



FORUM PRIVATHEIT UND SELBSTBESTIMMTES  
LEBEN IN DER DIGITALEN WELT

Policy Paper

# FAKE NEWS



## IMPRESSUM

### Autoren:

Alexander Roßnagel, Christian Geminn, Thilo Hagendorff, Jessica Heesen, Murat Karaboga, Nicole Krämer, Michael Kreutzer, Jörn Lamla, German Neubaum, Carsten Ochs, Philipp Richter, Charlotte Schöning, Hervais Simo Fhom

### Kontakt:

Michael Friedewald

Telefon +49 721 6809-146  
Fax +49 721 6809-315  
E-Mail [info@forum-privatheit.de](mailto:info@forum-privatheit.de)

Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI  
Breslauer Straße 48  
76139 Karlsruhe

[www.isi.fraunhofer.de](http://www.isi.fraunhofer.de)  
[www.forum-privatheit.de](http://www.forum-privatheit.de)

### Schriftenreihe:

Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt

ISSN-Print 2199-8906  
ISSN-Internet 2199-8914

1. Auflage, Juni 2017



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

## Was sind „Fake News“?

---

Was sind „Fake News“?

---

Alle reden über „Fake News“. Ob zur allgemeinen Stimmungsmache, zur Stigmatisierung Einzelner oder als gezieltes Mittel im Wahlkampf, falsche Informationen, insbesondere solche, die in Social Networks Verbreitung finden, beschäftigen derzeit stark die gesellschaftliche und politische Diskussion.

Aber was sind eigentlich „Fake News“?

In den modernen Gesellschaften des 20. Jahrhundert sind Wissen und Nachrichten auf neuartige Weise zu einem umstrittenen Gegenstand geworden. Diese Gesellschaften sind immer stärker auf komplexe Wissensformen angewiesen, worauf mit der Etablierung hochdynamischer Prozesse der Wissensproduktion geantwortet wird. In der Folge wird Wissen nicht nur höchst spezialisiert, auch die Halbwertszeit des Wissens sinkt stetig. In diesem Sinne wird Wissen in modernen Mediengesellschaften „relativiert.“ „Fake News“ nutzen dies aus.

Dabei hat es Falschmeldungen schon immer gegeben – von satirischen Nachrichten und Aprilscherzen, über gezielte Fälschungen wie die „Hitler-Tagebücher“, falsche Mitteilungen über Unternehmen, falsche Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen, bis hin zu staatlichen Propagandakampagnen mit gezielten Falschmeldungen, um kriegerische Handlungen zu rechtfertigen. Trotz des Auftretens solcher Falschmeldungen ließ und lässt sich valides Wissen von beliebigen Behauptungen grundsätzlich unterscheiden. Zwei gesellschaftliche Mechanismen ermöglichen dies: Erstens die Etablierung gruppenübergreifender Diskurse, in denen unterschiedliche Interessengruppen sich mit den jeweils anderen Positionen auseinandersetzen. Dabei besteht zweitens die Verpflichtung, Wahrheitsbehauptungen an methodische Verfahren und Kontrollmechanismen verschiedenster Art (z.B. Forschung, Statistiken, Erhebungen, Untersuchungen, Dokumentationen) zurückzubinden. Beide Vorkehrungen werden aktuell destabilisiert.

**Falschmeldungen als  
altbekanntes Phänomen**

Vor diesem Hintergrund macht es wenig Sinn, alle falschen Informationen, die als neu ausgegeben werden, als „Fake News“ zu bezeichnen, weil dann die Unterscheidungskraft des Begriffs völlig verloren geht. Die Bezeichnung „Fake News“ selbst erhielt vermehrte Verwendung in der Berichterstattung über den US-Wahlkampf 2016. Dabei ging es zunächst häufig um Falschmeldungen, die sich gegen die demokratische Kandidatin Clinton richteten. Diese Meldungen verbreiteten sich rasch über Social Networks – teilweise automatisiert in hoher Skalierung durch sogenannte Social Bots. Sofern sie gezielt verbreitet wurden, richteten sie sich vor allem an Personen, deren Voreinstellung sie bestätigten. Das Phänomen „Fake News“ hat, obwohl Falschmeldungen nichts Neues sind, zu großen Verunsicherungen bei den Mediennutzerinnen und -nutzern geführt. In der öffentlichen Debatte wird häufig die Befürchtung laut, dass der anstehende Bundestagswahlkampf durch „Fake News“ manipuliert werden könnte, aber auch die sogenannte „Flüchtlingskrise“ wird als mögliches Adressierungsgebiet für „Fake News“ eingeordnet.

**Der US-Wahlkampf 2016 als  
Katalysator**

Daher stellt sich die Frage, was man sinnvoll unter „Fake News“ verstehen soll, wie sie sich auswirken und wie man gesellschaftlich, politisch und rechtlich mit ihnen umgehen soll. Das Policy Paper greift diese Fragen auf und versucht sie kurz und prägnant zu beantworten.

Als Modebegriff wird „Fake News“ für alle denkbaren, unliebsamen Meldungen genutzt. Soll „Fake News“ nur für die besonderen und neuen Erscheinungsformen von Falschmeldungen und ihre Verbreitung beschränkt werden, empfiehlt sich folgenden Verständnis:

**„Fake News“ als Modebegriff**

Unter „Fake News“ sollen hier falsche Meldungen verstanden werden, die von vornherein in Täuschungsabsicht und mit dem Ziel, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen, über das Internet und insbesondere Social Media verbreitet werden. Nicht er-

fasst werden dadurch Falschmeldungen, die sich an einen begrenzten Empfängerkreis richten (Klatsch und Tratsch) und nicht die öffentliche Meinungsbildung zum Ziel haben (Bewertungsportale). Als falsch sollen Informationen gelten, die Tatsachen betreffen, die sich auf keinerlei anerkannte Verfahren und Kontroll-Mechanismen der Wissensproduktion zurückbinden lassen: Bloß erfundene Zitate sind z.B. unwahr, weil ihre angebliche Äußerung sich auf nichts zurückführen lässt. Aber auch Informationen über Fakten, die aus dem Zusammenhang gerissen sind oder in einen fremden Zusammenhang gestellt werden, so dass sie zu unzutreffenden Interpretationen oder Schlussfolgerungen verleiten, genügen nicht den Kriterien valider Wissensproduktion. „Fake News“ können sowohl Textmaterial in Fälschungsabsicht nutzen als auch manipulierte Bilder, Filme oder Tondokumente. Der Begriff „Fake News“ soll hier nicht in der Bedeutung „Lügenpresse“ verwendet werden, wie Donald Trump ihn nutzt und damit pauschal alle seriösen Medien bezeichnet.

# Akteure, Ziele, Entstehung und Verbreitung von „Fake News“

---

Akteure, Ziele, Entstehung und Verbreitung von „Fake News“

---

Das Spektrum der Akteure und ihrer Ziele ist auch innerhalb der eingegrenzten Definition von „Fake News“ immer noch sehr breit und variantenreich.

Autoren von „Fake News“ können zum einen Presseorgane sein, die für ihre Berichterstattung bewusst einen einseitigen Standpunkt einnehmen, wie etwa „Russia Today“ oder „breitbart.com“, und Falschmeldungen verbreiten, die zu diesem Standpunkt passen. Solche redaktionell erstellten Artikel können über Social Networks informell aber auch professionell gesteuert weit verbreitet werden. „Fake News“ werden aber auch durch einzelne politische Parteien, Verbände, Unternehmen und sonstige politisch orientierte Organisationen erstellt und verbreitet. Entscheidend für „Fake News“ ist, dass jeder sie erzeugen und verbreiten kann.

„Fake News“ können alle denkbaren Inhalte haben. Meist beziehen sie sich auf öffentlich diskutierte Themen (z.B. Klimawandel), auf bestimmte Gruppen (z.B. Flüchtlinge, Sozialarbeiter) oder Einzelpersonen (Politiker).

Weite Verbreitung finden „Fake News“ vor allem in Social Networks wie Twitter oder Facebook, in Internet-Blogs, Videoplattformen, Online-Foren und in den Kommentarspalten aller möglichen Webseiten, ohne dass ihr Urheber hierzu viel beitragen muss. Sie werden ab einer gewissen Verbreitung oder bei ausreichendem Neuigkeitswert dann auch häufig von klassischen Medien aufgegriffen. Besonders skandalträchtige oder groteske „Fake News“ finden große Aufmerksamkeit und Verbreitung, weil sie Grenzen überschreiten, Unglauben hervorrufen oder einen hohen Unterhaltungswert haben.

„Fake News“ werden vielfach von „Trollen“ verbreitet, die öffentliche Diskussionen gezielt stören, insbesondere indem sie provokative Beiträge veröffentlichen. „Trolling“ wird von Einzelnen, Organisationen, aber auch von staatlichen Organisationen genutzt, unter anderem um aus ideologischen Gründen in bestimmten Szenen oder Gruppen Einigkeit zu brechen, Minderheiten einzuschüchtern, Hass zu schüren oder Verunsicherung zu erzeugen. Bekannt ist das Trolling zum Beispiel als Mittel, um feministische Themen zu diskreditieren. „Fake News“ sind ein Mittel, um erfolgreich „Trolling“ anzuwenden.

„Social Bots“ können die Verbreitung von „Fake News“ erheblich erweitern und beschleunigen. „Social Bots“ sind Computerprogramme, die in Social Networks menschliche Nutzer imitieren. Wenn sie dazu verwendet und programmiert wurden, automatisiert Fake News zu veröffentlichen und zu verbreiten, dann handelt es sich um „Malicious Social Bots“. Arbeiten Malicious Social Bots strategisch zusammen, dann können bestimmte Informationen, Themen und Trends in der öffentlichen Meinung stärker präsent und relevant erscheinen. Sie können zudem strategisch eingesetzt werden, um andere Meinungen zu marginalisieren oder deren Träger einzuschüchtern. In einem Wahlkampf können „Malicious Social Bots“ mit dem Hintergrundwissen von Big Data-Analysen eingesetzt werden, um Netzwerknutzern – auch mit „Fake News“ – individualisiert davon zu überzeugen, einen bestimmten Kandidaten zu wählen oder nicht zu wählen; in diesem Fall wird das sogenannte „Microtargeting“ für Desinformation der Wählerschaft genutzt.

„Fake News“ sind eine Facette moderner strategischer Kommunikation. Im politischen Kontext können sie eingesetzt werden, um Botschaften zu transportieren, politische Gegner in der öffentlichen Wahrnehmung zu diskreditieren, Stimmung für oder gegen bestimmte Gruppen zu machen, bestimmte Gruppen politisch zu unterstützen oder abzuwerten und einzelne Personen in der Öffentlichkeit zu verunglimpfen. „Fake News“ können aber auch Einfluss auf Aktienkurse oder Grundstückspreise nehmen und den guten Ruf wirtschaftlicher Konkurrenten zerstören.

## „Fake News“ in der Presse

## „Fake News“ in Social Networks

## „Trolling“

## „Social Bots“ und „Microtargeting“

## Wirkung von „Fake News“

### Wirkspektrum von „Fake News“

Das potentielle Wirkspektrum von „Fake News“ ist breit und reicht von inflammatorisch bis subversiv. Indem sie Instrumente nutzen, die aus der Boulevard-Presse bekannt sind, verursachen sie Empörung, untergraben das Vertrauen in bestimmte Institutionen oder Personen, wirken aktivierend auf bestimmte Gruppierungen und stärken den Zusammenhalt ihrer Anhänger. Sie können aber auch Verwirrung stiften, Gruppen und Einzelne einschüchtern und destabilisierend auf die Gesellschaft wirken.

### Plausibilität als entscheidender Faktor

Ihre Wirkung ist dabei entscheidend von ihrer Plausibilität abhängig. Diese steigt mit der scheinbaren Professionalität der Inhalte, ihrer Untermauerung durch Grafiken, Bilder oder Videos, durch tatsächliche oder vorgetäuschte Quellennachweise. Bedeutsam ist auch, ob und wie sie den falschen Kern der Nachricht durch wahre Tatsachen ummanteln. Wie wirksam „Fake News“ sind, hängt stark damit zusammen, ob sie von richtiger und ausgewogener Berichterstattung unterscheidbar sind. Die Qualität und Richtigkeit von Medienbeiträgen ist jedoch für den Einzelnen mangels notwendiger Expertise, aufgrund eingeschränkter Medienkompetenz, der Schnelllebigkeit von Nachrichten, eingeschränkter Recherchemöglichkeiten und mangelnder Einschätzbarkeit der Zuverlässigkeit von Quellen vielfach nicht zu überprüfen. Ein weiterer Faktor ist ihr Verbreitungsgrad. Eine Nachricht, die vielfache Unterstützung gefunden hat, z.B. in Form von unterstützenden Nutzerkommentaren, wirkt allein dadurch plausibler. Hinzu kommt die Prädisposition der Rezipientinnen und Rezipienten. Eine Nachricht, die mit eigenem Erleben und Vorstellungen harmoniert, erscheint grundsätzlich plausibler als jene, die dies nicht tun. Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass große Anteile des Wissens, das Personen haben, nicht aus eigenen Beobachtungen stammt, sondern aus der Medienkommunikation. Hier ist es in den allermeisten Fällen nicht möglich, Nachrichteninhalte durch eigene Beobachtungen zu verifizieren. Man vertraut stattdessen auf den Entstehungskontext von Nachrichten, der bei klassischen Medien dergestalt ist, dass es ein „Fact Checking“ gibt, dass Behauptungen überprüft werden und auf intersubjektive Zustimmung einer Gemeinschaft rationaler Kommunikationspartner stoßen müssen. Dieses „Gatekeeping“ entfällt bei neuen Medien wie Social Networks, Blogs oder Onlineportalen. Hier wird plötzlich potentiell jeder zum öffentlichen Sender und zum Verbreiter eigener, privater „Wahrheiten“.

### Effektivität von „Fake News“ umstritten

Über die Effektivität von „Fake News“ herrscht Uneinigkeit. In einigen spektakulären Fällen ist eine konkrete Wirkung zweifelsfrei belegt, beispielsweise lieferte im Jahr 2003 Colin Powell, damaliger US-Außenminister, dem UN-Sicherheitsrat „Beweise“ für Massenvernichtungswaffen, die der Irak im Geheimen gehalten haben soll. Diese Desinformation wurde von der Berichterstattung im US-Radio und -Fernsehen weitgehend unkritisch übernommen, so dass mit dem gewünschten Effekt ein großer Rückhalt für den zweiten Irakkrieg in der Bevölkerung gewonnen konnte. „Fake News“ dürften allerdings eher weniger geeignet sein, um Personen mit diametral entgegenstehenden Ansichten zu überzeugen. Schon eher könnten sie bei einer Wahl Nichtwähler und unentschlossene Wähler beeinflussen. Jedenfalls aber wirken sie auf die jeweilige politische Anhängerschaft bestätigend und auch radikalisiert. Angesichts der potentiellen Auswirkungen, die mit der Verbreitung von „Fake News“ einhergehen, kann davon ausgegangen werden, dass diese der gesamtgesellschaftlichen Inklusion entgegenwirken und politische wie auch gesellschaftliche Lagerbildung fördern.

### Der Nutzer als Multiplikator

Verstärkt wird die Wirkung von „Fake News“ durch die zunehmende Personalisierung von Angeboten im Internet. Algorithmen lernen aus dem Nutzerverhalten und präsentieren bevorzugt oder sogar ausschließlich Produkte, aber eben auch Nachrichten, bei denen eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass beim Rezipient ein großes Interesse am Konsum besteht (Microtargeting). Dies kommt zu der Tendenz hinzu, sich Netzwerken mit Gleichgesinnten anzuschließen. Dabei kann der Einzelne oft selbst zum Multiplikator werden, wenn er „Fake News“ nicht nur passiv konsumiert, sondern aktiv in

sein Umfeld einbringt. Die Tatsache, dass Privatmenschen nun Multiplikatoren von „Fake News“ in Social Networks werden können, schafft einen zwischenmenschlichen Kontext um die Falschmeldung, der eine virale Verbreitung derselben verstärken kann (etwa wenn der Multiplikator als sympathisch oder kompetent wahrgenommen wird). Auf diese Weise entsteht eine Dynamik, die eine Fragmentierung von Öffentlichkeit zu begünstigen droht: Zum einen verliert die gruppenübergreifende Auseinandersetzung dadurch an Reichweite, dass gesellschaftliche Gruppen sich in „Informationsblasen“ einkapseln, in denen sie immer weniger mit den Wissensformen, Argumenten und Sichtweisen der „anderen Seite“ konfrontiert werden; in diesem Zuge wird zum anderen die Verpflichtung geschwächt, die eigene Position auf gesamtgesellschaftlich gültige Verfahren und Mechanismen der Wahrheitsproduktion zu stützen.

Gleichzeitig nähren „Fake News“ Zweifel an der Zuverlässigkeit und dem Wahrheitsgehalt etablierter Nachrichtenportale, die durch „echte“ Mängel in der journalistischen Arbeit zusätzlich verstärkt werden. Sie sind besonders attraktiv für Menschen, die grundsätzliche Zweifel am Staat, den vermeintlichen Eliten oder dem Gesellschaftssystem selbst in sich tragen. Der Übergang zur Verschwörungstheorie kann dabei fließend sein. „Fake News“ erreichen dabei auch Personen, die von Aufklärungskampagnen und dem journalistischen „Mainstream“ gerade nicht erreicht werden. Von diesen Personen ist anzunehmen, dass sie gegen Klarstellung weitgehend resistent sind.

Allgemeiner gesprochen erzeugen „Fake News“ Unsicherheit darüber, auf welche Wahrheit man sich innerhalb von Gemeinschaften von Kommunikationspartnern vernünftigerweise einigen kann. So entsteht aus der Gesamtperspektive betrachtet eine Art Beliebigkeit verschiedener Wahrheiten. Unsicherheiten in Bezug auf die Geltung und Richtigkeit von Berichten müssen nicht immer schon im Moment ihrer ersten Kenntnisnahme entstehen. Mit der Zeit können im Gedächtnis die Quellen der Nachricht verschwimmen und insbesondere extreme und skandalträchtige Inhalte „hängen bleiben“, auch wenn diese explizit widerlegt und richtig gestellt wurden. In Bezug auf fundamentale psychologische Prozesse und Mechanismen sind „Fake News“ insbesondere auch deshalb als besonders gefährlich einzustufen, weil sich aus dem empirisch nachgewiesenen Falschinformationseffekt ableiten lässt, dass selbst bei Personen, die motiviert sind, die korrekten Informationen zu kennen und zu verarbeiten, eine spätere Korrektur der Information nicht erfolgreich ist. Die falsche Information bleibt im Gedächtnis bestehen und bleibt nachhaltig besser abrufbar als die korrigierte.

---

Wirkung von „Fake News“

---

**„Fake News“ schaffen  
Unsicherheit**

**Wirkung von „Fake News“  
wird durch psychologische  
Effekte verstärkt**

## Rechtliche Bekämpfung von „Fake News“

Die rechtliche Bewertung von „Fake News“ und die Möglichkeit, sie mit rechtlichen Mitteln zu bekämpfen, hängen von ihrer Wirkrichtung ab. Rechtliche Mittel können sich gegen den Verursacher oder den Betreiber der Plattform richten, die die „Fake News“ verbreitet.

Betreffen „Fake News“ allgemeine Themen der öffentlichen Meinungsbildung, fallen auch falsche Behauptungen unter das Grundrecht der Meinungsfreiheit. Reine Tatsachenbehauptungen fallen zwar nicht unter den Schutz der Meinungsfreiheit. „Fake News“ als reine Tatsachenbehauptungen sind aber selten. Sie werden fast immer veröffentlicht, um Meinungen zu stützen und fallen dann auch unter die Meinungsfreiheit. Unwahrheiten zu verbreiten, ist daher nicht grundsätzlich verboten – es sei denn, es handelt sich um erwiesene unwahre Tatsachen, die zugleich extrem diskriminieren (z.B. „Auschwitz-Lüge“). Eine freie Demokratie muss sie aushalten und sich mit ihnen im öffentlichen Meinungskampf auseinandersetzen.

Falsche Aussagen über Gruppen können strafrechtlich als Volksverhetzung (§ 130 StGB), Verbreitung von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen (§ 86 StGB) oder landesverräterische Fälschung (§ 100a StGB) zu bewerten sein.

Richten sich „Fake News“ gegen natürliche Personen, können sie eine Beleidigung oder eine üble Nachrede (§§ 185 und 186 StGB) sein. Sind natürliche oder juristische Personen betroffen, können diese gegen die Verursacher Schadensersatz- oder Unterlassungsansprüche (z.B. nach §§ 823, 824, 1004 BGB, § 8f. UWG) geltend machen. In all diesen Fällen ist aber die Unwahrheit nicht allein der Grund des Verbots, sondern es müssen weitere Umstände hinzukommen wie etwa die Missachtung der Person oder eine Wettbewerbsbehinderung. Auch wer „Social Bots“ zur Verbreitung rechtswidriger Inhalte einsetzt, verstößt im Regelfall wie der Urheber gegen die genannten Vorschriften und haftet für die Verbreitung.

Verursacher rechtswidriger Inhalte können zur Verantwortung gezogen werden – wenn sie eindeutig identifiziert werden können und der deutschen Gerichtsbarkeit unterliegen. In Social Networks ist es aber für die Betroffenen und die Strafverfolgungsbehörden oft sehr schwierig, die Identität des Nutzers festzustellen.

Hier können nur die Betreiber der Social Networks weiterhelfen. Diese dürfen nach § 14 Abs. 2 TMG die Bestandsdaten ihrer Nutzer, also vollen Namen und Adresse, auf Anordnung von Strafverfolgungs- und Gefahrenabwehrbehörden sowie Geheimdiensten an diese weitergeben. Das Gleiche gilt zugunsten (privater) Rechteinhaber zur Verfolgung von Urheberrechtsverstößen. Während Wettbewerbsunternehmen und Rechteinhaber diese Informationsmöglichkeit nutzen können, ist sie dem Normalbürger verwehrt.

Ist der Verursacher dennoch bekannt und lebt in Deutschland, kann er gezwungen werden, die Inhalte aus seinem Account zu entfernen. Sind die „Fake News“ auch an anderen Stellen veröffentlicht, muss der Betroffene den Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch gegen jeden einzelnen gesondert durchsetzen.

Anbieter von Social Networks können für die Inhalte, die auf ihren Plattformen veröffentlicht werden, ebenfalls zur Verantwortung gezogen werden. Sie sind für eigene Inhalte gemäß § 7 Abs. 1 TMG voll verantwortlich, nicht jedoch für fremde Inhalte ihrer Nutzer. Sie müssen ihre Plattform nach § 7 Abs. 2 Satz 1 TMG auch nicht aktiv nach rechtswidrigen Inhalten der Nutzer durchsuchen. Reagieren müssen sie grundsätzlich erst „auf Zuruf“. Sind rechtswidrige Inhalte bekannt, müssen sie aber auch nach Folgeverstößen und Kopien etwa eines zu entfernenden Bildes suchen.

Nach § 10 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 Alt. 1 TMG müssen die Anbieter rechtswidrige Inhalte unverzüglich löschen, nachdem sie Kenntnis von ihnen erlangt haben, gemäß Alt. 2 im Hinblick auf Schadensersatzansprüche schon dann, wenn sie von Tatsachen oder Um-

### Strafrechtliche Relevanz von „Fake News“

### Ermittlung von Verursachern

### Verantwortung von Anbietern von Social Networks



ständen Kenntnis erlangen, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird.

Löschen die Anbieter nicht unverzüglich nach Kenntniserlangung, haften sie ab diesem Zeitpunkt selbst für diese Inhalte, sowohl strafrechtlich als auch schadensersatzrechtlich. Als „unverzüglich“ gilt ein Entfernen oder Sperren, wenn es innerhalb von zwei Wochen erfolgt.

„Fake News“ ignorieren die Selbstbestimmung des Betroffenen über die Darstellung seiner Personen in der Öffentlichkeit. Daher können gegenüber dem Verursacher und dem Betreiber der Plattform nach § 35 BDSG, Art. 16 ff. DSGVO auch datenschutzrechtliche Ansprüche auf die Berichtigung, Sperrung oder Löschung der unwahren Informationen bestehen.

Der aktuelle Regierungsentwurf für ein „Netzwerkdurchsetzungsgesetz“ soll dafür sorgen, dass rechtswidrige Inhalte schneller aus Social Networks entfernt werden. Die Anbieter großer Social Networks, in denen sich Inhalte besonders weit verbreiten, sollen unter Androhung hoher Bußgelder Beschwerdemanagementsysteme einführen, die rechtswidrige Inhalte innerhalb von sieben Tagen, in offensichtlichen Fällen innerhalb von vierundzwanzig Stunden entfernen. Positiv hervorzuheben ist, dass der Gesetzentwurf zwar die Pflichten der Anbieter verschärft, die Rechtswidrigkeit von „Fake News“ aber nicht über die in den bereits genannten Gesetzen bereits abgesteckten Grenzen hinaus ausweitet – also insoweit die Meinungsfreiheit achtet.

Kritisch an diesem Gesetzentwurf ist jedoch zu sehen, dass er die Entscheidung über rechtswidrige Inhalte praktisch auf die Anbieter von Social Networks verlagert. Zu kritisieren ist auch, dass die Erlaubnis zur Weitergabe der Bestandsdaten nach der Neufassung des § 14 Abs. 2 TMG auf die zivilrechtliche Verfolgung von Persönlichkeitsrechtsverstößen erweitert werden soll. Beide Regelungen dürften die Meinungsfreiheit in Social Networks sehr beeinträchtigen. Die Bußgeldandrohung wird dazu führen, dass die Netzwerkanbieter eine gemeldete Falschmeldung im Zweifel umgehend löschen. Die Herausgabe von Bestandsdaten dürfte bewirken, dass viele Nutzer bereits wegen unbedachter Äußerungen, auch wenn diese die Strafbarkeitsschwelle nicht erreichen, zivilrechtlich in Anspruch genommen werden.

---

Rechtliche Bekämpfung von  
„Fake News“

---

**Das „Netzwerkdurchsetzungsgesetz“ als Lösung?**

**Kritik am Gesetzesentwurf**

## Ansätze zum sozialen und politischen Umgang mit „Fake News“

Vorschläge, um der Verbreitung von „Fake News“ entgegenzuwirken, haben das Ziel, einen fairen, freien und rationalen Austausch und Wettbewerb von Meinungen zu ermöglichen und die Verletzung von Persönlichkeitsrechten zu unterbinden. Dabei ist aber sicherzustellen, dass die Bekämpfung von „Fake News“ nicht ihrerseits Grundrechte einschränkt und die Freiheit der Meinungsäußerung behindert.

Daher ist für die Auswahl und Gestaltung von Abhilfemaßnahmen zu berücksichtigen, dass sie auch von denjenigen genutzt werden, die ihnen missliebige Nachrichten und Meinung unterdrücken wollen. Sie müssen soweit wie möglich missbrauchsresistent sein.

Grundsätzlich sollen Ansätze zum Umgang mit „Fake News“ in einer Stärkung der Rolle, Kompetenzen und Rechte aller relevanten Akteure (Bürgerinnen und Bürger, Medien / Redakteuren, Plattformbetreiber, Sicherheitsbehörden) münden.

### Verpflichtung der Betreiber von Social Networks

So könnte etwa gefordert werden, die Betreiber von Social Networks dazu zu verpflichten, Inhalte vor der Veröffentlichung zu untersuchen und rechtswidrige Inhalte erst gar nicht in Umlauf kommen zu lassen. Eine solche Verpflichtung zur „Vorzensur“ würde aber gegen das Zensurverbot in Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG verstoßen und wäre auch unabhängig davon eine in jeder Hinsicht unverhältnismäßige Einschränkung der Meinungsfreiheit. Daneben sind einem solchen Vorgehen auch technische Grenzen gesetzt; nicht zuletzt aufgrund der enormen Datenmengen.

Daher ist vor der Verschärfung bestehender Gesetze zu fragen, ob die Abgrenzungen zwischen zulässigen und unzulässigen Äußerungen, die die Rechtsordnung bereits vorgenommen hat, und die Mittel, die sie zur Verfolgung von Rechtsverstößen zur Verfügung stellt, ausreichen. Dies könnte dann zu bejahen sein, wenn zusätzliche Maßnahmen auf gesellschaftlicher und politischer Ebene ergriffen werden.

### Überprüfung durch Gerichte

Eine Möglichkeit bestünde darin, die (nachträgliche) Feststellung der Rechtswidrigkeit von Meldungen staatlichen Gerichten zu überlassen – statt wie das Netzwerkdurchsetzungsgesetz dies vorsieht, den privaten Netzbetreibern zu übertragen. Hierzu wären die Regeln des einstweiligen Rechtsschutzes nur leicht dem Problem anzupassen. Auf diese Weise könnten schnell rechtssichere Entscheidungen von befugten Organen getroffen werden, die die Betreiber dann unverzüglich umsetzen müssten.

### Sperrfristen

Die Frist zum Entfernen oder Sperren rechtswidriger „Fake News“ sollte vom Gesetzgeber auf 24 Stunden und nur im begründeten Einzelfall auf 48 Stunden reduziert werden, denn innerhalb von einer Woche haben sich diese Meldungen potenziell schon so weit verbreitet, dass der psychologische Falschinformationseffekt mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit bereits eingetreten ist. Zudem sollte es einen zivilrechtlichen Auskunftsanspruch unter Richtervorbehalt gegenüber Plattformbetreibern für Opfer strafrechtlich relevanter Persönlichkeitsverletzungen geben, damit Betroffene die vollen juristischen Möglichkeiten gegen die Täter ausschöpfen können.

Ein Überschwappen von „Fake News“ in den journalistischen Bereich kann durch strikte Einhaltung der publizistischen Grundsätze (Pressekodex) verhindert werden. Diese verpflichten u.a. zur „Achtung der Wahrheit“, der Überprüfung einer Information auf ihren Wahrheitsgehalt und zur Kenntlichmachung von unbestätigten Meldungen, Gerüchten und Vermutungen. Dies setzt indes Sachkenntnis, die Möglichkeit zur tatsächlichen Überprüfung und ein hohes Maß an Selbstverpflichtung voraus. Hier könnte der Presserat entsprechend engagiert wirken.

### Unterstützung durch Technik

Eine Unterstützung aus der Technik könnten Journalistinnen und Journalisten erhalten, wenn sie überprüfbare Informationen über Ursprung und Verbreitungswege von Meldungen (insbesondere innerhalb von Social Networks, Foren, Kommentarseiten und

Diskussionsseiten) erhalten, manipuliertes oder in einen anderen Zusammenhang gestelltes Bild-, Ton- und Videomaterial sowie „Fake Profile“ leichter als heute zweifelsfrei identifizieren könnten. Weiter könnte die Technik zur Überführung von Desinformation helfen, indem sie die genauen Wirkmechanismen von aktuell im Einsatz befindlichen „Malicious Social Bots“ aufdeckt und auch das in Wahlen eingesetzte „Microtargeting“ transparent macht. Werden auf diese Weise Einzelpersonen, Medienorgane und Parteien der Desinformation überführt, so hat dies voraussichtlich großen Einfluss auf deren Reputation in der Bevölkerung (wenn auch potenziell nicht bei ihren Anhängern). In allen diesen Punkten der Technikunterstützung besteht ein erheblicher Forschungsbedarf.

Gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern könnte ein staatliches Vorgehen gegen „Fake News“ paternalistisch wirken und zu Abwehr- und Trotzreaktionen führen. Es kann als Einschränkung der Meinungsfreiheit, Bevormundung, Vertuschung oder schlicht als Unterdrückung der „tatsächlichen Wahrheit“ empfunden werden.

Notwendig sind eine Steigerung von Medienmündigkeit und eine kritische Reflexion der Verantwortungsteilung in komplexen Kommunikationssystemen, in denen sowohl einzelne Nutzerinnen und Nutzer als auch große Internetkonzerne eine wichtige Rolle für die Gestaltung von Öffentlichkeit einnehmen. Zur Medienkompetenz gehören die Sensibilisierung gegenüber „Fake News“ und eine Vermittlung der Charakteristik journalistischer Qualitätsstandards. Dies kann beispielsweise in außerschulischen Lernräumen erreicht werden (z.B. Mediendiplom Darmstadt). Medienmündigkeit kann nicht nur dazu dienen, Nachrichtenangebote und Werbung auseinanderzuhalten, sondern auch Nachrichtenangebote an sich hinsichtlich ihrer Plausibilität und ihres Entstehungszusammenhangs einordnen und typische Merkmale von Falschmeldungen erkennen zu können. Ferner kann Medienmündigkeit, wie sie etwa an Schulen und Hochschulen, aber auch durch Redaktionen stärker vermittelt werden könnte, dabei helfen, ein Bewusstsein für die Effekte der Personalisierung von Social Media zu erhalten. Dies schließt auch den Echokammereffekt ein, der zu einer sich permanent selbstbestätigenden Aufnahme von Nachrichten führt, die den Rezipienten weltanschaulich oder politisch nicht herausfordert. Auch bedarf es eines Bewusstseins für die Präsenz von Malicious Social Bots, um Empörungswellen und Meinungsführerschaft auf Kommunikationsplattformen einordnen und relativieren zu können. Nicht zuletzt ist es ein allgemeiner Bildungsauftrag für alle Bildungseinrichtungen, Menschen dafür zu sensibilisieren, dass Nachrichten, welcher Art auch immer, nicht als Anlass genommen werden sollten, um Formen ungerechtfertigter sozialer Diskriminierung zu legitimieren.

Zu begrüßen sind vor allem Hilfestellungen bei der Beurteilung von Nachrichten und Informationen. Hierzu gibt es bereits vorbildliche Initiativen: Das Recherche-Projekt PolitiFact etwa überprüft Aussagen von Politikern und bewertet sie mittels eines „Truth-O-Meter“. Das Portal „Faktenfinder“ der ARD ist ein weiteres Beispiel. Denkbar ist eine öffentliche Förderung ähnlicher Portale und Institutionen. Derartige Angebote dürften allerdings lediglich die Teile der Bevölkerung erreichen, die ohnehin bereits sensibilisiert sind. Die Unabhängigkeit solcher Angebote muss sichergestellt werden und für den Nutzer erkennbar sein.

Einen Schritt weiter gingen Recommender-Systeme, die automatisiert Nachrichten auf ihre Plausibilität hin bewerten. Hier muss vor dem Hintergrund des Falschinformationseffektes, dass eine nachträgliche Korrektur von Nachrichten nicht dazu führt, dass die Informationen mit dem korrekten Inhalt überschrieben werden, geprüft werden, inwieweit das gleichzeitige Einblenden einer „Fake News“-Wahrscheinlichkeit die Meinungsbildung beeinflusst.

Um dem Problem entgegenzuwirken, dass in einigen migrantischen Milieus fast ausschließlich nichtdeutsche Medien konsumiert werden und dadurch die hier vorgeschlagenen, medial vermittelten Vorschläge gegen „Fake News“ Gefahr laufen, diese Teile der Bevölkerung nicht zu erreichen, bedarf es weitergehender Maßnahmen zur Verhinderung oder zumindest Abschwächung dieses Effekts. Denkbar wäre etwa der Ausbau

---

Ansätze zum sozialen und politischen Umgang mit „Fake News“

---

**Abwehrreaktionen vermeiden**

**Steigerung der Medienmündigkeit**

**Hilfe bei der Beurteilung von Nachrichten**

**Recommender-Systeme**

von Medienformaten auf verschiedenen Sprachen, die entweder in bestehende Rundfunk- und Fernsehformate integriert werden – einen Klassiker bildet in dieser Hinsicht das in diesem Jahr sein 50-jähriges Jubiläum feiernde türkischsprachige Nachrichtenformat „Köln Radyosu“ des WDR. Ähnliche neue Rundfunk- und Fernsehformate sind notwendig, die überwiegend oder ausschließlich auf unterschiedlichen Sprachen senden.

Der Staat kann aber auch durch Forschungsförderung gegen die Verbreitung von „Fake News“ aktiv werden und hat dies in der Vergangenheit auch bereits getan, z.B. mit der Förderung der Projekte „PropStop: Erkennung, Nachweis und Bekämpfung von verdeckten Propaganda-Angriffen über Online-Medien“ und „XSONAR: Analyse extremistischer Bestrebungen in sozialen Netzwerken“. Zu prüfen wäre, inwieweit die öffentliche Hand (z.B. Kommunen), massenmediale Organe (z.B. Tageszeitungen), zivilgesellschaftliche Organisationen und die Wissenschaft bei der Etablierung gruppenübergreifender Austauschplattformen („Bürgerplattformen“ o.ä.) zusammenarbeiten können. Solche Plattformen dürften allerdings nur dann Interesse auf sich ziehen, wenn sie problemgetrieben vorgehen und lokal verankert sind. Denkbar wäre beispielsweise, dass beim Auftauchen von „Fake News“ über Geflüchtete die Thematik aus kommunaler Perspektive dar- und zur Diskussion gestellt wird: der kommunale Bezug lässt die eigene Betroffenheit der Bürgerinnen und Bürger sichtbar werden und verspricht daher, Angehörige unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen in eine über die eigene Informationsblase hinausreichende Diskussion hineinzuziehen.

Letztlich ist das bürgerschaftliche Engagement aller notwendig, an der gesellschaftlichen und politischen Meinungsbildung mitzuwirken.

## Weitere Veröffentlichungen des Forums

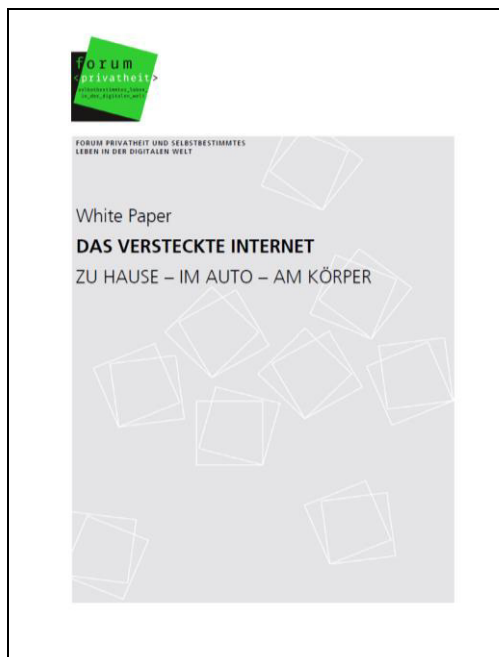


Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der Digitalen Welt:

Murat Karaboga / Philipp Masur / Tobias Matzner / Cornelia Mothes / Maxi Nebel / Carsten Ochs / Philip Schütz / Hervais Simo Fhom

White Paper  
**Selbstdatenschutz**

2. Auflage, November 2014



Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der Digitalen Welt:

Murat Karaboga / Tobias Matzner / Tina Morlok / Fabian Pittroff / Maxi Nebel / Carsten Ochs / Thilo von Pape / Julia Victoria Pörschke / Philip Schütz / Hervais Simo Fhom

White Paper  
**Das versteckte Internet**  
Zu Hause - Im Auto - Am Körper

1. Auflage, Juli 2015



Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der Digitalen Welt:

Morlok, Tina / Matt, Christian / Hess, Thomas

White Paper

**Privatheit und Datenflut in der neuen Arbeitswelt**

Chancen und Risiken einer erhöhten Transparenz

1. Auflage, Dezember 2015



Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der Digitalen Welt:

Michael Friedewald, Hannah Obersteller, Maxi Nebel, Felix Bieker, Martin Rost

White Paper

**Datenschutz-Folgenabschätzung**

Ein Werkzeug für einen besseren Datenschutz

2. Auflage, Mai 2016





GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

PROJEKTPARTNER



Natur **U N I K A S S E L**  
Technik  
Kultur **V E R S I T Ä T**  
Gesellschaft

**provet**

Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung

**UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN**

*Offen im Denken*

EBERHARD KARLS  
**UNIVERSITÄT  
TÜBINGEN**



INTERNATIONALES ZENTRUM  
FÜR ETHIK IN  
DEN WISSENSCHAFTEN

**LMU**

LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

**ULD**  
Unabhängiges Landeszentrum für  
Datenschutz Schleswig-Holstein