

**Frederike Kaltheuner**  
Tech-Analystin

**Konstantin v. Notz**  
MdB, stv. Fraktionsvorsitzender

**Peter Kreysler**  
Undercover Journalist

**Christoph Schott**  
Avaaz Kampagnendirektor

# Fake News Wahlkampf

Wie Desinformationskampagnen unsere Demokratie gefährden

**Donnerstag, 9.9. | 20 Uhr**  
Webinar von & mit MdePs Alexandra Geese & Sven Giegold

Das Webinar zum obigen Thema war als Expertendiskussion konzipiert, die nach Angaben der Veranstalter rund 800 Zuhörer hatten, von denen eine kleine Gruppe auch im Chat mit eigenen Positionen und ergänzenden Fragen das Gesamtergebnis der Veranstaltung bereicherte. Das von Sven Giegold, MdEP (Die Grünen/EFA) initiierte und von Alexandra Geese, MdEP (Die Grünen/EFA) moderierte Webinar konzentrierte sich auf ein außerordentlich aktuell interessierendes Thema.

Die Moderatorin verwies in ihren Einführungsworten auf die Tatsache, dass nach statistischen Untersuchungen 56 % der Bevölkerung von Fake News mehr oder weniger beeinflusst sind. Zwar ist auf der Ebene der EU eine neue Regelung für das Internet in Arbeit, trotzdem muss die Frage diskutiert werden, wie man Desinformationen entgegentreten bzw. sie weitgehend vermeiden kann.

Christoph Schott, Informationsexperte, Kampagnendirektor von AVAAZ (einer internationalen sozialen Bewegung, die Bürger zu Reaktionen auf entstandene Krisensituation aufmerksam macht), bemerkte zunächst, dass in Deutschland die Politiker uneins über das notwendige Handeln sind und unser Land sich in einem Informationsdilemma befindet. Die politische Desinformation erreicht in Deutschland gegenwärtig etwa 30 Millionen Menschen. Gleichzeitig erbrachte eine Untersuchung, dass 73 % der Befragten für eine Einschränkung der Desinformation plädieren. Der Referent nannte drei Erfordernisse für den Schutz unserer Demokratie vor Desinformation: Soziale Netzwerke regulieren; Transparenz für alle sichern; Verantwortung der Internet-Plattformen für die Verbreitung von Informationen rechtlich fixieren.

Der Journalist Peter Kreysler, der undercover aktuelle Wahlbeeinflussungen untersucht hat, warf die Frage auf, wie Desinformation ins Internet kommt. Er beklagte in diesem Zusammenhang, dass es für den digitalen Bereich keine Regularien gibt, die dafür sorgen können, über Art und Weise der Finanzierung der Plattformen Aufschluss geben könnten. Man schaue sich die konkrete Arbeit der Internetagenturen an, die allgemein Daten mit digitalen Mitteln im großen Maßstab erwerben und durch aggressive Vertreibungsstrategien starke Beeinflussungsmechanismen generieren. Dabei werden u. a. große Menschengruppen mit Fakten der Desinformation angesprochen, die besonders in folgende Richtungen zielen: Zerstörung der EU und Beseitigung der Schengengrenzregelungen. So existieren starke Kampagnen im Internet, die bei interessierten Personen Wut und Handlungen auslösen sollen, durch die man Wahlentscheidungen der Bürger beeinflussen kann.

Die Wissenschaftlerin Friederike Kaltheuner, Mitarbeiterin der internationalen Bürgerrechtsorganisation Privacy International, stellte fest, dass politische Auseinandersetzungen heute zunehmend in digitalen Räumen stattfinden. Das Problem dabei ist aber, dass diese Räume keine geschützten öffentlichen Räume sind und in ihnen die Regeln von den jeweiligen Betreibern gesetzt werden. Hier haben sich Geschäftsmodelle entwickelt, die über Datensammlung, -auswertung und -verkauf große Profite erzielen und Meinungsbildung beeinflussen.

Der Politiker und Digitalexperte Dr. Konstantin v. Notz, Abgeordneter des Bundestages, stellv. Fraktionsvorsitzender von Bündnis90/Die Grünen, sieht die Möglichkeit der Beeinflussung von Willensbildung bei den Wahlergebnissen als eine ernste Gefahr. Gesammelte und sortierte Datenmengen werden in spezifischen Aktionen versteigert und sind sowohl für die kommerzielle Werbung als auch für politische Werbung gleichermaßen nutzbar. Durch die Teilung der Botschaften durch die Empfänger mit anderen Nutzern findet eine potentielle Verbreitung statt. Medien sehen sich genötigt, bestimmte herausragende Nachrichten aufzugreifen, berichten darüber und wirken so als Verstärker der Desinformationen. Meist handelt es sich dabei um polarisierende Informationen, die auch zur Verbreitung extremistischer Einstellungen beitragen. Wir stehen eigentlich unter dem Zwang zum Verbot der politischen Nutzung von Datensammlungen. Nur dann kann das Internet wieder der demokratische Raum werden, der einst erreicht werden sollte.

Im Chat wurden durch Teilnehmer des Webinars verschiedene Standpunkte besonders betont. Ein Grundgedanke war z. B. der Hinweis darauf, dass wir uns als Nutzer der Internetdaten darüber klar werden müssen, wer da eigentlich aktiv ist. Dort arbeiten die reichsten Firmen der Welt an der Gewinnmaximierung. Diese Unternehmen sind nicht unserer Demokratie verpflichtet.

Wir brauchen Transparenz und Einschränkung der privaten Willkür im Umgang mit unseren Daten durch die Politik. Das bewusste Verbreiten von Falschmeldungen muss auch strafrechtlich verfolgt werden können. Hinzu kommt, dass aufregende, falsche Botschaften sich schneller verbreiten als seriöse Fakten. Zu beachten ist ferner, dass die Korrektur einer Meldung nie die Reichweite der ursprünglichen Meldung erreicht. Ansätze einer Selbstregulierung durch die Plattformen reichen bei weitem nicht aus.

Alles in allem wurde in diesem Meeting eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Desinformation“ auf hohem Niveau betrieben.

Die Moderatorin der Veranstaltung, MdEP Alexandra Geese, bemerkte in einer zusammenfassenden Nachbetrachtung zur Diskussion:

„Das Geschäftsmodell der großen Internet-Plattformen gefährdet mit seinen Mechanismen unsere Demokratie und den Zusammenhalt der Gesellschaft. Wir müssen jetzt die entscheidende Frage beantworten, in welcher digitalisierten Welt wir leben wollen. Europa kann mit dem ‚Digital Services Act‘ weltweite Maßstäbe setzen. Werbung wird oft als Nischenthema behandelt, aber sie ist das Geschäftsmodell des Internets. Wenn dieses Geschäft Desinformation und Hass sät, weil Inhalte, die Angst und Wut auslösen, viel mehr Reichweite generieren als sachliche Informationen, müssen wir den Hebel dort ansetzen und brauchen starke neue Regeln in Europa. Unerlässlich sind Vorschriften für Transparenz und der Einblick in die Funktionsweise von Empfehlungsalgorithmen, der Zugang zu Daten und insbesondere eine starke europäische Durchsetzung.“

(Berichterstatter: Joachim Gasiiecki)