informationen vertrauenswürdig sind, veranschaulicht die Debatte über „fake news“. Einige soziale Netzwerke haben deshalb mittlerweile auch Mechanismen der Selbstregulierung eingeführt.

Zudem haben sowohl die Abstimmung über den Brexit in Großbritannien als auch die Wahl von US-Präsident Donald Trump oder auch Hacking-Attacken auf die Kampagne von Emmanuel Macron im französischen Wahlkampf Beispiele dafür geliefert, wie neue Formen der Wahlwerbung über das Internet zu einem relevanten Faktor der Meinungsbildung bei Referenden und Wahlen geworden sind.¹

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden Materialien aufgelistet, die einen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen der Medienberichterstattung bei Wahlen im europäischen und außereuropäischen Ausland geben und die Rolle des Internets auf politische Kampagnen im Zusammenhang mit Wahlen thematisieren.

Einen aktuellen Überblick zum Rechtsrahmen inklusive Internet-Wahlkampf der Medienberichterstattung in europäischen Ländern bietet die in diesem Jahr von der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle herausgegebene Studie:

- Medienberichterstattung bei Wahlen: der rechtliche Rahmen in Europa. Eine Publikation der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, IRIS Special 2017-1².

Neuere Studien zur Rolle des Internets bei Wahlen sind:

- Council of Europe, Committee of experts on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership (MSI-MED), Feasibility study on the use of Internet in elections, revised draft as of 9 March 2017³,

Anlage

1 Vgl. z.B.: Strathmann, Marvin, Der geheime Wahlkampf der Parteien, Süddeutsche Zeitung, 20. August 2017; Die Macht der Likes: Wie die sozialen Medien den Wahlkampf mobilisieren, Focus, 13. 05. 2017; Beuth, Patrick, Big Data allein entscheidet keine Wahl, Zeit Online, 6. Dezember 2016; Willsher, Kim and Henley, Jon, Emmanuel Macron's campaign hacked on eve of French election, Guardian, 6. Mai 2017.

2 Die Studie ist im Internet abrufbar unter <http://www.obs.coe.int/documents/205595/8714633/IRIS+Special+2017-1+Media+coverage+of+elections+-+the+legal+framework+in+Europe.pdf/b9df6209-651b-456a-bdf5-1c911d6768cc>.

3 Im Internet abrufbar unter: <https://rm.coe.int/16806fd666>.

- Goodman, E., Labo S., Moore, M., & Tambini, D. (2017), The new political campaigning, Media Policy Brief 19. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science⁴.

Anlage

Die Durchsicht der oben genannten Materialien zu einzelnen Ländern, die sich auf die Medienberichterstattung bei Wahlen im Internet beziehen, zeigt, dass es für die Regulierung des Wahlkampfes im Internet in den einzelstaatlichen Regelungen europäischer Länder keinen einheitlichen Rechtsrahmen gibt. Wie in der Bundesrepublik Deutschland kommt auch in anderen Ländern der Europäischen Union eine Vielzahl von gesetzlichen Bestimmungen zur Anwendung, wenn es um das Internet und dessen Regulierung geht. Bestimmungen für Medien im Wahlkampf finden sich zudem teilweise in Rundfunkgesetzen aber auch in Mediengesetzen oder Wahlgesetzen. Gleichzeitig sind aber auch allgemeine Gesetze, die die Medien ebenso betreffen wie andere Lebensbereiche (siehe Menschenrechte und Persönlichkeitsschutz im Zusammenhang mit ‚fake news‘ oder ‚hate speech‘), zu berücksichtigen.

In diesem Kontext einschlägige Rechtsvorschriften sind nicht allein Gesetze, sondern auch von den Rundfunkanstalten erlassene Regulierungen, Pressekodizes, oder Prinzipien, die von Wahl- oder Datenschutzkommissionen aufgestellt wurden.

Überwiegend kann festgestellt werden, dass Wahlwerbung durch Parteien im Internet nicht zulässig ist. Bestimmungen hierzu finden sich in den Parteiengesetzen, den Rundfunkordnungen, den Kodizes der Rundfunkveranstalter oder anderweitigen Vereinbarungen der Länder. Art und Umfang der jeweiligen Regelungen sind jedoch unterschiedlich. So kontrollieren in skandinavischen Ländern die Rundfunkveranstalter stärker noch als in anderen europäischen Ländern Form und Inhalt der im Wahlkampf verwendeten Formate.⁵ Andererseits gibt es in dem Vereinigten Königreich eine gesetzliche Regelung, die ausdrücklich eine Verbreitung von Falschmeldungen während des Wahlkampfes verbietet. So liegt gemäß Paragraph 106 des britischen Representation of the Peoples Act 1983 eine Straftat vor, wenn jemand eine falsche Erklärung über den Charakter oder das Verhalten eines Kandidaten veröffentlicht, um das Wahlergebnis zu seinen Gunsten zu beeinflussen⁶

Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten über das Internet und soziale Medien werden in allen Ländern als Herausforderung für Wahlen und demokratische Entscheidungsprozesse angesehen. Spezielle, diesen Phänomenen angepasste Regelungen werden vielfach aber noch gesucht.

4 Im Internet abrufbar unter: http://eprints.lse.ac.uk/71945/7/LSE%20MPP%20Policy%20Brief%2019%20-%20The%20new%20political%20campaigning_final.pdf.

5 Vgl. Thorbjørnsrud, Kjersti, The Autonomy of Scandinavian Public Service Broadcasters During Election Campaign Periods, Nordicom Review 34 (2013) 1, S. 63-76.

6 Vgl.: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1983/2/section/106> sowie, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Iris Spezial, Medienberichterstattung bei Wahlen: der rechtliche Rahmen in Europa, S. 68ff. sowie zur rechtlichen Behandlung von Falschmeldungen und Verleumdung in Polen S. 106/107.

Materialien und Regelungen zum außereuropäischen Ausland:

- Research Office Legislative Council Secretariat, Information Note, Regulation of the use of social media in election in selected places, Gutachten des Wissenschaftlichen Dienstes Hongkong / IN01/15-16⁷,
Anlage

- Election Commission of India, 'Instruction of the Commission with respect to use of Social media in Election Campaigning', 25. October 2013⁸,
Anlage

- Electoral Commission of New Zealand, 'Use of Social Media', 09. Mai 2017⁹,
Anlage

- Royal Government of Bhutan, Ministry of Information and Communications, Department of Information and Media, 'Social Media Policy of the Royal Government of Bhutan' (undated)¹⁰.
Anlage

* * * *

7 Im Internet abrufbar unter: <http://www.legco.gov.hk/research-publications/english/1516in01-regulation-of-the-use-of-social-media-in-election-in-selected-places-20151030-e.pdf>.

8 Im Internet abrufbar unter: http://eci.nic.in/eci_main1/current/SocialMedia_CI25102013.pdf.

9 Im Internet abrufbar unter: <http://www.elections.org.nz/parties-candidates/all-participants/use-social-media>.

10 Im Internet abrufbar unter: <https://samsn.ifj.org/wp-content/uploads/2015/07/Bhutan-Draft-Social-Media-Policy.pdf>.