

Antrag 150/I/2020**Jusos LDK****Der Landesparteitag möge beschließen:****Der Bundesparteitag möge beschließen:****#politics: Social-Media-Plattformen als Ort der politischen Debatte sichern**

1 Social-Media-Plattformen sind längst Teil unseres Alltags.
 2 Viele Menschen sind dort täglich, viele junge Menschen
 3 sogar stündlich unterwegs und posten Bilder, Texte oder
 4 schreiben mit Freund*innen. Social-Media-Plattformen
 5 sind ein Ort für alles, für süße Tierbilder und Updates
 6 aus dem Freund*innenkreis, aber sie sind auch ein zen-
 7 traler Ort für politische Debatten und Meinungsbildung.
 8 Die Wichtigkeit von Social-Media-Plattformen für die poli-
 9 tische Kommunikation und Meinungsbildung dürfte spä-
 10 testens deutlich sein, seit der US-Präsident Drohnenan-
 11 griffe twittert und die CDU auf YouTube zerstört wird.

12
 13 Social-Media-Plattformen bieten dabei - zumindest theo-
 14 retisch - auch marginalisierten Stimmen die Möglich-
 15 keit sich Gehör zu verschaffen und politische Argumen-
 16 te einzubringen und Debatten außerhalb der etablierten
 17 Medien- und Politikakteur*innen anzustoßen. So ermögli-
 18 chen sie es, dass sich Leute in autoritären Regimen leich-
 19 ter organisieren können, wie Beispiele aus dem Arabi-
 20 schen Frühling zeigen. Aber auch in Demokratien vernet-
 21 zen sich Bewegungen online und können so ihren Pro-
 22 test beispielsweise bei Fridays For Future oder den Black-
 23 Lives-Matter-Protesten schneller gemeinsam auch in die
 24 Offline-Welt übertragen. Allerdings zeigen sich auch deut-
 25 liche Nachteile dieser offenen Debattenorte.

26
 27 Hate Speech
 28 So hetzten AfD-Anhänger*innen und andere Rechtsradi-
 29 kale* in den digitalen Kommentarspalten, Menschen wer-
 30 den bedroht und eingeschüchtert, sodass sie sich oft aus
 31 den digitalen Debatten zurückziehen. Auch wenn die Bar-
 32 rieren, Hate Speech im Internet zu verbreiten deutlich
 33 niedriger sind, so stellt Hate Speech kein rein digitales Pro-
 34 blem dar, sondern ist es Symptom für menschenverach-
 35 tendes Verhalten, welches nach wie vor auf allen Ebenen
 36 angegangen werden muss. Im Allgemeinen führt Hate-
 37 Speech immer wieder zu einer Debatte darüber, was in
 38 sozialen Medien stehen darf. Soziale Netzwerke werden
 39 dabei politisch viel zu oft als eine Art ‚Wilder Westen‘ dar-
 40 gestellt, in dem Gesetze nicht gelten. Dieses Bild entsteht
 41 vermutlich dadurch, dass Hasskommentare oft nicht ge-
 42 ahndet werden, auch wenn sie zur Anzeige gebracht wer-
 43 den. Der Umfang von Hate Speech lässt sich weit definie-
 44 ren. Betroffene erfahren Abwertung, Angriffe oder gegen
 45 sie wird zu Hass und Gewalt aufgerufen. Hassrede adres-
 46 siert regelmäßig bestimmte Personen und Personengrup-
 47 pen und ist Ausdruck struktureller Diskriminierung und

Empfehlung der Antragskommission**Annahme in der Fassung der AK (Konsens)**

Social-Media-Plattformen sind längst Teil unseres Alltags.
 Viele Menschen sind dort täglich, viele junge Menschen
 sogar stündlich unterwegs und posten Bilder, Texte oder
 schreiben mit Freund*innen. Social-Media-Plattformen
 sind ein Ort für alles, für süße Tierbilder und Updates
 aus dem Freund*innenkreis, aber sie sind auch ein zen-
 traler Ort für politische Debatten und Meinungsbildung.
 Die Wichtigkeit von Social-Media-Plattformen für die poli-
 tische Kommunikation und Meinungsbildung dürfte spä-
 testens deutlich sein, seit der US-Präsident Drohnenan-
 griffe twittert und die CDU auf YouTube zerstört wird.

Social-Media-Plattformen bieten dabei - zumindest theo-
 retisch - auch marginalisierten Stimmen die Möglich-
 keit sich Gehör zu verschaffen und politische Argumen-
 te einzubringen und Debatten außerhalb der etablierten
 Medien- und Politikakteur*innen anzustoßen. So ermögli-
 chen sie es, dass sich Leute in autoritären Regimen leich-
 ter organisieren können, wie Beispiele aus dem Arabi-
 schen Frühling zeigen. Aber auch in Demokratien vernet-
 zen sich Bewegungen online und können so ihren Pro-
 test beispielsweise bei Fridays For Future oder den Black-
 Lives-Matter-Protesten schneller gemeinsam auch in die
 Offline-Welt übertragen. Allerdings zeigen sich auch deut-
 liche Nachteile dieser offenen Debattenorte.

Hate Speech
 So hetzten AfD-Anhänger*innen und andere Rechtsradi-
 kale* in den digitalen Kommentarspalten, Menschen wer-
 den bedroht und eingeschüchtert, sodass sie sich oft aus
 den digitalen Debatten zurückziehen. Auch wenn die Bar-
 rieren, Hate Speech im Internet zu verbreiten deutlich
 niedriger sind, so stellt Hate Speech kein rein digitales Pro-
 blem dar, sondern ist es Symptom für menschenverach-
 tendes Verhalten, welches nach wie vor auf allen Ebenen
 angegangen werden muss. Im Allgemeinen führt Hate-
 Speech immer wieder zu einer Debatte darüber, was in
 sozialen Medien stehen darf. Soziale Netzwerke werden
 dabei politisch viel zu oft als eine Art ‚Wilder Westen‘ dar-
 gestellt, in dem Gesetze nicht gelten. Dieses Bild entsteht
 vermutlich dadurch, dass Hasskommentare oft nicht ge-
 ahndet werden, auch wenn sie zur Anzeige gebracht wer-
 den. Der Umfang von Hate Speech lässt sich weit definie-
 ren. Betroffene erfahren Abwertung, Angriffe oder gegen
 sie wird zu Hass und Gewalt aufgerufen. Hassrede adres-
 siert regelmäßig bestimmte Personen und Personengrup-
 pen und ist Ausdruck struktureller Diskriminierung und

48 gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit. Die Begriffs-
 49 bestimmung von Hate Speech ist bedeutend für die straf-
 50 rechtliche Bewertung. Dass bspw. antisemitische, rassis-
 51 tische oder frauen*feindliche Aussagen mit fadenschei-
 52 nigen Begründungen als zulässige Meinungsäußerungen
 53 geurteilt werden, ist kein neues Phänomen. Im Fall von
 54 Renate Künast hat das Landgericht Berlin wüste sexistische
 55 Beschimpfungen gegen die Grünen-Politikerin als
 56 „Kommentare mit Sachbezug“ und nicht als Beleidigung
 57 gewertet. Hier ist wichtig hervorzuheben, dass Hassrede
 58 von menschenfeindlicher Abwertung lebt und Gerichte in
 59 der Lage sein müssen, eine eindeutige Zuordnung vorzu-
 60 nehmen. Ansonsten mangelt es nicht nur an Sensibilität
 61 auf der Seite der Rechtsanwender*innen, sondern auch
 62 an zuverlässigem rechtlichen Schutz für Betroffene. Ne-
 63 ben klassischen rechtsradikal motivierten Hasskommen-
 64 taren müssen wir dabei auch geschlechtsspezifische digi-
 65 tale, über Social-Media-Plattformen ausgeübte Gewalt
 66 gegen Frauen* und nichtbinäre Personen in den Fokus set-
 67 zen. Diese kann beispielsweise in Form von Beleidigun-
 68 gen und Beschimpfungen, Gewalt- bzw. Vergewaltigungs-
 69 androhungen und -phantasien, Erpressung, Doxxing (die
 70 Veröffentlichung privater Informationen ohne das Einver-
 71 ständnis der betroffenen Person), Mobbing, Identitäts-
 72 diebstahl, Stalking, heimlichen Aufnahmen, Bildmonta-
 73 gen in Bezug auf eine Person, Erstellung von täuschend
 74 ähnlichen Accounts oder Verleumdungen mit der Absicht,
 75 einer Person zu schaden, stattfinden. Dabei hat digita-
 76 le Gewalt ähnliche Auswirkungen wie schwerwiegendes
 77 Mobbing - etwa psychische Beschwerden, psychosoma-
 78 tische Erkrankungen, Depressionen oder Suizidgedanken.
 79 Insbesondere von härteren Formen digitaler Gewalt, z.B.
 80 sexuelle Belästigung oder Stalking, sind weitaus mehr
 81 Frauen* als Männer* und insbesondere junge Frauen* be-
 82 troffen. Darüber hinaus hat digitale Gewalt gegen Frau-
 83 en* und nichtbinäre Personen häufig eine Dimension poli-
 84 tischer Motivation: Digitale Gewalt trifft Frauen* und
 85 queere Menschen insbesondere dann oft, wenn diese sich
 86 für feministische oder queere Themen einsetzen. Teilwei-
 87 se organisieren sich Täter*innen dabei sogar in Chatfo-
 88 ren, um gezielt Frauen* auf beispielsweise Twitter anzu-
 89 greifen. Dies geschieht in der Regel aus einer misogynen
 90 und/oder queerfeindlichen Motivation der Täter*in-
 91 nen, die sich durch solche digitale Gewalt selbst norma-
 92 lisieren kann. Schwarze Frauen* und queere Personen so-
 93 wie Women* und queere Persons of Color sind zusätzlich
 94 zu diesen Attacken ebenfalls massiven rassistischen An-
 95 griffen ausgesetzt. Wir erachten es daher als verheerend,
 96 dass durch digitale Gewalt zum einen Frauen* und nicht-
 97 binäre Menschen sowie Schwarze Personen und People of
 98 Color systematisch aus dem demokratischen Raum Social
 99 Media gedrängt werden, und zum anderen die öffentliche
 100 Debatte in, aber auch durch Soziale Medien systematisch

gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit. Die Begriffs-
 bestimmung von Hate Speech ist bedeutend für die straf-
 rechtliche Bewertung. Dass bspw. antisemitische, rassis-
 tische oder frauen*feindliche Aussagen mit fadenschei-
 nigen Begründungen als zulässige Meinungsäußerungen
 geurteilt werden, ist kein neues Phänomen. Im Fall von
 Renate Künast hat das Landgericht Berlin wüste sexistische
 Beschimpfungen gegen die Grünen-Politikerin als
 „Kommentare mit Sachbezug“ und nicht als Beleidigung
 gewertet. Hier ist wichtig hervorzuheben, dass Hassrede
 von menschenfeindlicher Abwertung lebt und Gerichte in
 der Lage sein müssen, eine eindeutige Zuordnung vorzu-
 nehmen. Ansonsten mangelt es nicht nur an Sensibilität
 auf der Seite der Rechtsanwender*innen, sondern auch
 an zuverlässigem rechtlichen Schutz für Betroffene. Ne-
 ben klassischen rechtsradikal motivierten Hasskommen-
 taren müssen wir dabei auch geschlechtsspezifische digi-
 tale, über Social-Media-Plattformen ausgeübte Gewalt
 gegen Frauen* und nichtbinäre Personen in den Fokus set-
 zen. Diese kann beispielsweise in Form von Beleidigun-
 gen und Beschimpfungen, Gewalt- bzw. Vergewaltigungs-
 androhungen und -phantasien, Erpressung, Doxxing (die
 Veröffentlichung privater Informationen ohne das Einver-
 ständnis der betroffenen Person), Mobbing, Identitäts-
 diebstahl, Stalking, heimlichen Aufnahmen, Bildmonta-
 gen in Bezug auf eine Person, Erstellung von täuschend
 ähnlichen Accounts oder Verleumdungen mit der Absicht,
 einer Person zu schaden, stattfinden. Dabei hat digita-
 le Gewalt ähnliche Auswirkungen wie schwerwiegendes
 Mobbing - etwa psychische Beschwerden, psychosoma-
 tische Erkrankungen, Depressionen oder Suizidgedanken.
 Insbesondere von härteren Formen digitaler Gewalt, z.B.
 sexuelle Belästigung oder Stalking, sind weitaus mehr
 Frauen* als Männer* und insbesondere junge Frauen* be-
 troffen. Darüber hinaus hat digitale Gewalt gegen Frau-
 en* und nichtbinäre Personen häufig eine Dimension poli-
 tischer Motivation: Digitale Gewalt trifft Frauen* und
 queere Menschen insbesondere dann oft, wenn diese sich
 für feministische oder queere Themen einsetzen. Teilwei-
 se organisieren sich Täter*innen dabei sogar in Chatfo-
 ren, um gezielt Frauen* auf beispielsweise Twitter anzu-
 greifen. Dies geschieht in der Regel aus einer misogynen
 und/oder queerfeindlichen Motivation der Täter*in-
 nen, die sich durch solche digitale Gewalt selbst norma-
 lisieren kann. Schwarze Frauen* und queere Personen so-
 wie Women* und queere Persons of Color sind zusätzlich
 zu diesen Attacken ebenfalls massiven rassistischen An-
 griffen ausgesetzt. Wir erachten es daher als verheerend,
 dass durch digitale Gewalt zum einen Frauen* und nicht-
 binäre Menschen sowie Schwarze Personen und People of
 Color systematisch aus dem demokratischen Raum Social
 Media gedrängt werden, und zum anderen die öffentliche
 Debatte in, aber auch durch Soziale Medien systematisch

101 in Richtung tendenziell antifeministischer, männlich ge-
102 prägter Inhalte verschoben bzw. verzerrt wird.

103

104 Die Bundesregierung und der damalige Justizminister
105 Heiko Maas reagierten auf diesen Hate-Speech mit
106 der Einführung des sogenannten Netzwerkdurchset-
107 zungsgesetz (NetzDG). Dies verpflichtet die Social-
108 Media-Plattformbetreiber*innen mit mehr 2 Millionen
109 Nutzer*innen Beleidigungen und andere „rechtswidrige“
110 Inhalte innerhalb einer 7-Tage-Frist nach Eingang einer
111 Beschwerde zu löschen, bei „offensichtlich rechtswidri-
112 gen“ Inhalten beträgt die Frist 24 Stunden nach Eingang
113 der Beschwerde. Die Entscheidung, was „offensichtlich
114 rechtswidrig“ ist, wird dabei allerdings nicht von Ge-
115 richten getroffen, sondern von den Plattformen selbst.
116 Dies lehnen wir ab, da die Entscheidung, welche Posts
117 und Kommentare den Strafbestand der Volksverhetzung,
118 Beleidigungen etc. erfüllen, in einem Rechtsstaat von
119 Gerichten zu entscheiden ist und nicht nach undurchsich-
120 tigen Regelungen privatwirtschaftlicher Unternehmen.
121 Zwar schließt das NetzDG nicht aus, dass gemeldete Kom-
122 mentare ebenfalls strafrechtlich zur Anzeige gebracht
123 werden können, die Frage, was aufgrund des NetzDG zu
124 löschen ist und was nicht, trifft allerdings ausschließlich
125 zunächst das Unternehmen. Da die Plattformbetrei-
126 ber*innen in Falle von Nicht-Löschungen mit Geldstrafen
127 belegt werden können, führt dies in der Praxis dazu,
128 dass immer mehr Inhalte gelöscht und Nutzer*innen
129 gesperrt werden - auch Journalist*innen, Satiriker*innen
130 und Politiker*innen sind davon betroffen. Welche Posts
131 dabei gelöscht werden, und welche nicht, ist dabei oft
132 nicht nachzuvollziehen. So gibt es Fälle, in denen wort-
133 gleiche Posts von einigen Nutzer*innen gelöscht werden,
134 während andere identische Posts vorhanden bleiben.

135

136 Das NetzDG wurde im Rahmen eines ‘Gesetzespaket ge-
137 gen Hass und Hetze’ im Juni 2020 überarbeitet. Die zen-
138 tralste Änderung ist hierbei die Einführung einer Melde-
139 pflicht für Social-Media-Plattformen an das Bundeskrimi-
140 nalamt (BKA). Diese verpflichtet die Betreiber*innen der
141 Social-Media-Plattformen, Posts, die sie für strafrechtlich
142 relevant halten, nicht mehr nur zu löschen, sondern auch
143 an das BKA zu melden. Informationen, die für die Identifi-
144 kation der Nutzer*innen notwendig sind sind dabei eben-
145 falls zu übermitteln. Als solche Informationen werden
146 im NetzDG explizit die IP-Adresse und die Port-Nummer
147 der Nutzer*innen genannt, sofern diese vorhanden sind.
148 Eine IP-Adresse ist eine Art virtuelle Adresse, während
149 eine Port-Nummer eine Art digitaler Fingerabdruck ist,
150 die ein Gerät identifizieren kann. Allerdings werden Port-
151 Nummern von den meisten Netzbetreiber*innen nicht er-
152 fasst, ebenso können IP-Adressen durch beispielsweise
153 die Nutzung von Virtual-Privat-Networks (VPN), bei der

in Richtung tendenziell antifeministischer, männlich ge-
prägter Inhalte verschoben bzw. verzerrt wird.

Die Bundesregierung und der damalige Justizminister
Heiko Maas reagierten auf diesen Hate-Speech mit
der Einführung des sogenannten Netzwerkdurchset-
zungsgesetz (NetzDG). Dies verpflichtet die Social-
Media-Plattformbetreiber*innen mit mehr 2 Millionen
Nutzer*innen Beleidigungen und andere „rechtswidrige“
Inhalte innerhalb einer 7-Tage-Frist nach Eingang einer
Beschwerde zu löschen, bei „offensichtlich rechtswidri-
gen“ Inhalten beträgt die Frist 24 Stunden nach Eingang
der Beschwerde. Die Entscheidung, was „offensichtlich
rechtswidrig“ ist, wird dabei allerdings nicht von Ge-
richten getroffen, sondern von den Plattformen selbst.
Dies lehnen wir ab, da die Entscheidung, welche Posts
und Kommentare den Strafbestand der Volksverhetzung,
Beleidigungen etc. erfüllen, in einem Rechtsstaat von
Gerichten zu entscheiden ist und nicht nach undurchsich-
tigen Regelungen privatwirtschaftlicher Unternehmen.
Zwar schließt das NetzDG nicht aus, dass gemeldete Kom-
mentare ebenfalls strafrechtlich zur Anzeige gebracht
werden können, die Frage, was aufgrund des NetzDG zu
löschen ist und was nicht, trifft allerdings ausschließlich
zunächst das Unternehmen. Da die Plattformbetrei-
ber*innen in Falle von Nicht-Löschungen mit Geldstrafen
belegt werden können, führt dies in der Praxis dazu,
dass immer mehr Inhalte gelöscht und Nutzer*innen
gesperrt werden - auch Journalist*innen, Satiriker*innen
und Politiker*innen sind davon betroffen. Welche Posts
dabei gelöscht werden, und welche nicht, ist dabei oft
nicht nachzuvollziehen. So gibt es Fälle, in denen wort-
gleiche Posts von einigen Nutzer*innen gelöscht werden,
während andere identische Posts vorhanden bleiben.

Das NetzDG wurde im Rahmen eines ‘Gesetzespaket ge-
gen Hass und Hetze’ im Juni 2020 überarbeitet. Die zen-
tralste Änderung ist hierbei die Einführung einer Melde-
pflicht für Social-Media-Plattformen an das Bundeskrimi-
nalamt (BKA). Diese verpflichtet die Betreiber*innen der
Social-Media-Plattformen, Posts, die sie für strafrechtlich
relevant halten, nicht mehr nur zu löschen, sondern auch
an das BKA zu melden. Informationen, die für die Identifi-
kation der Nutzer*innen notwendig sind sind dabei eben-
falls zu übermitteln. Als solche Informationen werden
im NetzDG explizit die IP-Adresse und die Port-Nummer
der Nutzer*innen genannt, sofern diese vorhanden sind.
Eine IP-Adresse ist eine Art virtuelle Adresse, während
eine Port-Nummer eine Art digitaler Fingerabdruck ist,
die ein Gerät identifizieren kann. Allerdings werden Port-
Nummern von den meisten Netzbetreiber*innen nicht er-
fasst, ebenso können IP-Adressen durch beispielsweise
die Nutzung von Virtual-Privat-Networks (VPN), bei der

154 die Internetaktivitäten über verschiedene IP-Adressen ge-
 155 lenkt werden, verschleiert werden, sodass die ursprüng-
 156 liche nicht mehr erkennbar ist. Diese Meldepflicht gilt
 157 für die Verbreitung von Propagandamitteln oder die Ver-
 158 wendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organi-
 159 sationen, die Vorbereitung einer schweren staatsgefähr-
 160 denden Gewalttat, der Bildung und Unterstützung krimi-
 161 neller oder terroristischer Vereinigungen, die Verbreitung
 162 kinderpornographischer Inhalte, aber auch für volksver-
 163 hetzende Posts und Gewaltdarstellungen, die Belohnung
 164 und Billigung von Straftaten oder Bedrohungen. Ausge-
 165 schlossen von dieser Meldepflicht sind hingegen Beleidig-
 166 ungen, üble Nachrede sowie Verleumdung. In solchen
 167 Fällen sollen die Plattformen stattdessen Nutzer*innen In-
 168 formationen bereitstellen, wie sie eine Strafanzeige stel-
 169 len können. Wenn ein Post an das BKA gemeldet wird,
 170 überprüft dieses, ob der Post eine Straftat darstellt. Falls
 171 dies zutrifft, kann das BKA weitere Nutzer*innendaten an-
 172 fordern, damit der Fall an die jeweils zuständige Landes-
 173 behörde überwiesen werden kann.

174

175 Diese Meldepflicht erleichtert zwar eine juristische Verfol-
 176 gung, allerdings bleibt die erste Entscheidung, welche In-
 177 halte strafrechtlich relevant sind und damit weitergeleitet
 178 werden müssen, den Plattformbetreiber*innen überlas-
 179 sen und nicht - wie in einem Rechtsstaat notwendig - den
 180 Gerichten. Da den Betreiber*innen Geldstrafen drohen,
 181 wenn sie strafrechtlich relevante Inhalte nicht melden,
 182 ist es wahrscheinlich, dass auch Posts an das BKA gemel-
 183 det werden, die nicht strafrechtlich relevant sind. Dies ist
 184 insbesondere vor dem Hintergrund der bisherigen Lösch-
 185 Praxis der Unternehmen zu befürchten. Daher kann die
 186 Meldepflicht auch führen, dass vielfach Nutzer*innenda-
 187 ten an das BKA weitergeleitet und dort gespeichert wer-
 188 den, ohne dass eine Straftat vorliegt. Nutzer*innen werden
 189 erst nach vier Wochen informiert, falls ihr Posts und ih-
 190 re Daten an das BKA übermittelt worden sind, sofern das
 191 BKA diesem nicht vorher widerspricht. **Wir lehnen diese**
 192 **Datenweitergabe an das BKA ohne einen vorherigen ju-**
 193 **ristischen Beschluss ab. Die bloße Einschätzung eines pri-**
 194 **vaten Unternehmens darf nicht dazu führen, dass mas-**
 195 **senweise Nutzer*innendaten an Strafverfolgungsbehör-**
 196 **den weitergereicht werden. Viele Beleidigungen, Drohun-**
 197 **gen, gezielte Desinformationen und Diffamierungen ver-**
 198 **stoßen bereits jetzt klar gegen das Gesetz, es besteht le-**
 199 **diglich ein Vollzugsdefizit. Deshalb fordern wir auf so-**
 200 **ziale Medien zugeschnittene Schwerpunktstaatsanwalt-**
 201 **schaften an allen Landgerichten Deutschlands, um Er-**
 202 **mittlungsverfahren tatsächlich durchzuführen. Darüber**
 203 **hinaus fordern wir niedrigschwellige Meldestellen für**
 204 **Online-Delikte bei den LKAs.**

205

206 Eine Alternative zu dieser Datenweitergabe ist das so ge-

die Internetaktivitäten über verschiedene IP-Adressen ge-
 lenkt werden, verschleiert werden, sodass die ursprüng-
 liche nicht mehr erkennbar ist. Diese Meldepflicht gilt
 für die Verbreitung von Propagandamitteln oder die Ver-
 wendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organi-
 sationen, die Vorbereitung einer schweren staatsgefähr-
 denden Gewalttat, der Bildung und Unterstützung krimi-
 neller oder terroristischer Vereinigungen, die Verbreitung
 kinderpornographischer Inhalte, aber auch für volksver-
 hetzende Posts und Gewaltdarstellungen, die Belohnung
 und Billigung von Straftaten oder Bedrohungen. Ausge-
 schlossen von dieser Meldepflicht sind hingegen Beleidig-
 ungen, üble Nachrede sowie Verleumdung. In solchen
 Fällen sollen die Plattformen stattdessen Nutzer*innen In-
 formationen bereitstellen, wie sie eine Strafanzeige stel-
 len können. Wenn ein Post an das BKA gemeldet wird,
 überprüft dieses, ob der Post eine Straftat darstellt. Falls
 dies zutrifft, kann das BKA weitere Nutzer*innendaten an-
 fordern, damit der Fall an die jeweils zuständige Landes-
 behörde überwiesen werden kann.

Diese Meldepflicht erleichtert zwar eine juristische Verfol-
 gung, allerdings bleibt die erste Entscheidung, welche In-
 halte strafrechtlich relevant sind und damit weitergeleitet
 werden müssen, den Plattformbetreiber*innen überlas-
 sen und nicht - wie in einem Rechtsstaat notwendig - den
 Gerichten. Da den Betreiber*innen Geldstrafen drohen,
 wenn sie strafrechtlich relevante Inhalte nicht melden,
 ist es wahrscheinlich, dass auch Posts an das BKA gemel-
 det werden, die nicht strafrechtlich relevant sind. Dies ist
 insbesondere vor dem Hintergrund der bisherigen Lösch-
 Praxis der Unternehmen zu befürchten. Daher kann die
 Meldepflicht auch führen, dass vielfach Nutzer*innenda-
 ten an das BKA weitergeleitet und dort gespeichert wer-
 den, ohne dass eine Straftat vorliegt. Nutzer*innen werden
 erst nach vier Wochen informiert, falls ihr Posts und ih-
 re Daten an das BKA übermittelt worden sind, sofern das
 BKA diesem nicht vorher widerspricht. **Wir lehnen diese**
Datenweitergabe an das BKA ohne einen vorherigen ju-
ristischen Beschluss ab. Die bloße Einschätzung eines pri-
vaten Unternehmens darf nicht dazu führen, dass mas-
senweise Nutzer*innendaten an Strafverfolgungsbehör-
den weitergereicht werden. Viele Beleidigungen, Drohun-
gen, gezielte Desinformationen und Diffamierungen ver-
stoßen bereits jetzt klar gegen das Gesetz, es besteht le-
diglich ein Vollzugsdefizit. Deshalb fordern wir auf so-
ziale Medien zugeschnittene Schwerpunktstaatsanwalt-
schaften an allen Landgerichten Deutschlands, um Er-
mittlungsverfahren tatsächlich durchzuführen.

Berlin wird auf die anderen Bundesländer zugehen und
 Gespräche darüber initiieren, inwiefern die Bundesländer
 ihre Zusammenarbeit beispielsweise durch die Errichtung

207 nannte Quick-Freeze-Verfahren. Dabei werden Daten bei
 208 einem Verdacht auf ein strafbares Verhalten bis zu zwei
 209 Monaten gespeichert und erst nach einem richterlichen
 210 Beschluss an die Strafverfolgungsbehörden ausgehändigt
 211 werden. Angewandt auf das NetzDG hieße das, dass Nut-
 212 zer*innendaten von einem gemeldeten Post zunächst von
 213 den Plattformbetreiber*innen gespeichert werden müss-
 214 ten und nach einem richterlichen Beschluss über den be-
 215 treffenden Posts an die Behörden weitergegeben werden
 216 müssten. Somit würde verhindert werden, dass Betrei-
 217 ber*innen von Social-Media-Plattformen massenhaft di-
 218 rekt Daten ohne richterlichen Beschluss an Strafverfol-
 219 gungsbehörden weiterreichen. Allerdings ist auch dieses
 220 Verfahren durchaus kritisch zu betrachten, da Nutzer*in-
 221 nendaten auch hier zunächst ohne juristische Kontrolle
 222 gespeichert werden würden. Auch besonders aufgrund
 223 der oben genannten Problematiken bei der Erfassung der
 224 Identifikationsnummern, wie der Verschleierung von IP-
 225 Adressen, ist auch dieses Vorgehen unverhältnismäßig.

226
 227 Ein weiterer Punkt gegen die Meldepflicht ist das Wider-
 228 spruchsrecht, dass Nutzer*innen nach einem Beschluss
 229 der Regierung aus dem April 2020 gegen die Löschung
 230 ihrer Posts erhalten sollen. Dies soll die Plattformbetrei-
 231 ber*innen dazu zwingen, auf Antrag der Nutzer*innen ihre
 232 Entscheidung gegenüber diesen zu begründen und erneut
 233 zu prüfen. Ebenso muss der*die Nutzer*in die Möglich-
 234 keit zur Stellungnahme erhalten. Durch die Meldepflicht
 235 könnte es daher im Rahmen von stattgegeben Widersprü-
 236 chen dazu kommen, dass Posts wieder online gestellt wer-
 237 den, dass BKA dennoch bereits die Nutzer*innendaten er-
 238 halten hat.

239
 240 Sofern es sich um besonders schwere Straftaten (wie Ge-
 241 fahr für Leben) handelt, hat das BKA auch die Möglichkeit
 242 Passwörter anzufordern, was einen Eingriff in das Fern-
 243 meldegeheimnis darstellt. Diese Pflicht zur Passwortwei-
 244 tergabe gilt dabei nicht nur für Plattformen, die unter das
 245 NetzDG fallen, sondern für alle Anbieter*innen von digi-
 246 talen Medien (sog. Telemedien). Diese Passwortweiterga-
 247 be ist allerdings wenig erfolgversprechend, da Passwör-
 248 ter nach der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) von
 249 den Plattformen nur verschlüsselt gespeichert und somit
 250 auch nur verschlüsselt weitergegeben werden können.
 251 Daher müssen die Passwörter von den jeweiligen Stellen
 252 zunächst entschlüsselt werden, was viel Zeit in Anspruch
 253 nimmt, sofern das Entschlüsseln überhaupt gelingt. Über
 254 die Weitergabe ihres Passworts werden die Nutzer*innen
 255 nicht informiert. **Diese Weitergabe von Passwörtern se-
 256 hen wir als Einschränkung von Freiheitsrechten im In-
 257 ternet allgemein. Das Vorgehen gegen Hate Speech darf
 258 nicht daran geknüpft sein, dass Nutzer*innen damit rech-
 259 nen müssen, dass ihre Daten an Strafverfolgungsbehör-**

**einer gemeinsamen Zentralstelle zur Verfolgung von Kri-
 minalität im "Tatort Internet" verbessern und schlagkräf-
 tiger gestalten können.**

**Darüber hinaus fordern wir niedrigschwellige Meldestel-
 len für Online-Delikte bei den LKAs.**

Eine Alternative zu dieser Datenweitergabe ist das so ge-
 nannte Quick-Freeze-Verfahren. Dabei werden Daten bei
 einem Verdacht auf ein strafbares Verhalten bis zu zwei
 Monaten gespeichert und erst nach einem richterlichen
 Beschluss an die Strafverfolgungsbehörden ausgehändigt
 werden. Angewandt auf das NetzDG hieße das, dass Nut-
 zer*innendaten von einem gemeldeten Post zunächst von
 den Plattformbetreiber*innen gespeichert werden müss-
 ten und nach einem richterlichen Beschluss über den be-
 treffenden Posts an die Behörden weitergegeben werden
 müssten. Somit würde verhindert werden, dass Betrei-
 ber*innen von Social-Media-Plattformen massenhaft di-
 rekt Daten ohne richterlichen Beschluss an Strafverfol-
 gungsbehörden weiterreichen. Allerdings ist auch dieses
 Verfahren durchaus kritisch zu betrachten, da Nutzer*in-
 nendaten auch hier zunächst ohne juristische Kontrolle
 gespeichert werden würden. Auch besonders aufgrund
 der oben genannten Problematiken bei der Erfassung der
 Identifikationsnummern, wie der Verschleierung von IP-
 Adressen, ist auch dieses Vorgehen unverhältnismäßig.

Ein weiterer Punkt gegen die Meldepflicht ist das Wider-
 spruchsrecht, dass Nutzer*innen nach einem Beschluss
 der Regierung aus dem April 2020 gegen die Löschung
 ihrer Posts erhalten sollen. Dies soll die Plattformbetrei-
 ber*innen dazu zwingen, auf Antrag der Nutzer*innen ihre
 Entscheidung gegenüber diesen zu begründen und erneut
 zu prüfen. Ebenso muss der*die Nutzer*in die Möglich-
 keit zur Stellungnahme erhalten. Durch die Meldepflicht
 könnte es daher im Rahmen von stattgegeben Widersprü-
 chen dazu kommen, dass Posts wieder online gestellt wer-
 den, dass BKA dennoch bereits die Nutzer*innendaten er-
 halten hat.

Sofern es sich um besonders schwere Straftaten (wie Ge-
 fahr für Leben) handelt, hat das BKA auch die Möglichkeit
 Passwörter anzufordern, was einen Eingriff in das Fern-
 meldegeheimnis darstellt. Diese Pflicht zur Passwortwei-
 tergabe gilt dabei nicht nur für Plattformen, die unter das
 NetzDG fallen, sondern für alle Anbieter*innen von digi-
 talen Medien (sog. Telemedien). Diese Passwortweiterga-
 be ist allerdings wenig erfolgversprechend, da Passwör-
 ter nach der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) von
 den Plattformen nur verschlüsselt gespeichert und somit
 auch nur verschlüsselt weitergegeben werden können.
 Daher müssen die Passwörter von den jeweiligen Stellen
 zunächst entschlüsselt werden, was viel Zeit in Anspruch

260 **den oder den Verfassungsschutz weitergereicht werden.**
 261
 262 Im Zuge rechtsterroristischer Anschläge entflammte
 263 te ebenso erneut eine Debatte über die sogenannte
 264 Klarnamenpflicht im Internet und auf Social-Media-
 265 Plattformen. Diese von konservativen Politiker*innen
 266 geforderte Klarnamenpflicht sieht vor, dass keine Anony-
 267 mität auf Social-Media-Plattformen bestehen darf und
 268 Nutzer*innen nur noch unter ihrem richtigen Namen
 269 Inhalte posten dürfen. **Diese Forderungen stellt einen**
 270 **massiven Eingriff in die Privatsphäre von Nutzer*innen**
 271 **dar, den wir entschieden ablehnen.** Einerseits wird selbst
 272 Hate-Speech, der unter Klarnamen veröffentlicht wird,
 273 derzeit nicht immer adäquat verfolgt. Andererseits haben
 274 auch in einem Rechtsstaat viele Menschen nachvollzieh-
 275 bare Gründe, weshalb sie nicht unter einem Klarnamen
 276 kommunizieren. Wer sich beispielsweise antifaschistisch
 277 engagiert, kann sich in einigen Gegenden Deutschlands
 278 nicht offen dazu bekennen, ohne erhebliche Risiken
 279 für das alltägliche Leben auf sich zu nehmen. Um die
 280 Privatsphäre der Nutzer*innen zu schützen, muss auch
 281 untersagt werden, dass Gesichtserkennungsprogramme
 282 Social-Media-Plattformen als Datenbanken nutzen, die
 283 dann ebenfalls Strafverfolgungsbehörden zugänglich
 284 gemacht werden. Dies kann dazu führen, dass Menschen
 285 sich nicht trauen, beispielsweise an Demonstrationen
 286 teilzunehmen, da sie dort meist keine Kontrolle haben,
 287 wer dort von ihnen Fotos macht und anschließend auf
 288 Social-Media-Plattformen veröffentlicht.
 289
 290 Wir sehen die dringende Notwendigkeit, deutliche recht-
 291 liche Schritte gegen Hate-Speech zu setzen, allerdings
 292 darf und kann die Einschränkung grundlegender digitaler
 293 Freiheitsrechte nicht die Lösung sein. Die Freiheit des In-
 294 ternets darf nicht der Preis für jahrelange Versäumnisse
 295 im Bereich der Bekämpfung von Rechtsterrorismus sein.
 296 **Wir fordern anstatt der Verschärfung der Gesetze, die**
 297 **bestehenden Gesetze anzuwenden und Straftaten wie**
 298 **Hate-Speech konsequent zu verfolgen.** Wir sind uns des
 299 Spannungsfeldes zwischen der Freiheit des Internet und
 300 seiner Nutzer*innen sowie dem Aufkommen von Hate-
 301 Speech durchaus bewusst. **In diesem hochsensiblen Be-**
 302 **reich ist daher auch eine besondere Schulung und Ausbau**
 303 **der betreffenden Stellen bei Polizei und Justiz sowie die**
 304 **Verbesserung und Ausweitung der Angebote für Betrof-**
 305 **fene notwendig.**
 306
 307 Gezielte Desinformationen & Politische Werbung
 308 Hate-Speech ist allerdings nicht die einzige Gefährdung
 309 der öffentlichen Debatte auf Social-Plattformen. Geziel-
 310 te Desinformationen (sogenannte "Fake News") verbreiten
 311 sich insbesondere auf Social-Media-Plattformen schnell.
 312 Gezielte Desinformationen können dabei auch gezielt von

nimmt, sofern das Entschlüsseln überhaupt gelingt. Über die Weitergabe ihres Passworts werden die Nutzer*innen nicht informiert. **Diese Weitergabe von Passwörtern sehen wir als Einschränkung von Freiheitsrechten im Internet allgemein. Das Vorgehen gegen Hate Speech darf nicht daran geknüpft sein, dass Nutzer*innen damit rechnen müssen, dass ihre Passwörter an Strafverfolgungsbehörden oder den Verfassungsschutz weitergereicht werden.**

Im Zuge rechtsterroristischer Anschläge entflammte ebenso erneut eine Debatte über die sogenannte Klarnamenpflicht im Internet und auf Social-Media-Plattformen. Diese von konservativen Politiker*innen geforderte Klarnamenpflicht sieht vor, dass keine Anonymität auf Social-Media-Plattformen bestehen darf und Nutzer*innen nur noch unter ihrem richtigen Namen Inhalte posten dürfen. **Diese Forderungen stellt einen massiven Eingriff in die Privatsphäre von Nutzer*innen dar, den wir entschieden ablehnen.** Einerseits wird selbst Hate-Speech, der unter Klarnamen veröffentlicht wird, derzeit nicht immer adäquat verfolgt. Andererseits haben auch in einem Rechtsstaat viele Menschen nachvollziehbare Gründe, weshalb sie nicht unter einem Klarnamen kommunizieren. Wer sich beispielsweise antifaschistisch engagiert, kann sich in einigen Gegenden Deutschlands nicht offen dazu bekennen, ohne erhebliche Risiken für das alltägliche Leben auf sich zu nehmen. Um die Privatsphäre der Nutzer*innen zu schützen, muss auch untersagt werden, dass Gesichtserkennungsprogramme Social-Media-Plattformen als Datenbanken nutzen, die dann ebenfalls Strafverfolgungsbehörden zugänglich gemacht werden. Dies kann dazu führen, dass Menschen sich nicht trauen, beispielsweise an Demonstrationen teilzunehmen, da sie dort meist keine Kontrolle haben, wer dort von ihnen Fotos macht und anschließend auf Social-Media-Plattformen veröffentlicht.

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

313 sogenannten ‚Bots‘ (Accounts, die von Programmen ge-
 314 streut werden, die automatisiert Inhalte posten) gestreut
 315 werden. Diese Desinformationen werden meistens ver-
 316 breitet, um Parteien und Kandidat*innen einen Vorteil zu
 317 bereiten, indem beispielsweise politische Gegner*innen
 318 in ein schlechtes Licht gerückt werden. Gezielte Desinfor-
 319 mationen werden auch dazu genutzt, um die Diskussi-
 320 on von Themen zu beeinflussen. Beispiele hierfür sind die
 321 Streuung von Falschmeldungen über Übergriffe von Ge-
 322 flüchteten*, die gezielt verbreitet werden, um die Stim-
 323 mung gegen geflüchtete Menschen aufzuheizen. Insbe-
 324 sondere vor Wahlen stellt diese Beeinflussung des Mei-
 325 nungsklimas ein deutliches Problem dar, wie der Präsi-
 326 dentschaftswahlkampf der USA 2016 oder auch der Vor-
 327 lauf zum Brexit-Votum zeigte. Die Betreiber*innen der
 328 bekanntesten Social-Media-Plattformen sowie u.a. Ver-
 329 treter*innen der Werbeindustrie unterzeichneten unter
 330 Leitung der Europäischen Kommission daraufhin einen
 331 Verhaltenskodex, also eine Selbstverpflichtung, um sol-
 332 chen Desinformationen entgegen zu wirken. Dieser Kodex
 333 beinhaltet u.a. die Zusagen, Werbeanzeigen auf geziel-
 334 te Desinformationen zu überprüfen, politische Werbung
 335 und Anzeigen deutlich zu kennzeichnen, Regelungen zu
 336 Bots in ihren Nutzungsbedingungen festzulegen, die Po-
 337 sition von Nutzer*innen zur Nutzung der Plattformen all-
 338 gemein zu stärken sowie Forschungen zu gezielte Desin-
 339 formationen zu fördern und nicht zu hindern.

340
 341 Allerdings wurden auch im Vorlauf zur Europawahl unter
 342 der Begründung, dass Posts gegen die Richtlinien zu politi-
 343 schen Inhalten und Wahlen verstoßen würden, Posts ohne
 344 erkenntliche Gründe gelöscht und Nutzer*innen gesperrt.
 345 Auch Politiker*innen, wie Sawsan Chebli, und Zeitungen,
 346 wie die Jüdische Allgemeine, waren davon betroffen. Wei-
 347 tergehend kritisieren mittlerweile auch mehrere Landes-
 348 medienanstalten, die für die Überwachung der Regulie-
 349 rungen von Rundfunkmedien und Telemedien zuständig
 350 sind, dass die bisherigen Maßnahmen zur Bekämpfung
 351 von gezielte Desinformationen intransparent und unzu-
 352 reichend sind. Die Selbstregulierung der Plattformen in
 353 diesem Bereich ist daher als gescheitert zu betrachten,
 354 wie die Landesmedienanstalten ebenfalls schlussfolgern.
 355 Es braucht daher klare Vorgaben, wie mit gezielte Des-
 356 informationen umzugehen ist und welche Schritte Platt-
 357 formen ergreifen müssen, um diesen entgegenzuwirken.
 358 Dies darf nicht länger auf freiwilliger Basis entschieden
 359 werden, da gezielte Desinformationen die politische Mei-
 360 nungsbildung und das Meinungsklima auf undemokra-
 361 tische Weise beeinflussen können. **Hier sehen wir die**
 362 **Gesetzgeber*innen in der Pflicht, Wege zu finden, wie**
 363 **mit gezielte Desinformationen - insbesondere im Rah-**
 364 **men von Wahlkämpfen - umgegangen werden muss. Da-**
 365 **bei darf es keine staatlichen Instanzen geben, die fest-**

fene notwendig.

Gezielte Desinformationen & Politische Werbung

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

Allerdings wurden auch im Vorlauf zur Europawahl unter der Begründung, dass Posts gegen die Richtlinien zu politischen Inhalten und Wahlen verstoßen würden, Posts ohne erkenntliche Gründe gelöscht und Nutzer*innen gesperrt. Auch Politiker*innen, wie Sawsan Chebli, und Zeitungen, wie die Jüdische Allgemeine, waren davon betroffen. Weitergehend kritisieren mittlerweile auch mehrere Landesmedienanstalten, die für die Überwachung der Regulierungen von Rundfunkmedien und Telemedien zuständig sind, dass die bisherigen Maßnahmen zur Bekämpfung von gezielte Desinformationen intransparent und unzureichend sind. Die Selbstregulierung der Plattformen in diesem Bereich ist daher als gescheitert zu betrachten, wie die Landesmedienanstalten ebenfalls schlussfolgern. Es braucht daher klare Vorgaben, wie mit gezielte Desinformationen umzugehen ist und welche Schritte Plattformen ergreifen müssen, um diesen entgegenzuwirken.

366 **legen, was Wahrheit ist und was nicht. Stattdessen hal-**
 367 **ten wir beispielsweise Warnhinweise neben mutmaß-**
 368 **lich gezielten Desinformationen für sinnvoll, sofern diese**
 369 **durch unabhängige Faktenchecker*innen überprüft wur-**
 370 **den und für falsch befunden worden. Inwiefern eine sol-**
 371 **che Einstufung als mutmaßliche gezielte Desinformati-**
 372 **on vorgenommen wird, ist nach festgelegten, transpa-**
 373 **renten Kriterien zu entscheiden. Diese Faktenchecker*in-**
 374 **nen sollten einen journalistischen Hintergrund haben und**
 375 **nicht von Plattformen als Arbeitgeber*innen abhängig**
 376 **sein. Um es den Nutzer*innen leichter zu machen, gezielte**
 377 **Desinformationen zu erkennen, fordern wir Aufklärungsk-**
 378 **kampagnen über gezielte Desinformationen, die von den**
 379 **Landesmedienanstalten zu entwickeln sind und über die**
 380 **Social-Media-Plattformen unentgeltlich ausgespielt wer-**
 381 **den müssen.**

382
 383 Neben gezielten Desinformationen ist das Kaufen von Li-
 384 kes, Kommentaren usw. und somit von Reichweite eben-
 385 falls eine Möglichkeit, Einfluss auf das Meinungsklima
 386 und die politische Meinungsbildung über Social-Media-
 387 Plattformen zu nehmen. Während im traditionellen Rund-
 388 funk (Fernsehen, Radio) politische Werbung generell ver-
 389 boten ist und es nur klare Ausnahmeregelungen für die
 390 Zeit vor Wahlkämpfen gibt, gibt es für Social-Media-
 391 Plattformen keine solche Regelungen. Dies ist insbeson-
 392 dere kritisch, da politische Werbung auf diesen Plattfor-
 393 men oft nicht eindeutig als solche gekennzeichnet ist -
 394 beispielsweise wenn Bots eingesetzt werden, oder Likes
 395 gekauft werden, um die Reichweite von Postings zu erhö-
 396 hen. Zwar gab es vor der Bundestagswahl 2017 die Zusi-
 397 cherungen von allen demokratischen Parteien, keine Soci-
 398 al Bots (Bots, die Profile bespielen und oft nicht als auto-
 399 matisiert zu erkennen sind) zu verwenden, allerdings gibt
 400 es hierzu nach wie vor keine gesetzlichen Regelungen. Die
 401 AfD kündigte damals an, explizit Social Bots einsetzen zu
 402 wollen, was die Notwendigkeit einer Regelung verdeut-
 403 licht. **Wir fordern eine allgemeine Kennzeichnungspflicht**
 404 **von Social Bots und ein Verbot von diesen und anderen**
 405 **Maßnahmen wie das Kaufen von Likes, Kommentaren**
 406 **usw. zur künstlichen Generierung von Reichweite für po-**
 407 **litische Posts. Politische Werbung muss stets deutlich als**
 408 **solche erkennbar seien.** Dies ist allerdings klar abzugren-
 409 zen, von der privaten und unbezahlten politischen Mei-
 410 nungsäußerung von Influencer*innen. Selbstverständlich
 411 haben diese das Recht, ihre Meinung frei zu äußern.

412 Social-Media-Plattformen und Meinungsmacht

413 Private Social-Media-Plattformen sind nicht der Sicher-
 414 stellung der Meinungsvielfalt verpflichtet, sondern kön-
 415 nen alle Posts löschen, die gegen ihre Nutzungsbedin-
 416 gungen verstoßen. Daher ist der Vorwurf der Zensur,
 417 wenn Posts gelöscht werden, nicht passend, da lediglich

Dies darf nicht länger auf freiwilliger Basis entschieden
 werden, da gezielte Desinformationen die politische Mei-
 nungsbildung und das Meinungsklima auf undemokra-
 tische Weise beeinflussen können. **Hier sehen wir die**
Gesetzgeber*innen in der Pflicht, Wege zu finden, wie
mit gezielte Desinformationen - insbesondere im Rah-
men von Wahlkämpfen - umgegangen werden muss. Da-
bei darf es keine staatlichen Instanzen geben, die fest-
legen, was Wahrheit ist und was nicht. Stattdessen hal-
ten wir beispielsweise Warnhinweise neben mutmaß-
lich gezielten Desinformationen für sinnvoll, sofern diese
durch unabhängige Faktenchecker*innen überprüft wur-
den und für falsch befunden worden. Inwiefern eine sol-
che Einstufung als mutmaßliche gezielte Desinformati-
on vorgenommen wird, ist nach festgelegten, transpa-
renten Kriterien zu entscheiden. Diese Faktenchecker*in-
nen sollten einen journalistischen Hintergrund haben und
nicht von Plattformen als Arbeitgeber*innen abhängig
sein. Um es den Nutzer*innen leichter zu machen, gezielte
Desinformationen zu erkennen, fordern wir Aufklärungsk-
kampagnen über gezielte Desinformationen, die von den
Landesmedienanstalten zu entwickeln sind und über die
Social-Media-Plattformen unentgeltlich ausgespielt wer-
den müssen.

Neben gezielten Desinformationen ist das Kaufen von Li-
 kes, Kommentaren usw. und somit von Reichweite eben-
 falls eine Möglichkeit, Einfluss auf das Meinungsklima
 und die politische Meinungsbildung über Social-Media-
 Plattformen zu nehmen. Während im traditionellen Rund-
 funk (Fernsehen, Radio) politische Werbung generell ver-
 boten ist und es nur klare Ausnahmeregelungen für die
 Zeit vor Wahlkämpfen gibt, gibt es für Social-Media-
 Plattformen keine solche Regelungen. Dies ist insbeson-
 dere kritisch, da politische Werbung auf diesen Plattfor-
 men oft nicht eindeutig als solche gekennzeichnet ist -
 beispielsweise wenn Bots eingesetzt werden, oder Likes
 gekauft werden, um die Reichweite von Postings zu erhö-
 hen. Zwar gab es vor der Bundestagswahl 2017 die Zusi-
 cherungen von allen demokratischen Parteien, keine Soci-
 al Bots (Bots, die Profile bespielen und oft nicht als auto-
 matisiert zu erkennen sind) zu verwenden, allerdings gibt
 es hierzu nach wie vor keine gesetzlichen Regelungen. Die
 AfD kündigte damals an, explizit Social Bots einsetzen zu
 wollen, was die Notwendigkeit einer Regelung verdeut-
 licht. **Wir fordern eine allgemeine Kennzeichnungspflicht**
von Social Bots und ein Verbot von diesen und anderen
Maßnahmen wie das Kaufen von Likes, Kommentaren
usw. zur künstlichen Generierung von Reichweite für po-
litische Posts. Politische Werbung muss stets deutlich als
solche erkennbar seien. Dies ist allerdings klar abzugren-
 zen, von der privaten und unbezahlten politischen Mei-
 nungsäußerung von Influencer*innen. Selbstverständlich

419 staatliche Institutionen die Meinungsfreiheit - und Viel-
 420 falt sichern müssen. Dies stellt allerdings ebenfalls ein
 421 Problem dar, da Social-Media-Plattformen eine deutliche
 422 Meinungsmacht innehaben. Damit ist gemeint, dass was
 423 dort gepostet wird, den politischen Diskurs beeinflussen
 424 kann. Allein Facebook hatte 2019 in Deutschland 32 Millio-
 425 nen Nutzer*innen, während die Tagesschau beispielswei-
 426 se 2019 durchschnittlich von ca. 9.8 Millionen Zuschaue-
 427 r*innen gesehen wurde. Wenn solch große Social-Media-
 428 Plattformen allerdings beschließen würden, keinen poli-
 429 tischen Content von Parteien links der CDU zuzulassen,
 430 ist es fraglich, ob es Möglichkeiten gebe, dagegen recht-
 431 lich vorzugehen. Die traditionellen Rundfunkmedien sind
 432 durch den Rundfunkstaatsvertrag aus eben diesen Grün-
 433 den der Meinungsmacht dazu verpflichtet, eine Vielfalt
 434 an Meinungen abzubilden. Dies gilt - wenn auch in gerin-
 435 gerem Umfang im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen
 436 Anbieter*innen - auch für private Rundfunkanstalten.
 437 Wie politische Meinungen auf Social-Media-Plattformen
 438 auch von staatlicher Seite zensiert werden können, zeigt
 439 die Plattform TikTok. Diese Plattform kommt, anders als
 440 die anderen meistgenutzten Plattformen in Deutschland,
 441 nicht aus den USA, sondern aus China. Die App, die ins-
 442 besondere bei jungen Menschen und Minderjährigen sehr
 443 beliebt ist, löscht Inhalte, die sich gegen die chinesische
 444 Regierung richten oder aus sonstigen Gründen der Platt-
 445 form missfallen, oder filtert diese heraus, sodass sie ent-
 446 weder überhaupt nicht mehr für andere Nutzer*innen
 447 sichtbar sind oder ihre Reichweite stark eingeschränkt
 448 wird. Recherchen von Netzaktivist*innen haben ebenso
 449 offen gelegt, dass die Reichweite von Menschen mit Be-
 450 einträchtigungen gezielt eingeschränkt wird - angeblich
 451 um die betroffenen Personen vor Mobbing zu schützen. In
 452 Wirklichkeit werden damit marginalisierte Stimmen auch
 453 auf Social-Media-Plattformen verdrängt - und das völlig
 454 legal.

455

456 Social-Media-Plattformen als Ort der demokratischen
 457 Debatte sichern

458 **Wir wollen Social-Media-Plattformen, die online die Ge-**
 459 **sellschaft der Freien und Gleichen verwirklichen.** In der
 460 alle gleichberechtigt teilhaben und sich äußern können
 461 ohne Angst haben zu müssen, bedroht oder beleidigt zu
 462 werden. In der nicht privatwirtschaftliche Interessen be-
 463 stimmen, was wie diskutiert wird, sondern die Menschen
 464 selbst, wobei die einzigen Einschränkungen demokratisch
 465 legitimierte Gesetze sind, die die Rechte von Minderhei-
 466 ten und Einzelpersonen wirksam schützen. Dies ist für uns
 467 grundlegend für einen demokratischen Diskurs. Nach den
 468 jetzigen Strukturen ist das nicht möglich. Daher müssen
 469 wir Gegenvorschläge machen, wie wir dieses Ideal errei-
 470 chen wollen.

471

haben diese das Recht, ihre Meinung frei zu äußern.

Social-Media-Plattformen und Meinungsmacht

Private Social-Media-Plattformen sind nicht der Sicher-
 stellung der Meinungsvielfalt verpflichtet, sondern kön-
 nen alle Posts löschen, die gegen ihre Nutzungsbedin-
 gungen verstoßen. Daher ist der Vorwurf der Zensur,
 wenn Posts gelöscht werden, nicht passend, da lediglich
 staatliche Institutionen die Meinungsfreiheit - und Viel-
 falt sichern müssen. Dies stellt allerdings ebenfalls ein
 Problem dar, da Social-Media-Plattformen eine deutliche
 Meinungsmacht innehaben. Damit ist gemeint, dass was
 dort gepostet wird, den politischen Diskurs beeinflussen
 kann. Allein Facebook hatte 2019 in Deutschland 32 Millio-
 nen Nutzer*innen, während die Tagesschau beispielswei-
 se 2019 durchschnittlich von ca. 9.8 Millionen Zuschaue-
 r*innen gesehen wurde. Wenn solch große Social-Media-
 Plattformen allerdings beschließen würden, keinen poli-
 tischen Content von Parteien links der CDU zuzulassen,
 ist es fraglich, ob es Möglichkeiten gebe, dagegen recht-
 lich vorzugehen. Die traditionellen Rundfunkmedien sind
 durch den Rundfunkstaatsvertrag aus eben diesen Grün-
 den der Meinungsmacht dazu verpflichtet, eine Vielfalt
 an Meinungen abzubilden. Dies gilt - wenn auch in gerin-
 gerem Umfang im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen
 Anbieter*innen - auch für private Rundfunkanstalten.
 Wie politische Meinungen auf Social-Media-Plattformen
 auch von staatlicher Seite zensiert werden können, zeigt
 die Plattform TikTok. Diese Plattform kommt, anders als
 die anderen meistgenutzten Plattformen in Deutschland,
 nicht aus den USA, sondern aus China. Die App, die ins-
 besondere bei jungen Menschen und Minderjährigen sehr
 beliebt ist, löscht Inhalte, die sich gegen die chinesische
 Regierung richten oder aus sonstigen Gründen der Platt-
 form missfallen, oder filtert diese heraus, sodass sie ent-
 weder überhaupt nicht mehr für andere Nutzer*innen
 sichtbar sind oder ihre Reichweite stark eingeschränkt
 wird. Recherchen von Netzaktivist*innen haben ebenso
 offen gelegt, dass die Reichweite von Menschen mit Be-
 einträchtigungen gezielt eingeschränkt wird - angeblich
 um die betroffenen Personen vor Mobbing zu schützen. In
 Wirklichkeit werden damit marginalisierte Stimmen auch
 auf Social-Media-Plattformen verdrängt - und das völlig
 legal.

Social-Media-Plattformen als Ort der demokratischen
Debatte sichern

Wir wollen Social-Media-Plattformen, die online die Ge-
sellschaft der Freien und Gleichen verwirklichen. In der
 alle gleichberechtigt teilhaben und sich äußern können
 ohne Angst haben zu müssen, bedroht oder beleidigt zu
 werden. In der nicht privatwirtschaftliche Interessen be-
 stimmen, was wie diskutiert wird, sondern die Menschen

472 Eine Möglichkeit ist die bestehenden **Social-Media-**
 473 **Plattformen in öffentlich-rechtliche Netzwerke in Anleh-**
 474 **nung an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten**
 475 **zu überführen oder entsprechend neue Plattformen zu**
 476 **schaffen.** Zentrale Herausforderungen sind hier allerdings
 477 die Sicherstellung, dass keine staatlichen Akteur*innen
 478 und Institutionen Zugriff auf die Daten dieser Netzwerke
 479 bekommen und keine Zensur vorgenommen wird. Da
 480 soziale Medien international verfügbar sind und dies
 481 auch weiterhin sein müssen, muss dieser Schritt auf
 482 der Ebene der internationalen Staatengemeinschaft
 483 durchgesetzt werden. Wir erkennen allerdings an, dass
 484 die Schaffung von öffentlich-rechtlichen Netzwerken auf
 485 internationaler Ebene ein langfristiger und hochkomple-
 486 xer Prozess ist. Daher ist dies unser langfristiges Ziel. Die
 487 Zusammenarbeit der Bundesregierung mit autoritären
 488 Regimen in diesem Bereich lehnen wir ab.

489
 490 Allerdings brauchen wir dennoch Wege, die Meinungs-
 491 macht privater Social-Media-Plattformen dennoch
 492 schnellstmöglich einzugrenzen und sie zum Erhalt der
 493 Meinungsvielfalt zu verpflichten. Dies ist notwendig,
 494 da die Frage, welche Inhalte gelöscht werden, und wer
 495 in welchem Ausmaß zu Wort kommt, besonders bei
 496 politischen Inhalten von höchster Relevanz ist. Die Re-
 497 gulierung von Medien ist immer ein hochsensibler Akt,
 498 da die freie Meinungsäußerung und freie Medien feste
 499 Grundpfeiler jeder Demokratie sind. Wir stellen allerdings
 500 fest, dass es im Bereich der Social-Media-Plattformen
 501 dennoch eindeutig Regelungen braucht, da sie höchst
 502 relevante Akteur*innen in der Medienlandschaft und
 503 der politischen Meinungsbildung darstellen. Wir sehen
 504 den Medienstaatsvertrag, der bereits von allen Minis-
 505 terpräsident*innen unterzeichnet wurde und nach der
 506 Ratifizierung durch die Landesparlamente voraussichtlich
 507 im September 2020 in Kraft treten soll und für alle
 508 Plattformen mit mind. einer Million Nutzer*innen gelten
 509 wird, als einen ersten wichtigen Schritt. Dieser umfasst
 510 einige wichtige Punkte, wie eine Kennzeichnungspflicht
 511 von Bots, die Sicherstellung der Gleichbehandlung von
 512 journalistisch-redaktionellen Angeboten, sodass Algo-
 513 rithmen keine bestimmten Inhalte bevorzugen dürfen,
 514 sowie die Verpflichtung zur journalistischen Sorgfaltspflicht
 515 und Strafe für Desinformationen. Diese Schritte
 516 gehen zwar in die richtige Richtung, die scheinbare wahl-
 517 lose Löschung von politischen Inhalten bleibt dadurch
 518 allerdings unberührt, genauso wie der Missbrauch von
 519 Social-Media-Plattformen im Wahlkampf.

520
 521 Die etablierten kapitalistischen Plattformbetreiber*innen
 522 haben es geschafft, die dezentrale Struktur des frühen In-
 523 ternet zu monopolisieren. Dieser Plattform-Kapitalismus
 524 ist nichts anders als die Ökonomisierung des öffentlichen

selbst, wobei die einzigen Einschränkungen demokratisch
 legitimierte Gesetze sind, die die Rechte von Minderhei-
 ten und Einzelpersonen wirksam schützen. Dies ist für uns
 grundlegend für einen demokratischen Diskurs. Nach den
 jetzigen Strukturen ist das nicht möglich. Daher müssen
 wir Gegenvorschläge machen, wie wir dieses Ideal errei-
 chen wollen.

Allerdings brauchen wir dennoch Wege, die Meinungs-
 macht privater Social-Media-Plattformen dennoch
 schnellstmöglich einzugrenzen und sie zum Erhalt der
 Meinungsvielfalt zu verpflichten.

Wir brauchen Wege, die Meinungsmacht privater
 Social-Media-Plattformen schnellstmöglich einzugrenzen
 und sie zum Erhalt der Meinungsvielfalt zu
 verpflichten. Es sind Konzepte zu entwickeln, wie
 Social-Media-Plattformen hierzu strukturell und
 organisatorisch neu aufgestellt werden müssten.

Dies ist notwendig, da die Frage, welche Inhalte gelöscht
 werden, und wer in welchem Ausmaß zu Wort kommt,
 besonders bei politischen Inhalten von höchster Relevanz
 ist. Die Regulierung von Medien ist immer ein hochsen-
 sibler Akt, da die freie Meinungsäußerung und freie Me-
 dien feste Grundpfeiler jeder Demokratie sind. Wir stel-
 len allerdings fest, dass es im Bereich der Social-Media-
 Plattformen dennoch eindeutig Regelungen braucht, da
 sie höchst relevante Akteur*innen in der Medienland-
 schaft und der politischen Meinungsbildung darstellen.
 Wir sehen den Medienstaatsvertrag, der bereits von allen
 Ministerpräsident*innen unterzeichnet wurde und nach
 der Ratifizierung durch die Landesparlamente voraussicht-
 lich im September 2020 in Kraft treten soll und für alle
 Plattformen mit mind. einer Million Nutzer*innen gelten
 wird, als einen ersten wichtigen Schritt. Dieser umfasst
 einige wichtige Punkte, wie eine Kennzeichnungspflicht
 von Bots, die Sicherstellung der Gleichbehandlung von
 journalistisch-redaktionellen Angeboten, sodass Algorith-
 men keine bestimmten Inhalte bevorzugen dürfen, so-
 wie die Verpflichtung zur journalistischen Sorgfaltspflicht
 und Strafe für Desinformationen. Diese Schritte gehen
 zwar in die richtige Richtung, die scheinbare wahllose
 Löschung von politischen Inhalten bleibt dadurch aller-
 dings unberührt, genauso wie der Missbrauch von Social-
 Media-Plattformen im Wahlkampf.

Die etablierten kapitalistischen Plattformbetreiber*innen
 haben es geschafft, die dezentrale Struktur des frühen In-
 ternet zu monopolisieren. Dieser Plattform-Kapitalismus
 ist nichts anders als die Ökonomisierung des öffentlichen
 Diskurses. Die algorithmischen Verfahren, die beispiels-
 weise den eigenen Twitter- oder Facebook-Feed zusam-

525 Diskurses. Die algorithmischen Verfahren, die beispiels-
 526 weise den eigenen Twitter- oder Facebook-Feed zusam-
 527 menstellen, sollen uns möglichst lange auf den jeweili-
 528 gen Seiten verweilen lassen, sodass möglichst viele Wer-
 529 beanzeigen verkauft werden können. Schon allein des-
 530 halb kann ein neutraler öffentlicher Diskursraum nicht
 531 endgültig durch den Plattform-Kapitalismus geschaffen
 532 werden. Diese Gewinnorientierung erschwert die Regu-
 533 lierung dieser privaten, gewinnorientierten Social-Media-
 534 Plattformen weiter. Der Zugang zu den Plattformen wird
 535 den Nutzer*innen entgeltfrei zur Verfügung gestellt. Im
 536 Gegenzug erhalten die Plattformbetreiber*innen die ent-
 537 sprechenden Nutzer*innendaten, welche sie sammeln,
 538 auswerten und privaten Werbeträger*innen zur Verfü-
 539 gung stellen, um diesen auf bestimmte Zielgruppen zu-
 540 geschneiderte Werbeangebote zu ermöglichen. Die Pro-
 541 fitquelle der Unternehmen ist also nicht der Plattformbe-
 542 trieb an sich, sondern der Verkauf von Werbefläche. Da
 543 emotionalisierende Inhalte mehr Aufrufe generieren, und
 544 somit auch rentablere Werbeflächen darstellen, sind ge-
 545 zielte Desinformationskampagnen, die die Nutzerinnen
 546 empören und aufbringen, deshalb für die Plattformbe-
 547 treiber*innen sogar von Vorteil. Mehr noch: die Entfer-
 548 nung von gezielten Desinformationen, die viel geklickt
 549 und geteilt werden, steht im direkten Konflikt zur Pro-
 550 fitorientierung der Unternehmen. Nur mit massiver öf-
 551 fentlicher Aufmerksamkeit und damit verbundenen Ein-
 552 brüchen seiner Aktien, konnte beispielsweise Facebook
 553 im Nachgang der U.S. Wahl 2016 überhaupt dazu moti-
 554 viert werden, nur ein wenig zu handeln. Aufgrund der
 555 Monopole und Oligopole im Bereich der sozialen Medien,
 556 in denen sich Öffentlichkeiten zentral in wenigen Platt-
 557 formen sammeln, sind alternative Plattformen für Nut-
 558 zer*innen dazu oft einfach keine Option. **Wir schließen**
 559 **uns deshalb der Forderung vieler progressiver Stimmen**
 560 **weltweit an, und fordern die Zerschlagung der großen**
 561 **Plattformbetreiber*innen.** Im Kartellrecht müssen Regeln
 562 festgeschrieben werden, die die Kombination bestimm-
 563 ter Geschäftsmodelle untersagen. Fusionen von digita-
 564 ler Anbieter mit Monopolstellung sind grundsätzlich zu
 565 untersagen. Denn wenn ein Unternehmen sich lediglich
 566 auf den Plattformbetrieb konzentriert, und die Klickzah-
 567 len und die daraus generierten Profite in den Hintergrund
 568 rücken, besteht kein natürliches Interesse mehr, sich ge-
 569 gen die Entfernung der gezielten Desinformationen zu
 570 wehren. Neben dieser Zerschlagung müssen auch bereits
 571 bestehende Alternativen zu den etablierten, zentralisier-
 572 ten Social-Media-Plattformen gefördert werden, wie de-
 573 zentrale Netzwerke. Im Gegensatz zu ihren zentralisier-
 574 ten Pendanten laufen diese mit freier Software auf vielen
 575 verschiedenen Servern, die auf Basis offener Standards
 576 ein gemeinsames Netzwerk bilden. Damit hat kein*e Be-
 577 treiber*in die alleinige Macht über die Plattform. Den-

menstellen, sollen uns möglichst lange auf den jeweili-
 gen Seiten verweilen lassen, sodass möglichst viele Wer-
 beanzeigen verkauft werden können. Schon allein des-
 halb kann ein neutraler öffentlicher Diskursraum nicht
 endgültig durch den Plattform-Kapitalismus geschaffen
 werden. Diese Gewinnorientierung erschwert die Regu-
 lierung dieser privaten, gewinnorientierten Social-Media-
 Plattformen weiter. Der Zugang zu den Plattformen wird
 den Nutzer*innen entgeltfrei zur Verfügung gestellt. Im
 Gegenzug erhalten die Plattformbetreiber*innen die ent-
 sprechenden Nutzer*innendaten, welche sie sammeln,
 auswerten und privaten Werbeträger*innen zur Verfü-
 gung stellen, um diesen auf bestimmte Zielgruppen zu-
 geschneiderte Werbeangebote zu ermöglichen. Die Pro-
 fitquelle der Unternehmen ist also nicht der Plattformbe-
 trieb an sich, sondern der Verkauf von Werbefläche. Da
 emotionalisierende Inhalte mehr Aufrufe generieren, und
 somit auch rentablere Werbeflächen darstellen, sind ge-
 zielte Desinformationskampagnen, die die Nutzerinnen
 empören und aufbringen, deshalb für die Plattformbetrei-
 ber*innen sogar von Vorteil. Mehr noch: die Entfernung
 von gezielten Desinformationen, die viel geklickt und ge-
 teilt werden, steht im direkten Konflikt zur Profitorien-
 tierung der Unternehmen. Nur mit massiver öffentlicher
 Aufmerksamkeit und damit verbundenen Einbrüchen sei-
 ner Aktien, konnte beispielsweise Facebook im Nachgang
 der U.S. Wahl 2016 überhaupt dazu motiviert werden, nur
 ein wenig zu handeln. Aufgrund der Monopole und Oligo-
 pole im Bereich der sozialen Medien, in denen sich Öffent-
 lichkeiten zentral in wenigen Plattformen sammeln, sind
 alternative Plattformen für Nutzer*innen dazu oft einfach
 keine Option.

Der Monopolstellung sollte unter anderem durch
 kartellrechtliche Maßnahmen begegnet werden. Diese
 sehen als ultima ratio auch die Entflechtung bzw.
 Zerschlagung des Monopols vor.

Im Kartellrecht müssen Regeln festgeschrieben werden,
 die die Kombination bestimmter Geschäftsmodelle unter-
 sagen. Fusionen von digitaler Anbieter mit Monopolstel-
 lung sind grundsätzlich zu untersagen. Denn wenn ein
 Unternehmen sich lediglich auf den Plattformbetrieb kon-
 zentriert, und die Klickzahlen und die daraus generierten
 Profite in den Hintergrund rücken, besteht kein natürli-
 ches Interesse mehr, sich gegen die Entfernung der geziel-
 ten Desinformationen zu wehren. Neben dieser Zerschla-
 gung müssen auch bereits bestehende Alternativen zu
 den etablierten, zentralisierten Social-Media-Plattformen
 gefördert werden, wie dezentrale Netzwerke. Im Gegen-
 satz zu ihren zentralisierten Pendanten laufen diese mit
 freier Software auf vielen verschiedenen Servern, die auf
 Basis offener Standards ein gemeinsames Netzwerk bil-

578 noch können aber die einzelnen Instanzen moderiert wer-
 579 den und die dortigen Benutzer*innen für Vergehen sank-
 580 tioniert werden (beispielsweise durch Account-Sperren).
 581 Die momentan gültigen Regularien verhindern derzeit,
 582 dass sich solche - meist von kleinen Akteur*innen - ge-
 583 tragenen Netzwerke etablieren können. Die aktuellen An-
 584 forderungen, beispielsweise im Bereich des Urheber*in-
 585 nenrechts lassen sich nur von großen, gewinnorientier-
 586 ten Plattformen erfüllen. **Langfristig fordern wir daher,**
 587 **dass die Rechtslage die Verbreitung von dezentralen, ge-**
 588 **meinnützig organisieren Plattformen begünstigt und för-**
 589 **dert. Teile von solchen Netzwerken können z.B. auch von**
 590 **öffentlich-rechtlichen organisierten Betreiber*innen be-**
 591 **reitgestellt werden. Außerdem fordern wir, dass die gro-**
 592 **ßen Plattformen zur Interoperabilität verpflichtet wer-**
 593 **den. Plattformen müssen sich für andere Anbieter öffnen.**
 594 **So wird die Souveränität der Nutzer*innen gestärkt.**

595

596 **Darüber hinaus fordern wir die Weiterentwicklung des**
 597 **Medienstaatsvertrags in einen Netzwerk-Staatsvertrag**
 598 **für Social-Media-Plattformen auf europäischer Ebene in**
 599 **Anlehnung an den Staatsvertrag für private Rundfunkme-**
 600 **dien.** Dieser muss klare Regelungen für die oben benann-
 601 ten Probleme bereitstellen. Insbesondere müssen sich die
 602 Social-Media-Plattformen verpflichteten, politische Mei-
 603 nungsäußerungen zuzulassen und nur politische Posts
 604 zu löschen, deren Rechtswidrigkeit festgestellt wurde. Lö-
 605 schungen aufgrund eigener politischer Überzeugungen
 606 der Netzwerkbetreiber*innen sind durch den Netzwerk-
 607 Staatsvertrag als unzulässig festzustellen, ebenso wie die
 608 Einschränkung der Reichweite von Nutzer*innen. Betrei-
 609 ber*innen von Social-Media-Plattformen haben die Algo-
 610 rithmen, welche die Inhaltsauswahl beispielsweise auf
 611 der Startseite (den sogenannte 'Feed') bestimmen, offen-
 612 zulegen und diese transparent und nachvollziehbar dar-
 613 zustellen. Die Landesmedienanstalten sowie ihre europäi-
 614 schen Äquivalente sind entsprechend aufzustocken, um
 615 die Umsetzung dieser Regelungen zu kontrollieren.

616

617 Ein solcher Netzwerk-Staatsvertrag wird nicht alle ge-
 618 nannten Probleme und Herausforderungen sofort lösen
 619 können, die mit Social-Media-Plattformen eingehen. Wir
 620 sehen allerdings dies als einen entscheidenden ersten
 621 Schritt, dass rechtliche Regelungen dafür sorgen, Social-
 622 Media-Plattformen als einen öffentlichen Ort der politi-
 623 schen Debatte zu sichern. Insbesondere zur Bekämpfung
 624 von Hate-Speech werden noch weitere Schritte notwen-
 625 dig sein.

626

627

628

den. Damit hat kein*e Betreiber*in die alleinige Macht
 über die Plattform. Dennoch können aber die einzelnen In-
 stanzen moderiert werden und die dortigen Benutzer*in-
 nen für Vergehen sanktioniert werden (beispielsweise
 durch Account-Sperren). Die momentan gültigen Regularien
 verhindern derzeit, dass sich solche - meist von klei-
 nen Akteur*innen - getragenen Netzwerke etablieren kön-
 nen. Die aktuellen Anforderungen, beispielsweise im Be-
 reich des Urheber*innenrechts lassen sich nur von großen,
 gewinnorientierten Plattformen erfüllen. **Langfristig for-**
dern wir daher, dass die Rechtslage die Verbreitung von
dezentralen, gemeinnützig organisieren Plattformen be-
günstigt und fördert. Teile von solchen Netzwerken kön-
nen z.B. auch von öffentlich-rechtlichen organisierten Be-
treiber*innen bereitgestellt werden. Außerdem fordern
wir, dass die großen Plattformen zur Interoperabilität ver-
pflichtet werden. Plattformen müssen sich für andere An-
bieter öffnen. So wird die Souveränität der Nutzer*innen
gestärkt.

Darüber hinaus fordern wir die Weiterentwicklung des
Medienstaatsvertrags in einen Netzwerk-Staatsvertrag
für Social-Media-Plattformen auf europäischer Ebene in
Anlehnung an den Staatsvertrag für private Rundfunkme-
dien. Dieser muss klare Regelungen für die oben benann-
 ten Probleme bereitstellen. Insbesondere müssen sich die
 Social-Media-Plattformen verpflichteten, politische Mei-
 nungsäußerungen zuzulassen und nur politische Posts
 zu löschen, deren Rechtswidrigkeit festgestellt wurde. Lö-
 schungen aufgrund eigener politischer Überzeugungen
 der Netzwerkbetreiber*innen sind durch den Netzwerk-
 Staatsvertrag als unzulässig festzustellen, ebenso wie die
 Einschränkung der Reichweite von Nutzer*innen. Betrei-
 ber*innen von Social-Media-Plattformen haben die Algo-
 rithmen, welche die Inhaltsauswahl beispielsweise auf
 der Startseite (den sogenannte 'Feed') bestimmen, offen-
 zulegen und diese transparent und nachvollziehbar dar-
 zustellen. Die Landesmedienanstalten sowie ihre europäi-
 schen Äquivalente sind entsprechend aufzustocken, um
 die Umsetzung dieser Regelungen zu kontrollieren.

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