

**Titel** #politics: Social-Media-Plattformen als Ort der politischen Debatte sichern

**AntragstellerInnen** Berlin

**Zur Weiterleitung an**

angenommen  mit Änderungen angenommen  abgelehnt

---

## #politics: Social-Media-Plattformen als Ort der politischen Debatte sichern

- 1 Social-Media-Plattformen sind längst Teil unseres Alltags. Viele Menschen sind dort täglich, viele junge Menschen so-  
2 gar stündlich unterwegs und posten Bilder, Texte oder schreiben mit Freund\*innen. Social-Media-Plattformen sind  
3 ein Ort für alles, für süße Tierbilder und Updates aus dem Freund\*innenkreis, aber sie sind auch ein zentraler Ort für  
4 politische Debatten und Meinungsbildung. Die Wichtigkeit von Social-Media-Plattformen für die politische Kommuni-  
5 kation und Meinungsbildung dürfte spätestens deutlich sein, seit der US-Präsident Drohnenangriffe twittert und die  
6 CDU auf YouTube zerstört wird.
- 7 Social-Media-Plattformen bieten dabei - zumindest theoretisch - auch marginalisierten Stimmen die Möglichkeit sich  
8 Gehör zu verschaffen und politische Argumente einzubringen und Debatten außerhalb der etablierten Medien- und  
9 Politikakteur\*innen anzustoßen. So ermöglichen sie es, dass sich Leute in autoritären Regimen leichter organisie-  
10 ren können, wie Beispiele aus dem Arabischen Frühling zeigen. Aber auch in Demokratien vernetzen sich Bewegun-  
11 gen online und können so ihren Protest beispielsweise bei Fridays For Future oder den Black-Lives-Matter-Protesten  
12 schneller gemeinsam auch in die Offline-Welt übertragen. Allerdings zeigen sich auch deutliche Nachteile dieser of-  
13 fenen Debattenorte.
- 14 Hate Speech
- 15 So hetzten AfD-Anhänger\*innen und andere Rechtsradikale\* in den digitalen Kommentarspalten, Menschen werden  
16 bedroht und eingeschüchtert, sodass sie sich oft aus den digitalen Debatten zurückziehen. Auch wenn die Barrie-  
17 ren, Hate Speech im Internet zu verbreiten deutlich niedriger sind, so stellt Hate Speech kein rein digitales Problem  
18 dar, sondern ist es Symptom für menschenverachtendes Verhalten, welches nach wie vor auf allen Ebenen ange-  
19 gangen werden muss. Im Allgemeinen führt Hate-Speech immer wieder zu einer Debatte darüber, was in sozialen  
20 Medien stehen darf. Soziale Netzwerke werden dabei politisch viel zu oft als eine Art ‚Wilder Westen‘ dargestellt, in  
21 dem Gesetze nicht gelten. Dieses Bild entsteht vermutlich dadurch, dass Hasskommentare oft nicht geahndet wer-  
22 den, auch wenn sie zur Anzeige gebracht werden. Der Umfang von Hate Speech lässt sich weit definieren. Betroffene  
23 erfahren Abwertung, Angriffe oder gegen sie wird zu Hass und Gewalt aufgerufen. Hassrede adressiert regelmäßig  
24 bestimmte Personen und Personengruppen und ist Ausdruck struktureller Diskriminierung und gruppenbezogener  
25 Menschenfeindlichkeit. Die Begriffsbestimmung von Hate Speech ist bedeutend für die strafrechtliche Bewertung.  
26 Dass bspw. antisemitische, rassistische oder frauen\*feindliche Aussagen mit fadenscheinigen Begründungen als zu-  
27 lässige Meinungsäußerungen geurteilt werden, ist kein neues Phänomen. Im Fall von Renate Künast hat das Land-  
28 gericht Berlin wüste sexistische Beschimpfungen gegen die Grünen-Politikerin als „Kommentare mit Sachbezug“ und  
29 nicht als Beleidigung gewertet. Hier ist wichtig hervorzuheben, dass Hassrede von menschenfeindlicher Abwertung  
30 lebt und Gerichte in der Lage sein müssen, eine eindeutige Zuordnung vorzunehmen. Ansonsten mangelt es nicht  
31 nur an Sensibilität auf der Seite der Rechtsanwender\*innen, sondern auch an zuverlässigem rechtlichen Schutz für  
32 Betroffene. Neben klassischen rechtsradikal motivierten Hasskommentaren müssen wir dabei auch geschlechtsspe-  
33 zifische digitale, über Social-Media-Plattformen ausgeübte Gewalt gegen Frauen\* und nichtbinäre Personen in den

34 Fokus setzen. Diese kann beispielsweise in Form von Beleidigungen und Beschimpfungen, Gewalt- bzw. Vergewal-  
35 tigungsandrohungen und -phantasien, Erpressung, Doxxing (die Veröffentlichung privater Informationen ohne das  
36 Einverständnis der betroffenen Person), Mobbing, Identitätsdiebstahl, Stalking, heimlichen Aufnahmen, Bildmonta-  
37 gen in Bezug auf eine Person, Erstellung von täuschend ähnlichen Accounts oder Verleumdungen mit der Absicht,  
38 einer Person zu schaden, stattfinden. Dabei hat digitale Gewalt ähnliche Auswirkungen wie schwerwiegendes Mob-  
39 bing - etwa psychische Beschwerden, psychosomatische Erkrankungen, Depressionen oder Suizidgedanken. Insbe-  
40 sondere von härteren Formen digitaler Gewalt, z.B. sexuelle Belästigung oder Stalking, sind weitaus mehr Frauen\* als  
41 Männer\* und insbesondere junge Frauen\* betroffen. Darüber hinaus hat digitale Gewalt gegen Frauen\* und nicht-  
42 binäre Personen häufig eine Dimension politischer Motivation: Digitale Gewalt trifft Frauen\* und queere Menschen  
43 insbesondere dann oft, wenn diese sich für feministische oder queere Themen einsetzen. Teilweise organisieren sich  
44 Täter\*innen dabei sogar in Chatforen, um gezielt Frauen\* auf beispielsweise Twitter anzugreifen. Dies geschieht in  
45 der Regel aus einer misogynen und/oder queerfeindlichen Motivation der Täter\*innen, die sich durch solche digitale  
46 Gewalt selbst normalisieren kann. Schwarze Frauen\* und queere Personen sowie Women\* und queere Persons of  
47 Color sind zusätzlich zu diesen Attacken ebenfalls massiven rassistischen Angriffen ausgesetzt. Wir erachten es daher  
48 als verheerend, dass durch digitale Gewalt zum einen Frauen\* und nichtbinäre Menschen sowie Schwarze Personen  
49 und People of Color systematisch aus dem demokratischen Raum Social Media gedrängt werden, und zum anderen  
50 die öffentliche Debatte in, aber auch durch Soziale Medien systematisch in Richtung tendenziell antifeministischer,  
51 männlich geprägter Inhalte verschoben bzw. verzerrt wird.

52 Die Bundesregierung und der damalige Justizminister Heiko Maas reagierten auf diesen Hate-Speech mit  
53 der Einführung des sogenannten Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Dies verpflichtet die Social-Media-  
54 Plattformbetreiber\*innen mit mehr 2 Millionen Nutzer\*innen Beleidigungen und andere „rechtswidrige“ Inhalte in-  
55 nerhalb einer 7-Tage-Frist nach Eingang einer Beschwerde zu löschen, bei „offensichtlich rechtswidrigen“ Inhalten  
56 beträgt die Frist 24 Stunden nach Eingang der Beschwerde. Die Entscheidung, was „offensichtlich rechtswidrig“ ist,  
57 wird dabei allerdings nicht von Gerichten getroffen, sondern von den Plattformen selbst. Dies lehnen wir ab, da die  
58 Entscheidung, welche Posts und Kommentare den Strafbestand der Volksverhetzung, Beleidigungen etc. erfüllen, in  
59 einem Rechtsstaat von Gerichten zu entscheiden ist und nicht nach undurchsichtigen Regelungen privatwirtschaft-  
60 licher Unternehmen. Zwar schließt das NetzDG nicht aus, dass gemeldete Kommentare ebenfalls strafrechtlich zur  
61 Anzeige gebracht werden können, die Frage, was aufgrund des NetzDG zu löschen ist und was nicht, trifft allerdings  
62 ausschließlich zunächst das Unternehmen. Da die Plattformbetreiber\*innen in Falle von Nicht-Löschungen mit Geld-  
63 strafen belegt werden können, führt dies in der Praxis dazu, dass immer mehr Inhalte gelöscht und Nutzer\*innen  
64 gesperrt werden - auch Journalist\*innen, Satiriker\*innen und Politiker\*innen sind davon betroffen. Welche Posts da-  
65 bei gelöscht werden, und welche nicht, ist dabei oft nicht nachzuvollziehen. So gibt es Fälle, in denen wortgleiche  
66 Posts von einigen Nutzer\*innen gelöscht werden, während andere identische Posts vorhanden bleiben.

67 Das NetzDG wurde im Rahmen eines 'Gesetzespaket gegen Hass und Hetze' im Juni 2020 überarbeitet. Die zentralste  
68 Änderung ist hierbei die Einführung einer Meldepflicht für Social-Media-Plattformen an das Bundeskriminalamt  
69 (BKA). Diese verpflichtet die Betreiber\*innen der Social-Media-Plattformen, Posts, die sie für strafrechtlich relevant  
70 halten, nicht mehr nur zu löschen, sondern auch an das BKA zu melden. Informationen, die für die Identifikation der  
71 Nutzer\*innen notwendig sind sind dabei ebenfalls zu übermitteln. Als solche Informationen werden im NetzDG ex-  
72 plizit die IP-Adresse und die Port-Nummer der Nutzer\*innen genannt, sofern diese vorhanden sind. Eine IP-Adresse  
73 ist eine Art virtuelle Adresse, während eine Port-Nummer eine Art digitaler Fingerabdruck ist, die ein Gerät identi-  
74 fizieren kann. Allerdings werden Port-Nummern von den meisten Netzbetreiber\*innen nicht erfasst, ebenso kön-  
75 nen IP-Adressen durch beispielsweise die Nutzung von Virtual-Privat-Networks (VPN), bei der die Internetaktivitäten  
76 über verschiedene IP-Adressen gelenkt werden, verschleiert werden, sodass die ursprüngliche nicht mehr erkennbar  
77 ist. Diese Meldepflicht gilt für die Verbreitung von Propagandamitteln oder die Verwendung von Kennzeichen ver-  
78 fassungswidriger Organisationen, die Vorbereitung einer schweren staatsgefährdenden Gewalttat, der Bildung und  
79 Unterstützung krimineller oder terroristischer Vereinigungen, die Verbreitung kinderpornographischer Inhalte, aber  
80 auch für volksverhetzende Posts und Gewaltdarstellungen, die Belohnung und Billigung von Straftaten oder Bedro-  
81 hungen. Ausgeschlossen von dieser Meldepflicht sind hingegen Beleidigungen, üble Nachrede sowie Verleumdung.  
82 In solchen Fällen sollen die Plattformen stattdessen Nutzer\*innen Informationen bereitstellen, wie sie eine Strafan-  
83 zeige stellen können. Wenn ein Post an das BKA gemeldet wird, überprüft dieses, ob der Post eine Straftat darstellt.  
84 Falls dies zutrifft, kann das BKA weitere Nutzer\*innendaten anfordern, damit der Fall an die jeweils zuständige Lan-  
85 desbehörde überwiesen werden kann.

86 Diese Meldepflicht erleichtert zwar eine juristische Verfolgung, allerdings bleibt die erste Entscheidung, welche Inhalte

87 strafrechtlich relevant sind und damit weitergeleitet werden müssen, den Plattformbetreiber\*innen überlassen und  
88 nicht - wie in einem Rechtsstaat notwendig - den Gerichten. Da den Betreiber\*innen Geldstrafen drohen, wenn sie  
89 strafrechtlich relevante Inhalte nicht melden, ist es wahrscheinlich, dass auch Posts an das BKA gemeldet werden, die  
90 nicht strafrechtlich relevant sind. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund der bisherigen Lösch-Praxis der Unter-  
91 nehmen zu befürchten. Daher kann die Meldepflicht auch führen, dass vielfach Nutzer\*innendaten an das BKA wei-  
92 tergeleitet und dort gespeichert werden, ohne dass eine Straftat vorliegt. Nutzer\*innen werden erst nach vier Wochen  
93 informiert, falls ihr Posts und ihre Daten an das BKA übermittelt worden sind, sofern das BKA diesem nicht vorher wi-  
94 derspricht. **Wir lehnen diese Datenweitergabe an das BKA ohne einen vorherigen juristischen Beschluss ab. Die**  
95 **bloße Einschätzung eines privaten Unternehmens darf nicht dazu führen, dass massenweise Nutzer\*innen-**  
96 **daten an Strafverfolgungsbehörden weitergereicht werden. Viele Beleidigungen, Drohungen, gezielte Des-**  
97 **informationen und Diffamierungen verstoßen bereits jetzt klar gegen das Gesetz, es besteht lediglich ein**  
98 **Vollzugsdefizit. Deshalb fordern wir auf soziale Medien zugeschnittene Schwerpunktstaatsanwaltschaften**  
99 **an allen Landgerichten Deutschlands, um Ermittlungsverfahren tatsächlich durchzuführen. Darüber hinaus**  
100 **fordern wir niedrigschwellige Meldestellen für Online-Delikte bei den LKAs.**

101 Eine Alternative zu dieser Datenweitergabe ist das sogenannte Quick-Freeze-Verfahren. Dabei werden Daten bei ei-  
102 nem Verdacht auf ein strafbares Verhalten bis zu zwei Monaten gespeichert und erst nach einem richterlichen Be-  
103 schluss an die Strafverfolgungsbehörden ausgehändigt werden. Angewandt auf das NetzDG hieße das, dass Nut-  
104 zer\*innendaten von einem gemeldeten Post zunächst von den Plattformbetreiber\*innen gespeichert werden müss-  
105 ten und nach einem richterlichen Beschluss über den betreffenden Posts an die Behörden weitergegeben werden  
106 müssten. Somit würde verhindert werden, dass Betreiber\*innen von Social-Media-Plattformen massenhaft direkt  
107 Daten ohne richterlichen Beschluss an Strafverfolgungsbehörden weiterreichen. Allerdings ist auch dieses Verfahren  
108 durchaus kritisch zu betrachten, da Nutzer\*innendaten auch hier zunächst ohne juristische Kontrolle gespeichert  
109 werden würden. Auch besonders aufgrund der oben genannten Problematiken bei der Erfassung der Identifikati-  
110 onsnummern, wie der Verschleierung von IP-Adressen, ist auch dieses Vorgehen unverhältnismäßig.

111 Ein weiterer Punkt gegen die Meldepflicht ist das Widerspruchsrecht, dass Nutzer\*innen nach einem Beschluss der  
112 Regierung aus dem April 2020 gegen die Löschung ihrer Posts erhalten sollen. Dies soll die Plattformbetreiber\*innen  
113 dazu zwingen, auf Antrag der Nutzer\*innen ihre Entscheidung gegenüber diesen zu begründen und erneut zu prüfen.  
114 Ebenso muss der\*die Nutzer\*in die Möglichkeit zur Stellungnahme erhalten. Durch die Meldepflicht könnte es daher  
115 im Rahmen von stattgegeben Widersprüchen dazu kommen, dass Posts wieder online gestellt werden, dass BKA  
116 dennoch bereits die Nutzer\*innendaten erhalten hat.

117 Sofern es sich um besonders schwere Straftaten (wie Gefahr für Leben) handelt, hat das BKA auch die Möglichkeit  
118 Passwörter anzufordern, was einen Eingriff in das Fernmeldegeheimnis darstellt. Diese Pflicht zur Passwortweiter-  
119 gabe gilt dabei nicht nur für Plattformen, die unter das NetzDG fallen, sondern für alle Anbieter\*innen von digitalen  
120 Medien (sog. Telemedien). Diese Passwortweitergabe ist allerdings wenig erfolgversprechend, da Passwörter nach  
121 der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) von den Plattformen nur verschlüsselt gespeichert und somit auch nur  
122 verschlüsselt weitergegeben werden können. Daher müssen die Passwörter von den jeweiligen Stellen zunächst ent-  
123 schlüsselt werden, was viel Zeit in Anspruch nimmt, sofern das Entschlüsseln überhaupt gelingt. Über die Weitergabe  
124 ihres Passworts werden die Nutzer\*innen nicht informiert. **Diese Weitergabe von Passwörtern sehen wir als Ein-**  
125 **schränkung von Freiheitsrechten im Internet allgemein. Das Vorgehen gegen Hate Speech darf nicht daran**  
126 **geknüpft sein, dass Nutzer\*innen damit rechnen müssen, dass ihre Daten an Strafverfolgungsbehörden oder**  
127 **den Verfassungsschutz weitergereicht werden.**

128 Im Zuge rechtsterroristischer Anschläge entflammte ebenso erneut eine Debatte über die sogenannte Klarnamen-  
129 pflicht im Internet und auf Social-Media-Plattformen. Diese von konservativen Politiker\*innen geforderte Klarnamen-  
130 pflicht sieht vor, dass keine Anonymität auf Social-Media-Plattformen bestehen darf und Nutzer\*innen nur noch unter  
131 ihrem richtigen Namen Inhalte posten dürfen. **Diese Forderungen stellt einen massiven Eingriff in die Privatsphä-**  
132 **re von Nutzer\*innen dar, den wir entschieden ablehnen.** Einerseits wird selbst Hate-Speech, der unter Klarnamen  
133 veröffentlicht wird, derzeit nicht immer adäquat verfolgt. Andererseits haben auch in einem Rechtsstaat viele Men-  
134 schen nachvollziehbare Gründe, weshalb sie nicht unter einem Klarnamen kommunizieren. Wer sich beispielsweise  
135 antifaschistisch engagiert, kann sich in einigen Gegenden Deutschlands nicht offen dazu bekennen, ohne erhebli-  
136 che Risiken für das alltägliche Leben auf sich zu nehmen. Um die Privatsphäre der Nutzer\*innen zu schützen, muss  
137 auch untersagt werden, dass Gesichtserkennungsprogramme Social-Media-Plattformen als Datenbanken nutzen, die  
138 dann ebenfalls Strafverfolgungsbehörden zugänglich gemacht werden. Dies kann dazu führen, dass Menschen sich

139 nicht trauen, beispielsweise an Demonstrationen teilzunehmen, da sie dort meist keine Kontrolle haben, wer dort  
140 von ihnen Fotos macht und anschließend auf Social-Media-Plattformen veröffentlicht.

141 Wir sehen die dringende Notwendigkeit, deutliche rechtliche Schritte gegen Hate-Speech zu setzen, allerdings darf  
142 und kann die Einschränkung grundlegender digitaler Freiheitsrechte nicht die Lösung sein. Die Freiheit des Internets  
143 darf nicht der Preis für jahrelange Versäumnisse im Bereich der Bekämpfung von Rechtsterrorismus sein. **Wir for-**  
144 **dern anstatt der Verschärfung der Gesetze, die bestehenden Gesetze anzuwenden und Straftaten wie Hate-**  
145 **Speech konsequent zu verfolgen.** Wir sind uns des Spannungsfeldes zwischen der Freiheit des Internet und seiner  
146 Nutzer\*innen sowie dem Aufkommen von Hate-Speech durchaus bewusst. **In diesem hochsensiblen Bereich ist**  
147 **daher auch eine besondere Schulung und Ausbau der betreffenden Stellen bei Polizei und Justiz sowie die**  
148 **Verbesserung und Ausweitung der Angebote für Betroffene notwendig.**

149 Gezielte Desinformationen & Politische Werbung

150 Hate-Speech ist allerdings nicht die einzige Gefährdung der öffentlichen Debatte auf Social-Plattformen. Gezielte Des-  
151 informationen (sogenannte "Fake News") verbreiten sich insbesondere auf Social-Media-Plattformen schnell. Gezielte  
152 Desinformationen können dabei auch gezielt von sogenannten „Bots“ (Accounts, die von Programmen gestreut wer-  
153 den, die automatisiert Inhalte posten) gestreut werden. Diese Desinformationen werden meistens verbreitet, um  
154 Parteien und Kandidat\*innen einen Vorteil zu bereiten, indem beispielsweise politische Gegner\*innen in ein schlech-  
155 tes Licht gerückt werden. Gezielte Desinformationen werden auch dazu genutzt, um die Diskussion von Themen zu  
156 beeinflussen. Beispiele hierfür sind die Streuung von Falschmeldungen über Übergriffe von Geflüchteten\*, die gezielt  
157 verbreitet werden, um die Stimmung gegen geflüchtete Menschen aufzuheizen. Insbesondere vor Wahlen stellt die-  
158 se Beeinflussung des Meinungsklimas ein deutliches Problem dar, wie der Präsidentschaftswahlkampf der USA 2016  
159 oder auch der Vorlauf zum Brexit-Votum zeigte. Die Betreiber\*innen der bekanntesten Social-Media-Plattformen so-  
160 wie u.a. Vertreter\*innen der Werbeindustrie unterzeichneten unter Leitung der Europäischen Kommission daraufhin  
161 einen Verhaltenskodex, also eine Selbstverpflichtung, um solchen Desinformationen entgegen zu wirken. Dieser Ko-  
162 dex beinhaltet u.a. die Zusagen, Werbeanzeigen auf gezielte Desinformationen zu überprüfen, politische Werbung  
163 und Anzeigen deutlich zu kennzeichnen, Regelungen zu Bots in ihren Nutzungsbedingungen festzulegen, die Position  
164 von Nutzer\*innen zur Nutzung der Plattformen allgemein zu stärken sowie Forschungen zu gezielte Desinformatio-  
165 nen zu fördern und nicht zu hindern.

166 Allerdings wurden auch im Vorlauf zur Europawahl unter der Begründung, dass Posts gegen die Richtlinien zu politi-  
167 schen Inhalten und Wahlen verstoßen würden, Posts ohne erkenntliche Gründe gelöscht und Nutzer\*innen gesperrt.  
168 Auch Politiker\*innen, wie Sawsan Chebli, und Zeitungen, wie die Jüdische Allgemeine, waren davon betroffen. Weiter-  
169 gehend kritisieren mittlerweile auch mehrere Landesmedienanstalten, die für die Überwachung der Regulierungen  
170 von Rundfunkmedien und Telemedien zuständig sind, dass die bisherigen Maßnahmen zur Bekämpfung von gezielte  
171 Desinformationen intransparent und unzureichend sind. Die Selbstregulierung der Plattformen in diesem Bereich ist  
172 daher als gescheitert zu betrachten, wie die Landesmedienanstalten ebenfalls schlussfolgern. Es braucht daher klare  
173 Vorgaben, wie mit gezielte Desinformationen umzugehen ist und welche Schritte Plattformen ergreifen müssen, um  
174 diesen entgegenzuwirken. Dies darf nicht länger auf freiwilliger Basis entschieden werden, da gezielte Desinformatio-  
175 nen die politische Meinungsbildung und das Meinungsklima auf undemokratische Weise beeinflussen können. **Hier**  
176 **sehen wir die Gesetzgeber\*innen in der Pflicht, Wege zu finden, wie mit gezielte Desinformationen - insbeson-**  
177 **dere im Rahmen von Wahlkämpfen - umgegangen werden muss. Dabei darf es keine staatlichen Instanzen**  
178 **geben, die festlegen, was Wahrheit ist und was nicht. Stattdessen halten wir beispielsweise Warnhinweise ne-**  
179 **ben mutmaßlich gezielten Desinformationen für sinnvoll, sofern diese durch unabhängige Faktenchecker\*in-**  
180 **nen überprüft wurden und für falsch befunden worden. Inwiefern eine solche Einstufung als mutmaßliche**  
181 **gezielte Desinformation vorgenommen wird, ist nach festgelegten, transparenten Kriterien zu entscheiden.**  
182 **Diese Faktenchecker\*innen sollten einen journalistischen Hintergrund haben und nicht von Plattformen als**  
183 **Arbeitgeber\*innen abhängig sein. Um es den Nutzer\*innen leichter zu machen, gezielte Desinformationen**  
184 **zu erkennen, fordern wir Aufklärungskampagnen über gezielte Desinformationen, die von den Landesme-**  
185 **dienanstalten zu entwickeln sind und über die Social-Media-Plattformen unentgeltlich ausgespielt werden**  
186 **müssen.**

187 Neben gezielten Desinformationen ist das Kaufen von Likes, Kommentaren usw. und somit von Reichweite ebenfalls  
188 eine Möglichkeit, Einfluss auf das Meinungsklima und die politische Meinungsbildung über Social-Media-Plattformen  
189 zu nehmen. Während im traditionellen Rundfunk (Fernsehen, Radio) politische Werbung generell verboten ist und es  
190 nur klare Ausnahmeregelungen für die Zeit vor Wahlkämpfen gibt, gibt es für Social-Media-Plattformen keine solche

191 Regelungen. Dies ist insbesondere kritisch, da politische Werbung auf diesen Plattformen oft nicht eindeutig als sol-  
 192 che gekennzeichnet ist - beispielsweise wenn Bots eingesetzt werden, oder Likes gekauft werden, um die Reichweite  
 193 von Postings zu erhöhen. Zwar gab es vor der Bundestagswahl 2017 die Zusicherungen von allen demokratischen  
 194 Parteien, keine Social Bots (Bots, die Profile bespielen und oft nicht als automatisiert zu erkennen sind) zu verwen-  
 195 den, allerdings gibt es hierzu nach wie vor keine gesetzlichen Regelungen. Die AfD kündigte damals an, explizit Social  
 196 Bots einsetzen zu wollen, was die Notwendigkeit einer Regelung verdeutlicht. **Wir fordern eine allgemeine Kenn-  
 197 zeichnungspflicht von Social Bots und ein Verbot von diesen und anderen Maßnahmen wie das Kaufen von  
 198 Likes, Kommentaren usw. zur künstlichen Generierung von Reichweite für politische Posts. Politische Wer-  
 199 bung muss stets deutlich als solche erkennbar seien.** Dies ist allerdings klar abzugrenzen, von der privaten und  
 200 unbezahlten politischen Meinungsäußerung von Influencer\*innen. Selbstverständlich haben diese das Recht, ihre  
 201 Meinung frei zu äußern.

#### 202 Social-Media-Plattformen und Meinungsmacht

203 Private Social-Media-Plattformen sind nicht der Sicherstellung der Meinungsvielfalt verpflichtet, sondern können alle  
 204 Posts löschen, die gegen ihre Nutzungsbedingungen verstoßen. Daher ist der Vorwurf der Zensur, wenn Posts ge-  
 205 löscht werden, nicht passend, da lediglich staatliche Institutionen die Meinungsfreiheit - und Vielfalt sichern müssen.  
 206 Dies stellt allerdings ebenfalls ein Problem dar, da Social-Media-Plattformen eine deutliche Meinungsmacht inneha-  
 207 ben. Damit ist gemeint, dass was dort gepostet wird, den politischen Diskurs beeinflussen kann. Allein Facebook hatte  
 208 2019 in Deutschland 32 Millionen Nutzer\*innen, während die Tagesschau beispielsweise 2019 durchschnittlich von  
 209 ca. 9.8 Millionen Zuschauer\*innen gesehen wurde. Wenn solch große Social-Media-Plattformen allerdings beschlie-  
 210 ßen würden, keinen politischen Content von Parteien links der CDU zuzulassen, ist es fraglich, ob es Möglichkeiten  
 211 gebe, dagegen rechtlich vorzugehen. Die traditionellen Rundfunkmedien sind durch den Rundfunkstaatsvertrag aus  
 212 eben diesen Gründen der Meinungsmacht dazu verpflichtet, eine Vielfalt an Meinungen abzubilden. Dies gilt - wenn  
 213 auch in geringerem Umfang im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Anbieter\*innen - auch für private Rundfunkan-  
 214 stalten. Wie politische Meinungen auf Social-Media-Plattformen auch von staatlicher Seite zensiert werden können,  
 215 zeigt die Plattform TikTok. Diese Plattform kommt, anders als die anderen meistgenutzten Plattformen in Deutsch-  
 216 land, nicht aus den USA, sondern aus China. Die App, die insbesondere bei jungen Menschen und Minderjährigen  
 217 sehr beliebt ist, löscht Inhalte, die sich gegen die chinesische Regierung richten oder aus sonstigen Gründen der  
 218 Plattform missfallen, oder filtert diese heraus, sodass sie entweder überhaupt nicht mehr für andere Nutzer\*innen  
 219 sichtbar sind oder ihre Reichweite stark eingeschränkt wird. Recherchen von Netzaktivist\*innen haben ebenso of-  
 220 fen gelegt, dass die Reichweite von Menschen mit Beeinträchtigungen gezielt eingeschränkt wird - angeblich um  
 221 die betroffenen Personen vor Mobbing zu schützen. In Wirklichkeit werden damit marginalisierte Stimmen auch auf  
 222 Social-Media-Plattformen verdrängt - und das völlig legal.

#### 223 Social-Media-Plattformen als Ort der demokratischen Debatte sichern

224 **Wir wollen Social-Media-Plattformen, die online die Gesellschaft der Freien und Gleichen verwirklichen.** In  
 225 der alle gleichberechtigt teilhaben und sich äußern können ohne Angst haben zu müssen, bedroht oder beleidigt  
 226 zu werden. In der nicht privatwirtschaftliche Interessen bestimmen, was wie diskutiert wird, sondern die Menschen  
 227 selbst, wobei die einzigen Einschränkungen demokratisch legitimierte Gesetze sind, die die Rechte von Minderheiten  
 228 und Einzelpersonen wirksam schützen. Dies ist für uns grundlegend für einen demokratischen Diskurs. Nach den  
 229 jetzigen Strukturen ist das nicht möglich. Daher müssen wir Gegenvorschläge machen, wie wir dieses Ideal erreichen  
 230 wollen.

231 Eine Möglichkeit ist die bestehenden **Social-Media-Plattformen in öffentlich-rechtliche Netzwerke in Anleh-  
 232 nung an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu überführen oder entsprechend neue Plattformen  
 233 zu schaffen.** Zentrale Herausforderungen sind hier allerdings die Sicherstellung, dass keine staatlichen Akteur\*in-  
 234 nen und Institutionen Zugriff auf die Daten dieser Netzwerke bekommen und keine Zensur vorgenommen wird. Da  
 235 soziale Medien international verfügbar sind und dies auch weiterhin sein müssen, muss dieser Schritt auf der Ebene  
 236 der internationalen Staatengemeinschaft durchgesetzt werden. Wir erkennen allerdings an, dass die Schaffung von  
 237 öffentlich-rechtlichen Netzwerken auf internationaler Ebene ein langfristiger und hochkomplexer Prozess ist. Daher  
 238 ist dies unser langfristiges Ziel. Die Zusammenarbeit der Bundesregierung mit autoritären Regimen in diesem Bereich  
 239 lehnen wir ab.

240 Allerdings brauchen wir dennoch Wege, die Meinungsmacht privater Social-Media-Plattformen dennoch schnellst-  
 241 möglich einzugrenzen und sie zum Erhalt der Meinungsvielfalt zu verpflichten. Dies ist notwendig, da die Frage,

242 welche Inhalte gelöscht werden, und wer in welchem Ausmaß zu Wort kommt, besonders bei politischen Inhalten  
243 von höchster Relevanz ist. Die Regulierung von Medien ist immer ein hochsensibler Akt, da die freie Meinungsäuße-  
244 rung und freie Medien feste Grundpfeiler jeder Demokratie sind. Wir stellen allerdings fest, dass es im Bereich der  
245 Social-Media-Plattformen dennoch eindeutig Regelungen braucht, da sie höchst relevante Akteur\*innen in der Me-  
246 dienlandschaft und der politischen Meinungsbildung darstellen. Wir sehen den Medienstaatsvertrag, der bereits von  
247 allen Ministerpräsident\*innen unterzeichnet wurde und nach der Ratifizierung durch die Landesparlamente voraus-  
248 sichtlich im September 2020 in Kraft treten soll und für alle Plattformen mit mind. einer Million Nutzer\*innen gelten  
249 wird, als einen ersten wichtigen Schritt. Dieser umfasst einige wichtige Punkte, wie eine Kennzeichnungspflicht von  
250 Bots, die Sicherstellung der Gleichbehandlung von journalistisch-redaktionellen Angeboten, sodass Algorithmen kei-  
251 ne bestimmten Inhalte bevorzugen dürfen, sowie die Verpflichtung zur journalistischen Sorgfaltspflicht und Strafe  
252 für Desinformationen. Diese Schritte gehen zwar in die richtige Richtung, die scheinbare wahllose Löschung von poli-  
253 tischen Inhalten bleibt dadurch allerdings unberührt, genauso wie der Missbrauch von Social-Media-Plattformen im  
254 Wahlkampf.

255 Die etablierten kapitalistischen Plattformbetreiber\*innen haben es geschafft, die dezentrale Struktur des frühen In-  
256 ternets zu monopolisieren. Dieser Plattform-Kapitalismus ist nichts anders als die Ökonomisierung des öffentlichen  
257 Diskurses. Die algorithmischen Verfahren, die beispielsweise den eigenen Twitter- oder Facebook-Feed zusammen-  
258 stellen, sollen uns möglichst lange auf den jeweiligen Seiten verweilen lassen, sodass möglichst viele Werbeanzeigen  
259 verkauft werden können. Schon allein deshalb kann ein neutraler öffentlicher Diskursraum nicht endgültig durch den  
260 Plattform-Kapitalismus geschaffen werden. Diese Gewinnorientierung erschwert die Regulierung dieser privaten, ge-  
261 winnorientierten Social-Media-Plattformen weiter. Der Zugang zu den Plattformen wird den Nutzer\*innen entgeltfrei  
262 zur Verfügung gestellt. Im Gegenzug erhalten die Plattformbetreiber\*innen die entsprechenden Nutzer\*innendaten,  
263 welche sie sammeln, auswerten und privaten Werbeträger\*innen zur Verfügung stellen, um diesen auf bestimmte  
264 Zielgruppen zugeschnittene Werbeangebote zu ermöglichen. Die Profitquelle der Unternehmen ist also nicht der  
265 Plattformbetrieb an sich, sondern der Verkauf von Werbefläche. Da emotionalisierende Inhalte mehr Aufrufe generie-  
266 ren, und somit auch rentablere Werbeflächen darstellen, sind gezielte Desinformationskampagnen, die die Nutzerin-  
267 nen empören und aufbringen, deshalb für die Plattformbetreiber\*innen sogar von Vorteil. Mehr noch: die Entfernung  
268 von gezielten Desinformationen, die viel geklickt und geteilt werden, steht im direkten Konflikt zur Profitorientierung  
269 der Unternehmen. Nur mit massiver öffentlicher Aufmerksamkeit und damit verbundenen Einbrüchen seiner Ak-  
270 tien, konnte beispielsweise Facebook im Nachgang der U.S. Wahl 2016 überhaupt dazu motiviert werden, nur ein  
271 wenig zu handeln. Aufgrund der Monopole und Oligopole im Bereich der sozialen Medien, in denen sich Öffent-  
272 lichkeiten zentral in wenigen Plattformen sammeln, sind alternative Plattformen für Nutzer\*innen dazu oft einfach  
273 keine Option. **Wir schließen uns deshalb der Forderung vieler progressiver Stimmen weltweit an, und fordern**  
274 **die Zerschlagung der großen Plattformbetreiber\*innen.** Im Kartellrecht müssen Regeln festgeschrieben werden,  
275 die die Kombination bestimmter Geschäftsmodelle untersagen. Fusionen von digitaler Anbieter mit Monopolstellung  
276 sind grundsätzlich zu untersagen. Denn wenn ein Unternehmen sich lediglich auf den Plattformbetrieb konzentriert,  
277 und die Klickzahlen und die daraus generierten Profite in den Hintergrund rücken, besteht kein natürliches Interes-  
278 se mehr, sich gegen die Entfernung der gezielten Desinformationen zu wehren. Neben dieser Zerschlagung müssen  
279 auch bereits bestehende Alternativen zu den etablierten, zentralisierten Social-Media-Plattformen gefördert werden,  
280 wie dezentrale Netzwerke. Im Gegensatz zu ihren zentralisierten Pendanten laufen diese mit freier Software auf vielen  
281 verschiedenen Servern, die auf Basis offener Standards ein gemeinsames Netzwerk bilden. Damit hat kein\*e Betrei-  
282 ber\*in die alleinige Macht über die Plattform. Dennoch können aber die einzelnen Instanzen moderiert werden und  
283 die dortigen Benutzer\*innen für Vergehen sanktioniert werden (beispielsweise durch Account-Sperren). Die momen-  
284 tan gültigen Regularien verhindern derzeit, dass sich solche - meist von kleinen Akteur\*innen - getragenen Netzwerke  
285 etablieren können. Die aktuellen Anforderungen, beispielsweise im Bereich des Urheber\*innenrechts lassen sich nur  
286 von großen, gewinnorientierten Plattformen erfüllen. **Langfristig fordern wir daher, dass die Rechtslage die Ver-  
287 breitung von dezentralen, gemeinnützig organisierten Plattformen begünstigt und fördert. Teile von solchen**  
288 **Netzwerken können z.B. auch von öffentlich-rechtlichen organisierten Betreiber\*innen bereitgestellt wer-  
289 den. Außerdem fordern wir, dass die großen Plattformen zur Interoperabilität verpflichtet werden. Plattfor-  
290 men müssen sich für andere Anbieter öffnen. So wird die Souveränität der Nutzer\*innen gestärkt.**

291 **Darüber hinaus fordern wir die Weiterentwicklung des Medienstaatsvertrags in einen Netzwerk-**  
292 **Staatsvertrag für Social-Media-Plattformen auf europäischer Ebene in Anlehnung an den Staatsvertrag für**  
293 **private Rundfunkmedien.** Dieser muss klare Regelungen für die oben benannten Probleme bereitstellen. Insbe-  
294 sondere müssen sich die Social-Media-Plattformen verpflichteten, politische Meinungsäußerungen zuzulassen und

295 nur politische Posts zu löschen, deren Rechtswidrigkeit festgestellt wurde. Löschungen aufgrund eigener politischer  
296 Überzeugungen der Netzwerkbetreiber\*innen sind durch den Netzwerk-Staatsvertrag als unzulässig festzustellen,  
297 ebenso wie die Einschränkung der Reichweite von Nutzer\*innen. Betreiber\*innen von Social-Media-Plattformen ha-  
298 ben die Algorithmen, welche die Inhaltsauswahl beispielsweise auf der Startseite (den sogenannte 'Feed') bestimmen,  
299 offenzulegen und diese transparent und nachvollziehbar darzustellen. Die Landesmedienanstalten sowie ihre euro-  
300 päischen Äquivalente sind entsprechend aufzustoßen, um die Umsetzung dieser Regelungen zu kontrollieren.

301 Ein solcher Netzwerk-Staatsvertrag wird nicht alle genannten Probleme und Herausforderungen sofort lösen können,  
302 die mit Social-Media-Plattformen eingehen. Wir sehen allerdings dies als einen entscheidenden ersten Schritt, dass  
303 rechtliche Regelungen dafür sorgen, Social-Media-Plattformen als einen öffentlichen Ort der politischen Debatte zu  
304 sichern. Insbesondere zur Bekämpfung von Hate-Speech werden noch weitere Schritte notwendig sein.

305