

LENNART LAUDE

# Automatisierte Meinungsbeeinflussung

*Schriften zum Medienrecht  
und Kommunikationsrecht*

---

**Mohr Siebeck**

# Schriften zum Medienrecht und Kommunikationsrecht

Herausgegeben von

Christian von Coelln, Karl-Nikolaus Peifer  
und Karl-Eberhard Hain

8





Lennart Laude

# Automatisierte Meinungsbeeinflussung

Der Schutz des Kommunikationsprozesses  
in sozialen Online-Netzwerken

Mohr Siebeck

*Lennart Laude*, geboren 1992; Studium der Rechtswissenschaft an der CAU zu Kiel; 2016 Erstes Juristisches Staatsexamen; wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Öffentliches Recht an der CAU zu Kiel; 2019/2020 Master of Laws (LL.M.) an der London School of Economics and Political Science (LSE); 2020 Promotion; seit 2020 geschäftsführender wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lorenz-von-Stein-Institut für Verwaltungswissenschaften an der CAU zu Kiel.

[orcid.org/0000-0002-0569-3454](https://orcid.org/0000-0002-0569-3454)

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der Geschwister Boehringer Ingelheim Stiftung für Geisteswissenschaften in Ingelheim am Rhein und der Studienstiftung *ius vivum*.

ISBN 978-3-16-160116-3 / eISBN 978-3-16-160132-3

DOI 10.1628/978-3-16-160132-3

ISSN 2512-7365 / eISSN 2569-4359 (Schriften zum Medienrecht und Kommunikationsrecht)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2021 Mohr Siebeck Tübingen. [www.mohrsiebeck.com](http://www.mohrsiebeck.com)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Verbreitung, Vervielfältigung, Übersetzung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von epline in Böblingen gesetzt, von Gulde-Druck in Tübingen auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und von der Buchbinderei Spinner in Ottersweier gebunden.

Printed in Germany.

## Vorwort

Das vorliegende Werk wurde im Wintersemester 2020/2021 von der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel als Dissertation angenommen. Rechtsprechung, Literatur und Gesetzeslage, insbesondere mit Blick auf den neuen Medienstaatsvertrag, wurden bis Dezember 2020 berücksichtigt.

Vor allen anderen gebührt meiner Familie Dank für ihre fortwährende Unterstützung. Dies gilt ganz besonders für meine Eltern, die meinen gesamten Lebens- und Ausbildungsweg liebevoll und bedingungslos unterstützt haben.

Ein außerordentlicher Dank gebührt auch meinem Doktorvater Herrn Professor *Florian Becker* für seine Unterstützung während meiner langjährigen Zeit an seinem Lehrstuhl und darüber hinaus, insbesondere in allen Stadien dieser Arbeit. Seinem Kieler Kollegen, Herrn Professor *Ino Augsberg*, danke ich für die Erstellung des Zweitgutachtens und die darin enthaltenen wertvollen Anmerkungen.

Weiterhin danke ich meinen Kolleginnen und Kollegen am Institut für Öffentliches Wirtschaftsrecht und am Lorenz-von-Stein-Institut für Verwaltungswissenschaften an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel für juristische und nicht-juristische Anregungen und ein herausragendes Arbeitsumfeld über den gesamten Zeitraum der Erstellung dieser Arbeit. Im Besonderen danke ich Herrn *Hendrik Jürgensen* für seine Ratschläge und seine Hilfestellung bei der Fertigstellung des Manuskripts.

Für seine Hilfe bei der Einordnung der mit dieser Arbeit verbundenen technischen Fragen danke ich Herrn *Jan-Niklas Toelstede*. Herrn Dr. *Florian Jotzo* danke ich für seine hilfreichen Anregungen zu den in Kapitel 5 diskutierten Regulierungsoptionen. Für ihre Unterstützung bei der Korrektur dieser Arbeit danke ich Frau *Svenja S. Stever* und Frau *Anne Weber*.

Der Studienstiftung *ius vivum*, im Besonderen Herrn Professor *Haimo Schack*, und der Geschwister Boehringer Ingelheim Stiftung für Geisteswissenschaften gilt Dank für die großzügige Förderung der Drucklegung dieser Arbeit.



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Einleitung .....	1
<i>A. Untersuchungsumfeld: Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken – zwischen Chance und Risiko</i> .....	1
<i>B. Untersuchungsgegenstand: Automatisierte Meinungsbeeinflussung</i> ...	2
<i>C. Gang der Untersuchung</i> .....	4
<b>Kapitel 1: Political Bots als Gefahr für die Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken</b> .....	7
<i>A. Soziale Online-Netzwerke</i> .....	7
I. Einführung .....	7
II. Registrierung in sozialen Online-Netzwerken .....	10
III. Profil eines Nutzers in einem sozialen Online-Netzwerk .....	11
1. Inhalt und Gestaltung des Nutzerprofils .....	11
2. Nutzung einer (offiziellen) Facebook-Seite .....	13
3. Möglichkeit der Verifizierung eines Twitter-Accounts .....	14
IV. Begriffsbestimmung und Zusammenfassung .....	15
<i>B. Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken</i> .....	15
I. Kommunikationsbegriff .....	16
II. Individualkommunikation in sozialen Online-Netzwerken .....	17
III. Kommunikation über Gruppen in sozialen Online-Netzwerken .....	18
IV. Massenkommunikation in sozialen Online-Netzwerken .....	19
V. Kommunikation über den Newsfeed .....	19
1. Facebook Newsfeed .....	20
a) Grundlagen des Facebook Newsfeeds .....	20
b) Die Bedeutung von Algorithmen für den Newsfeed .....	20
c) Die (Input-)Parameter hinter dem Facebook Newsfeed .....	22
2. Twitter Timeline .....	25
3. Vergleich: Instagram-Feed .....	27

4. Einordnung .....	28
VI. Zusammenfassung .....	29
C. <i>Verwendung von Political Bots in sozialen Online-Netzwerken</i> .....	30
I. Social Bots als neues soziotechnisches Phänomen .....	30
1. Technischer Hintergrund .....	32
a) Nutzeraccount in sozialen Online-Netzwerken .....	32
b) Steuerungs-Software .....	33
c) Zugriff auf Anwendungsprogrammierschnittstellen (APIs) .....	35
d) Steuerung durch Browser-Automatisierung .....	36
2. Definition von Social Bots .....	37
II. Verwendungsmöglichkeiten für Social Bots .....	38
1. USA .....	39
2. Russland .....	41
3. Türkei .....	42
4. Syrien .....	42
5. Ukraine .....	43
6. Deutschland .....	44
III. Eingrenzung auf Political Bots .....	45
D. <i>Risiken der Verwendung von Political Bots</i> .....	47
I. Strategien bei der Verwendung von Political Bots .....	47
1. „Misdirection“ .....	47
2. „Smoke Screening“ .....	48
3. „Astroturfing“ .....	48
4. Verstärkung von Falschnachrichten .....	49
5. Datensammlung .....	50
II. Risikofaktoren .....	51
1. Zunehmende Nutzung sozialer Online-Netzwerke .....	52
a) Bedeutung der Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken .....	52
b) Einsatz sozialer Online-Netzwerke in Wahlkämpfen .....	56
2. Infrastruktur sozialer Online-Netzwerke .....	59
a) Bemühungen der Betreiber sozialer Online-Netzwerke .....	59
aa) Twitter .....	59
bb) Facebook .....	61
b) Newsfeeds als Ansatzpunkt für Meinungsbeeinflussung .....	62
3. Möglichkeiten zur Entdeckung von Social Bots .....	63
a) Entdeckung von Social Bots .....	64
b) Entdeckung der Verwender von Social Bots .....	65
c) Notwendigkeit einer Validierung von Bot-Accounts .....	66
d) Bewertung .....	67
4. Technische Entwicklung .....	68
5. Ablauf und Faktoren individueller und öffentlicher Meinungsbildung ..	70
a) Individuelle und öffentliche Meinungsbildung .....	70

b) Faktoren von Meinungsbildungsprozessen . . . . .	72
c) Bedeutung des Kommunikationsprozesses . . . . .	73
III. Risikoanalyse . . . . .	75
1. Beeinflussung einzelner Nutzer sozialer Online-Netzwerke . . . . .	75
a) Netzwerkinterne Beeinflussung . . . . .	75
b) Netzwerkexterne Beeinflussung . . . . .	78
2. Beeinflussung der öffentlichen Meinungsbildung . . . . .	80
a) Netzwerkinterne Beeinflussung . . . . .	80
b) Netzwerkexterne Beeinflussung . . . . .	81
E. Ergebnis . . . . .	83

Kapitel 2: Grundrechtlicher Schutz der Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken . . . . . 85

A. Grundrechtsschutz der Betreiber sozialer Online-Netzwerke . . . . .	85
I. Zur Grundrechtsträgerschaft ausländischer juristischer Personen . . . . .	85
1. Kriterien der Grundrechtsträgerschaft ausländischer juristischer Personen . . . . .	86
a) Sitztheorie . . . . .	86
b) Neue Vorschläge zur Bestimmung inländischer juristischer Personen . . . . .	86
c) Bewertung . . . . .	87
2. Grundrechtsträgerschaft von Tochtergesellschaften . . . . .	89
II. Schutzbereich und Schranken von Grundrechtsnormen . . . . .	89
III. Schutz durch die Berufsfreiheit . . . . .	90
1. Schutzbereich . . . . .	90
2. Anwendbarkeit des Art. 12 Abs. 1 GG auf juristische Personen . . . . .	91
IV. Schutz durch die Meinungsfreiheit . . . . .	92
1. Inhaltsbezug als Voraussetzung des Grundrechtsschutzes . . . . .	92
2. Sortierung des Newsfeeds als Werturteil? . . . . .	95
3. Die Bedeutung der Personalisierung der Newsfeeds . . . . .	96
4. Zwischenergebnis . . . . .	98
V. Schutz durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG . . . . .	99
1. Abgrenzung zu Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 GG . . . . .	99
2. Anwendbarkeit auf Betreiber sozialer Online-Netzwerke . . . . .	101
a) Allgemein zugänglichkeit sozialer Online-Netzwerke . . . . .	101
b) Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG . . . . .	104
aa) Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten durch die Pressefreiheit . . . . .	104
bb) Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten durch die Rundfunkfreiheit . . . . .	106
cc) Zusammenführung der Kriterien . . . . .	107
c) Vergleich zu den Betreibern sozialer Online-Netzwerke . . . . .	107
aa) Organisatorische Anbindung an Presse und Rundfunk . . . . .	107
bb) Notwendigkeit für die Funktionsfähigkeit anderer Medien . . . . .	108

cc) Bedeutung sozialer Online-Netzwerke für die Meinungsverbreitung . . . . .	109
dd) Einordnung der Betreiber sozialer Online-Netzwerke . . . . .	110
3. Abgrenzung zwischen Rundfunk- und Pressefreiheit . . . . .	113
a) Maßstab der Abgrenzung . . . . .	113
b) Schutz der Betreiber sozialer Online-Netzwerke durch die Pressefreiheit . . . . .	116
4. Anwendbarkeit des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG auf juristische Personen . . . . .	117
VI. Grundrechtskonkurrenzen . . . . .	118
<i>B. Grundrechtsschutz der Nutzer sozialer Online-Netzwerke . . . . .</i>	119
I. Schutz durch die Meinungsfreiheit . . . . .	119
1. Inhalt der Kommunikation . . . . .	119
2. Form von Äußerungen . . . . .	121
3. Verbreitung von Äußerungen . . . . .	121
4. Zusammenfassung . . . . .	122
II. Schutz durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG . . . . .	122
1. Anforderungen des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG . . . . .	123
2. Schutz der Nutzer sozialer Online-Netzwerke durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG? . . . . .	124
a) Der Empfängerkreis einer Äußerung als mögliches Abgrenzungskriterium . . . . .	124
b) Notwendigkeit einer medienpezifischen Betätigung . . . . .	124
III. Schutz durch die Informationsfreiheit . . . . .	127
IV. Recht auf informationelle Selbstbestimmung . . . . .	128
<i>C. Zur Anerkennung neuer Kommunikationsgrundrechte     de constitutione lata . . . . .</i>	129
I. Anerkennung einer Internet(dienste)freiheit . . . . .	129
1. Internetfreiheit <i>sui generis</i> . . . . .	129
2. Internetdienstefreiheit . . . . .	130
3. Bewertung einer Internet(dienste)freiheit . . . . .	131
II. Anerkennung einer einheitlichen Medienfreiheit . . . . .	132
1. Herleitung und Schutzbereich einer einheitlichen Medienfreiheit . . . . .	132
2. Bewertung der einheitlichen Medienfreiheit . . . . .	134
III. Anerkennung einer einheitlichen Kommunikationsfreiheit . . . . .	137
1. Herleitung und Schutzbereich einer einheitlichen Kommunikationsfreiheit . . . . .	137
2. Bewertung einer einheitlichen Kommunikationsfreiheit . . . . .	137
IV. Zwischenergebnis . . . . .	139
<i>D. Ergebnis . . . . .</i>	139

Kapitel 3: Political Bots im Licht der Meinungsfreiheit . . . . .	141
<i>A. Meinungsäußerungen mittels Political Bots und der Schutzbereich der Meinungsfreiheit . . . . .</i>	<i>141</i>
I. Schutzgüter der Meinungsfreiheit . . . . .	141
1. Die Notwendigkeit der Differenzierung zwischen möglichen Schutzgütern der Meinungsfreiheit . . . . .	142
2. Kommunikative Selbstbestimmung . . . . .	142
3. Der Kommunikationsprozess . . . . .	143
a) Kritik von <i>Jestaedt</i> . . . . .	143
b) Bewertung . . . . .	144
II. Personaler Schutzbereich . . . . .	146
1. Originärer Grundrechtsschutz künstlicher Intelligenz . . . . .	147
a) Bezug der Grundrechte zur natürlichen Person . . . . .	148
b) Ansatzpunkte einer neuen Grundrechtsinterpretation . . . . .	148
c) Bewertung . . . . .	150
2. Kein Grundrechtsschutz automatisierter Kommunikation? . . . . .	152
3. Algorithmen als Kommunikator? . . . . .	156
a) Nicht-lernfähige Software . . . . .	156
b) Lernfähige Software . . . . .	158
4. Zurechnung automatisiert generierter Kommunikationsvorgänge . . . . .	161
a) Zurechnung zum Entwickler der Steuerungs-Software . . . . .	162
b) Zurechnung zum Betreiber eines sozialen Online-Netzwerks . . . . .	164
c) Zurechnung zum Verwender . . . . .	165
5. Zur Anerkennung von Rechtssubjektivität künstlicher Intelligenz durch den Gesetzgeber . . . . .	167
6. Zwischenergebnis . . . . .	169
III. Sachlicher Schutzbereich . . . . .	170
1. Inhalt der Kommunikation: Verbreitung von Falschnachrichten und Formalbeleidigungen . . . . .	170
2. Äußerungsmodalitäten bei Verwendung von Political Bots . . . . .	172
a) Die Modalitätsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 GG . . . . .	172
b) Die doppelte Identitätstäuschung durch Political Bots . . . . .	174
c) Verzerrung von Meinungsbildern . . . . .	175
d) Bewertung: Wahrheitspostulat der Meinungsfreiheit? . . . . .	177
aa) Vergleich: Die Wahrheitspflicht bei Tatsachenbehauptungen . . . . .	177
bb) Vergleich: Grundrechtlicher Schutz anonymer und pseudonymer Meinungsäußerungen . . . . .	179
(1) Bedeutung der Person des Kommunikators im Kommunikationsprozess . . . . .	180
(2) Notwendigkeit des Grundrechtsschutzes anonymer und pseudonymer Meinungsäußerungen . . . . .	181
cc) Wahrheitspflicht in Bezug auf Äußerungsmodalitäten? . . . . .	184

dd) Political Bots und die Beschränkung der Entscheidungsfreiheit anderer Nutzer . . . . .	186
ee) Zur Ausnahme des Identitätsmissbrauchs . . . . .	189
3. Zwischenergebnis . . . . .	191
<i>B. Rechtfertigung von Eingriffen . . . . .</i>	192
I. Die Schrankentrias des Art. 5 Abs. 2 GG . . . . .	193
II. Verfassungsimmanente Schranken . . . . .	194
1. Informationsfreiheit . . . . .	195
2. Meinungsfreiheit . . . . .	196
3. Allgemeines Persönlichkeitsrecht . . . . .	197
4. Grundrechtspositionen der Betreiber . . . . .	199
III. Leitlinien einer Interessenabwägung . . . . .	201
<i>C. Bewertung der Verwendung von Political Bots     im Licht der Meinungsfreiheit . . . . .</i>	204
<b>Kapitel 4: Verwendung von Political Bots durch staatliche und staatsnahe Akteure . . . . .</b>	<b>207</b>
<i>A. Verwendung von Political Bots im Rahmen staatlicher Kommunikation</i>	207
I. Legitimation und Grenzen staatlicher Kommunikation . . . . .	208
1. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit als notwendiger Bestandteil staatlicher Tätigkeit . . . . .	208
2. Einsatz verschiedener Medien für staatliche Kommunikation . . . . .	210
3. Das Gebot staatlicher Neutralität als Grenze staatlicher Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	211
a) Begründung des Neutralitätsgebots . . . . .	211
b) Abgrenzung amtlicher und parteipolitischer Äußerungen . . . . .	212
c) Eingriff durch amtliche Äußerungen . . . . .	214
d) Rechtfertigung amtlicher Äußerungen . . . . .	215
e) Konkretisierung des Neutralitätsgebots für soziale Online-Netzwerke . . . . .	217
4. Inhaltliche Maßstäbe staatlicher Kommunikation . . . . .	219
5. Modalitäten staatlicher Kommunikation . . . . .	221
II. Verfassungsmäßigkeit einer staatlichen Verwendung von Political Bots . . . . .	223
1. Automatisierung als intransparente Äußerungsmodalität . . . . .	223
2. Political Bots als nicht zuordnungsfähige Kommunikationsteilnehmer . . . . .	224
III. Zwischenergebnis . . . . .	225
<i>B. Verwendung von Political Bots durch politische Parteien . . . . .</i>	226
I. Verfassungsrechtliche Rechte und Pflichten politischer Parteien . . . . .	227
1. Die Konzeption des Art. 21 Abs. 1 GG . . . . .	227
a) Parteien in der staatlichen Sphäre . . . . .	227

b) Parteien in der gesellschaftlichen Sphäre . . . . .	228
c) Parteien als Mittler zwischen Staat und Gesellschaft . . . . .	230
2. Status der Parteien . . . . .	231
a) Freiheit der Parteien . . . . .	232
b) Gleichheit der Parteien . . . . .	232
c) Öffentlichkeit der Parteien . . . . .	234
3. Grundrechtlicher Schutz der Beteiligung politischer Parteien am Kommunikationsprozess . . . . .	235
II. Grenzen der Mitwirkung von Parteien an Willensbildungsprozessen . . . . .	238
1. Grenzen der Betätigung von Parteien in Medien . . . . .	238
a) Vorgaben für die Beteiligung politischer Parteien an Medienunternehmen . . . . .	238
b) Besondere Vorgaben für die Beteiligung politischer Parteien an sozialen Online-Netzwerken? . . . . .	240
c) Grenzen kommunikativer Betätigung in sozialen Online-Netzwerken . . . . .	241
2. Grenzen amtlicher und nichtamtlicher Wahlbeeinflussung . . . . .	242
a) Verfassungsrechtlicher Schutz der Wählerwillensbildung . . . . .	242
b) Verbot amtlicher Wahlbeeinflussung . . . . .	243
c) Nichtamtliche Wahlbeeinflussung . . . . .	244
3. Zwischenergebnis . . . . .	245
III. Verfassungsrechtliche Bewertung der Verwendung von Political Bots durch politische Parteien . . . . .	245
1. Ausgangspunkt: Parteien als Grundrechtsträger . . . . .	246
2. Begrenzung des Grundrechtsschutzes: Mittlerfunktion der Parteien . . . . .	247
3. Notwendige Transparenz von Parteien in sozialen Online-Netzwerken . . . . .	249
4. Automatisierung von erkennbar parteipolitischen Accounts . . . . .	252
C. <i>Ergebnis</i> . . . . .	253

## Kapitel 5: Bedingungen und Optionen einer gesetzgeberischen Regulierung von Political Bots . . . . . 255

A. <i>Schutz- und Handlungspflichten des Gesetzgebers</i> . . . . .	255
I. Die objektiv-rechtliche Komponente der Grundrechte . . . . .	255
1. Mittelbare Drittwirkung . . . . .	256
2. Schutzpflichten . . . . .	257
II. Voraussetzungen einer staatlichen Schutzpflicht . . . . .	258
1. Tatbestand . . . . .	258
a) Betroffenheit eines grundrechtlichen Schutzguts . . . . .	258
b) Rechtswidriger Eingriff . . . . .	258
c) Zurechnung des Eingriffs . . . . .	259
d) Privater Störer . . . . .	259
2. Rechtsfolge . . . . .	260

a) Inhalt der Schutzpflicht . . . . .	260
b) Maßstab des Schutzbedarfs . . . . .	260
c) Adressaten der Schutzpflicht . . . . .	261
3. (Verfassungs-)Gerichtliche Kontrolle des Gesetzgebungsauftrags zum Grundrechtsschutz . . . . .	261
a) Einschätzungsprärogative des Gesetzgebers . . . . .	261
aa) Einschätzungsspielraum . . . . .	262
bb) Gestaltungsspielraum . . . . .	262
b) Handlungspflichten des Gesetzgebers . . . . .	264
III. Die objektiv-rechtliche Komponente des Art. 5 Abs. 1 GG . . . . .	265
1. Schutzpflicht für den Kommunikationsprozess . . . . .	266
2. Das Ziel kommunikativer Chancengleichheit . . . . .	267
3. Ausgestaltungsauftrag aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG . . . . .	269
4. Die Verstärkung der objektiven Komponente der Pressefreiheit . . . . .	270
5. Bestimmung des staatlichen Gestaltungsspielraums . . . . .	273
6. Übertragung auf soziale Online-Netzwerke . . . . .	275
IV. Zwischenergebnis . . . . .	276
<i>B. Regulierung automatisierter Meinungsbeeinflussung de lege lata . . . . .</i>	<i>277</i>
I. TMG . . . . .	278
1. Nutzer als Anbieter von Telemedien . . . . .	278
2. Geschäftsmäßigkeit des Telemediums . . . . .	279
II. MStV . . . . .	280
1. Informationspflichten gem. § 18 MStV . . . . .	280
2. Ausschluss persönlicher und familiärer Zwecke durch § 18 Abs. 1 MStV . . . . .	281
3. Anwendung und Durchsetzbarkeit der Informationspflicht . . . . .	282
4. Neue Kennzeichnungspflicht im MStV . . . . .	282
III. UWG . . . . .	284
IV. NetzDG . . . . .	285
V. UrhG . . . . .	285
1. Verletzung des Leistungsschutzrechts an einer Datenbank, §§ 87a, 87b UrhG . . . . .	286
a) Schutzvoraussetzungen . . . . .	286
b) Verletzungshandlung . . . . .	287
c) Rechtfertigung durch Nutzungslizenz . . . . .	288
2. Verletzung des Urheberrechts an einem Datenbankwerk, § 4 Abs. 2 UrhG . . . . .	289
3. Rechtsfolgen potenzieller Urheberrechtsverletzungen . . . . .	291
VI. StGB . . . . .	291
1. Datenveränderung, § 303a Abs. 1 StGB . . . . .	291
a) Tatbestand . . . . .	291
b) Vorbereitungshandlungen . . . . .	293
2. Computersabotage, § 303b Abs. 1 StGB . . . . .	293

3. Straftaten bei Wahlen . . . . .	294
4. Beleidigungsdelikte, §§ 185 ff., und Volksverhetzung, § 130 StGB . . . . .	295
VII. Zwischenergebnis . . . . .	296
C. <i>Regulierung automatisierter Meinungsbeeinflussung de lege ferenda</i> . . . . .	296
I. Anforderungen und Erwartungen an ein Regulierungsmodell . . . . .	297
1. Rechtsetzungskompetenz der Europäischen Union und der Mitgliedstaaten . . . . .	297
a) Rechtsetzung durch die Mitgliedstaaten . . . . .	297
aa) Herkunftslandprinzip der E-Commerce-Richtlinie . . . . .	297
bb) Koordinierter Bereich . . . . .	298
b) Rechtsetzung durch die Europäische Union . . . . .	300
2. Gesetzgebungskompetenzen . . . . .	301
3. Regulierungsadressat . . . . .	302
a) Regelungen gegenüber Verwendern von Political Bots . . . . .	302
b) Regelungen gegenüber Software-Entwicklern . . . . .	304
c) Regelungen gegenüber Betreibern sozialer Online-Netzwerke . . . . .	304
4. Vorbehalt des Gesetzes . . . . .	305
5. Gesetzgeberische Berücksichtigung von Prognoseelementen . . . . .	306
a) Wissenschaftliche Unsicherheiten . . . . .	306
b) Eigeninteressen der Betreiber . . . . .	307
c) Rechtstechnische Berücksichtigung von Unsicherheiten . . . . .	308
6. Regelungsziele . . . . .	310
7. Zwischenergebnis . . . . .	312
II. Vorschlag eines Regulierungsmodells . . . . .	314
1. Kennzeichnungspflicht für automatisierte Kommunikation . . . . .	314
2. Transparenz algorithmenbasierter Entscheidungsverfahren . . . . .	316
a) Informationspflichten gegenüber den Nutzern . . . . .	316
b) Berichtspflichten . . . . .	318
3. Schutz vor Identitätsmissbrauch . . . . .	319
a) Zu einer Klarnamenpflicht in sozialen Online-Netzwerken . . . . .	320
b) Eigener Vorschlag . . . . .	321
4. Anwendungsbereich der medienrechtlichen Regelungen . . . . .	323
5. Verbot automatisierter Kommunikation für politische Parteien . . . . .	324
III. Verfassungsmäßigkeit des vorgeschlagenen Regulierungsmodells . . . . .	325
1. Bewertung weiterer Regulierungsoptionen . . . . .	326
a) Straftatbestände . . . . .	326
b) Zugriff auf APIs . . . . .	327
c) Vielfaltssicherung . . . . .	328
d) (Regulierte) Selbstregulierung der Betreiber . . . . .	329
2. Interessenabwägung . . . . .	331
a) Widerstreitende Abwägungsposten . . . . .	331
b) Fürstreitende Abwägungsposten . . . . .	333
c) Bewertung . . . . .	334

3. Bestehen einer gesetzgeberischen Handlungspflicht? .....	336
<i>D. Ergebnis</i> .....	338
Ergebnissätze und Ausblick .....	341
<i>A. Zur Interpretation des Art. 5 Abs. 1 GG</i> .....	341
<i>B. Konzeptionelle Erfassung automatisierter Meinungsbeeinflussung</i> ....	342
<i>C. Ausblick</i> .....	344
Literatur .....	347
Register .....	367

# Einleitung

„Ich glaube, die sozialen Medien sind mittlerweile politische Foren, auf denen Meinungen ausgetauscht und gebildet werden. Vor zehn Jahren war das noch die Kneipe und vor vierzig Jahren der Marktplatz.“

Lisa-Maria Neudert<sup>1</sup>

## A. Untersuchungsumfeld: Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken – zwischen Chance und Risiko

Die Rahmenbedingungen von Kommunikation haben sich durch das Internet und die Entwicklung neuer Onlinedienste mit Möglichkeiten zum Informationsaustausch in den letzten Jahren entscheidend verschoben. Anders als bei klassischen Rundfunk- und Presseangeboten können Bürger in solchen Diensten eigene Inhalte verbreiten. Sie verlassen die Rolle als (vorwiegend) passive Informationsempfänger und erhalten neue Möglichkeiten zur kommunikativen Selbstbestimmung und zum wechselseitigen Austausch mit anderen Bürgern. Vor allem soziale Online-Netzwerke wie Facebook und Twitter erfahren weltweit eine stetig steigende Nutzung. Dabei werden sie nicht nur für den Austausch persönlicher Inhalte mit Familie und Freunden, sondern von immer mehr Nutzern auch als Nachrichtenquelle verstanden.<sup>2</sup>

Mit der zunehmenden Akzeptanz sozialer Online-Netzwerke geht ihre wachsende gesellschaftliche Bedeutung einher. Die Partizipationsmöglichkeiten für die Nutzer digitaler Kommunikationsangebote begründeten Hoffnungen auf einen „Jungbrunnen für die Demokratie im digitalen Zeitalter.“<sup>3</sup> Angesichts der kommunikativen Möglichkeiten der Bürger und gleichzeitig geringer Regulierung durch die Betreiber und den Staat scheinen diese Netzwerke wie ein idealer Raum für einen rationalen, herrschaftsfreien Diskurs als zentrales Element einer demokratischen Öffentlichkeit.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Tweet vom 19.10.2017, abrufbar: @lmneudert, zuletzt abgerufen am 11.12.2020. Alternativ als Interview erschienen in der Frankfurter Allgemeinen Woche Nr. 42 vom 13.10.2017, S. 26.

<sup>2</sup> Exemplarisch Reuters Institute Digital News Report 2019, [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf), zuletzt abgerufen am 11.12.2020, S. 86 f.

<sup>3</sup> Clemens, ZfP 1999, 50; vgl. Schemmel, Der Staat 57 (2018), 501, 503.

<sup>4</sup> Büschenfeldt, TFH Wildau – Wissenschaftliche Beiträge 2008, 72, 74. Zu diesem auf

Von dieser lodernen Euphorie ist angesichts zunehmender Warnungen vor der Gefährlichkeit sozialer Online-Netzwerke für die Demokratie und ihrer Anfälligkeit für Manipulationsversuche nur noch ein Flackern verblieben. Der Verkauf der Daten von 87 Millionen Facebook-Nutzern an Cambridge Analytica zur anschließenden Verwendung für individuell zugeschnittene Wahlwerbung ist nur ein Beleg für die neu entstandenen Möglichkeiten zur Beeinflussung von Wählern.<sup>5</sup> Das Risiko der Nutzung für gezielte Desinformationskampagnen verdeutlicht der US-amerikanische Präsidentschaftswahlkampf 2016. Befürchtungen vor Diskursfragmentierungen durch das Entstehen von sog. Filterblasen und Echokammern führen zu Forderungen nach staatlichen Eingriffen.<sup>6</sup> In fast schon fatalistischer Weise wird nicht mehr das demokratiefördernde Potenzial sozialer Online-Netzwerke, sondern das Risiko einer Zerstörung der Demokratie betont.<sup>7</sup>

## B. Untersuchungsgegenstand: Automatisierte Meinungsbeeinflussung

Versuche der Beeinflussung von Wählern sind keinesfalls dem Zeitalter digitaler Kommunikation vorbehalten, sondern gehören vielmehr zum notwendigen Meinungskampf einer demokratischen Gesellschaft. Indes haben derartige Versuche neue Formen gefunden und sind durch den Einsatz von Informationstechnologien und die Allgegenwärtigkeit sozialer Medien von neuer Qualität.<sup>8</sup> Die Entwicklung technischer Instrumente und ihre Verknüpfung mit neuen, offenen Kommunikationsräumen im Internet eröffnet eine Vielzahl neuer Optionen zur Ansprache einzelner Wähler bzw. Wählergruppen.

So überrascht es nicht, dass sich weltweit eine Verwendung neu entwickelter, automatisierter Instrumente im politischen Diskurs feststellen lässt. Im Rahmen der TV-Duelle zwischen Donald Trump und Hillary Clinton vor der US-Präsidentschaftswahl 2016 wurde über ein Eingreifen von Social Bots zugunsten Trumps in der parallel stattfindenden Diskussion auf Twitter berichtet.<sup>9</sup> Nach

---

die Kommunikationsbedingungen gestützten Demokratiemodell *Habermas*, Die Einbeziehung des Anderen, 1997, S. 285 ff., insbesondere S. 288: „Diese subjektlosen Kommunikationen, innerhalb und außerhalb der politischen, auf Beschlußfassung programmierten Körperschaften, bilden Arenen, in denen eine mehr oder weniger rationale Meinungs- und Willensbildung über gesamtgesellschaftlich relevante Themen und regelungsbedürftige Materien stattfinden kann.“

<sup>5</sup> Dazu *Isaak/Hanna*, Computer 51 (8) 2018, 56 ff.

<sup>6</sup> Exemplarisch *Mitsch*, DVBl. 2019, 811 ff.

<sup>7</sup> DIE ZEIT Nr. 53 vom 20.12.2017, S. 24, Interview mit Niall Ferguson: „Facebook zerstört die Demokratie.“

<sup>8</sup> House of Commons, „Disinformation and ‚fake news‘: Final Report“, S. 5, abrufbar unter: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020. Vgl. *Künast*, ZRP 2019, 62, 64.

<sup>9</sup> *Bessi/Ferrara*, First Monday 2016, 21 (11); *Kollanyi/Howard/Woolley*, Bots and Auto-

dem EU-Mitgliedschaftsreferendum im Vereinigten Königreich 2016 wurden Social Bots als politische Stimmungsmacher ausgemacht.<sup>10</sup> Im Russland-Ukraine-Konflikt agierten Social Bots in sozialen Online-Netzwerken scheinbar als Teil von Versuchen, die Deutungshoheit über die aktuellen Geschehnisse zu sichern.<sup>11</sup> Angesprochen ist mit dem Phänomen der Social Bots in allen Fällen die Verwendung von Software, die wie ein menschlicher Nutzer im Internet kommunizieren kann, ohne dass für menschliche Gegenüber die stattfindende Automatisierung erkennbar wird. Befürchtungen, dass eben diese Social Bots auch Einfluss auf Bundestagswahlen nehmen könnten, wurden durch eine Anknüpfung der Alternative für Deutschland (AfD) zu einer Nutzung eben dieser Technologie sicher nicht beschwichtigt.<sup>12</sup>

Worauf genau bezieht sich diese Diskussion um Social Bots? Und verfügen sie tatsächlich über die Möglichkeit zur Beeinflussung des gesellschaftlichen Diskurses und in der Folge von für die Demokratie entscheidenden Wahlen und Abstimmungen? Besteht dann nicht eine Notwendigkeit von Schutzvorkehrungen durch den Gesetzgeber für die vermeintlich ahnungslosen menschlichen Teilnehmer im Diskurs? Schon ein erster Versuch der juristischen Einordnung der neuen Kommunikationsteilnehmer offenbart vielschichtige Probleme. So ist zu klären, ob und inwiefern sich der Einsatz von Automatisierung auf die Zurechnung von Kommunikationsvorgängen zu natürlichen Personen auswirkt. Insbesondere wird überlegt, ob dergestalt erfolgende Kommunikation noch Grundrechtsschutz genießen kann.<sup>13</sup> Die beschriebenen Beobachtungen werfen die Frage auf, ob für politische Akteure wie Parteien besondere Maßstäbe bei Verwendung technischer Wahlkampfhelfer entwickelt werden müssen.

Hinzukommt, dass das hier in den Blick genommene Umfeld sozialer Online-Netzwerke ebenfalls auf verschiedenen Ebenen Zündstoff für die (Rechts-)

---

mation over Twitter during the Second U. S. Presidential Debate, <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2016/10/Data-Memo-Second-Presidential-Debate.pdf>, zuletzt abgerufen am 10.12.2020.

<sup>10</sup> „Die Bots wollen raus aus der EU“, Spiegel Online vom 23.06.2016, abrufbar unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/brexit-und-soziale-netzwerke-bots-koennten-waehler-manipulieren-a-1099196.html>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020; *Howard/Kollanyi*, Bots, #StrongerIn, and #Brexit, <https://arxiv.org/abs/1606.06356>, zuletzt abgerufen am 10.12.2020, S. 1 ff.

<sup>11</sup> *Zhdanova/Orlova*, Computational Propaganda in Ukraine, <https://www.oii.ox.ac.uk/blog/computational-propaganda-in-ukraine-caught-between-external-threats-and-internal-challenges/>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020, S. 8 ff.

<sup>12</sup> Bericht von Spiegel Online vom 21.10.2016, abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/afd-will-im-wahlkampf-social-bots-einsetzen-a-1117707.html>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020. Eine diese Berichte zurückweisende Pressemitteilung der AfD vom 23.10.2016 ist abrufbar unter: <https://www.afd.de/afd-lehnt-einsatz-von-sogenannten-social-bots-ab/>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>13</sup> Etwa *Dankert/Dreyer*, K&R 2017, 73, 74 f.; *Klaas*, MMR 2019, 84, 87 ff.; *Milker*, ZUM 2017, 216, 217 f.; *ders.*, InTeR 2017, 199, 201 f.; *M. Schröder*, DVBl. 2018, 465, 466 ff.; *Steinbach*, ZRP 2017, 101, 102 ff.

Wissenschaft liefert und die dogmatische Erfassung ihrer Strukturen keinesfalls geklärt ist. Der grundrechtliche Schutz der Betreiber und der Nutzer dieser Angebote kann, speziell mit Blick auf die Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 GG, nur als ungeklärt bezeichnet werden.<sup>14</sup> Nicht selten wird demnach die Schaffung neuer Grundrechte als Notwendigkeit für die Zukunftsfähigkeit des Grundgesetzes erachtet.<sup>15</sup> Durch diese Diskussionen geistert oftmals als weitere Unbekannte der Begriff der Algorithmen, deren Auswirkungen auf die Kommunikation und ihre rechtliche Beurteilung zu bestimmen sind.<sup>16</sup>

Diese Arbeit sucht einen Ansatz für den zukünftigen verfassungsrechtlichen und einfachgesetzlichen Umgang mit den Möglichkeiten automatisierter Meinungsbeeinflussung. Die damit verbundenen Risiken sollen systematisiert und mit Blick auf einen eventuell bestehenden (gesetzgeberischen) Handlungsbedarf geprüft werden. Zugleich erfolgt eine rechtliche Verortung der verschiedenen Kommunikationsteilnehmer sowohl von privater als auch staatlicher Seite in sozialen Online-Netzwerken unter Berücksichtigung der strukturellen Besonderheiten. Angesichts der zahlreich bestehenden Berührungspunkte bietet die Arbeit zugleich einen Beitrag zur Diskussion um die Interpretation der Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 GG.

### C. Gang der Untersuchung

Die juristische Beurteilung automatisierter Meinungsbeeinflussung kann nicht ohne eine Auseinandersetzung mit den technischen Rahmenbedingungen erfolgen. Daher sollen in Kapitel 1 zunächst das Kommunikationsumfeld sozialer Online-Netzwerke dargestellt und seine Besonderheiten bestimmt werden. Sodann wird aufgezeigt, wie Automatisierung mit dem Ziel der Beeinflussung menschlicher Nutzer verwendet werden kann. Hierdurch werden verschiedene Ziele der Verwendung von Social Bots deutlich, weshalb eine Eingrenzung erfolgt. Die im politischen Diskurs agierenden Political Bots werden als Untersuchungsgegenstand definiert. Anhand bisher beobachteter Fälle der Verwendung von Political Bots in verschiedenen Ländern werden die davon ausgehenden Risiken analysiert und systematisiert.

Kapitel 2 befasst sich, sowohl wegen der intensiven wissenschaftlichen Auseinandersetzung als auch wegen der Bedeutung für die folgende Beurteilung

<sup>14</sup> Vgl. *Franzius*, JZ 2016, 650 ff.; *Gersdorf*, BayVBl. 2015, 625, 627 ff.; *ders.*, MMR 2017, 439, 442 ff.; *Pille*, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 172 ff.

<sup>15</sup> *Bronsema*, Medienspezifischer Grundrechtsschutz der elektronischen Presse, 2008, S. 171 ff.; *Hain*, K&R 2012, 98, 103; *Koreng*, Zensur im Internet, 2010, S. 98 ff.; *Schliesky*, NVwZ 2019, 693, 698 ff.; *Sporn*, K&R 2013, 2, 5 ff.; *Pille*, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 194 ff.

<sup>16</sup> Vgl. *Martini*, JZ 2017, 1017, 1018: „Blackbox Algorithmus“.

automatisierter Meinungsäußerungen, mit dem Schutz der Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken durch das Grundgesetz. Hierbei wird zwischen deren Betreibern und deren Nutzern als Kommunikationsteilnehmer differenziert. Es wird berücksichtigt, dass im Schrifttum vielfach die Schaffung neuer Kommunikationsgrundrechte als notwendig für einen ausreichenden Grundrechtsschutz angesehen wird.

Ausgehend von den gefundenen Ergebnissen wird in Kapitel 3 der grundrechtliche Schutz der Verwendung von Political Bots am Maßstab der Meinungsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 GG untersucht. Die Automatisierung von Kommunikationsvorgängen wirft verschiedene Zurechnungsfragen bei der Eröffnung des personalen Schutzbereichs auf. Angesichts der Modalitäten der Äußerungen und ihrer Auswirkungen auf die Empfänger stellt sich weiter die Frage, ob sich die Kommunikation innerhalb der Grenzen des sachlichen Schutzbereichs bewegt. Weiter werden verfassungsrechtliche Schranken bestimmt, durch die eine an sich geschützte Verwendung eingeschränkt werden darf, und Leitlinien für eine in dieser Konstellation vorzunehmende Interessenabwägung erarbeitet.

Aufgrund ihres besonderen Gewichts für die Funktionsfähigkeit der Demokratie und ob der beobachteten Rolle staatlicher oder staatsnaher Akteure in anderen Staaten nimmt Kapitel 4 die Verwendung von Political Bots als Mittel staatlicher Kommunikation und durch politische Parteien in den Blick. Dabei wird die Notwendigkeit ihrer Beteiligung am Kommunikationsprozess begründet, um sodann die Grenzen dieser Mitwirkung herauszuarbeiten.

Die in den vorherigen Kapiteln gewonnenen Erkenntnisse sind maßgeblich für die Möglichkeiten und Ziele einer gesetzgeberischen Regulierung automatisierter Meinungsbeeinflussung, denen sich Kapitel 5 widmet. Zum Ausgangspunkt dienen die aus Art. 5 Abs. 1 GG abzuleitenden staatlichen Schutzpflichten, die sich zu Handlungspflichten des Gesetzgebers verengen können. Der *de lege lata* bestehende gesetzliche Rahmen für die Verwendung von Political Bots wird dahingehend untersucht, ob er den verfassungsrechtlichen Zielvorgaben genügt. Anknüpfend hieran wird ein eigenes Modell einer gesetzgeberischen Regulierung vorgeschlagen.

Abschließend werden grundlegende Gedanken zur zukünftigen verfassungsrechtlichen und einfachgesetzlichen Erfassung automatisierter Meinungsbeeinflussung zusammengefasst.



## Kapitel 1

# Political Bots als Gefahr für die Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken

Zur Einführung in den Untersuchungsgegenstand sind zunächst die Struktur und die Besonderheiten der Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken darzustellen. Sodann werden die technischen Umstände automatisierter Meinungsbeeinflussung erläutert und Political Bots begrifflich definiert. Hieran schließt sich eine Analyse der von diesen ausgehenden Risiken an. Diese werden abschließend systematisiert und bewertet.

## A. Soziale Online-Netzwerke

### I. Einführung

Die Entwicklung des Web 2.0 führte u. a. zur Entstehung von sozialen Netzwerken im Internet, einem technischen und sozialen Phänomen, das inzwischen Milliarden von Teilnehmern<sup>1</sup> über die ganze Welt miteinander verbindet.<sup>2</sup> Wenngleich er heutzutage fast selbstverständlich für Internetangebote verwendet wird, war der Begriff des sozialen Netzwerks schon zuvor in der Sozialwissenschaft bekannt.<sup>3</sup> Dort beschrieb der Begriff (interpersonaler) sozialer Netzwerke typischerweise das Gesamtbild sozialer Beziehungen einer Person, rekuriert also auf eine Vergesellschaftung von Individuen.<sup>4</sup> Ein soziales Netzwerk in diesem Sinne besteht aus einer begrenzten Zahl von Akteuren und den

---

<sup>1</sup> Allein aus Gründen des Textflusses verzichtet diese Arbeit auf die Verwendung geschlechtsspezifischer Formulierungen und nutzt das generische Maskulinum. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, insbesondere mit Blick auf die Nutzerinnen und Nutzer sozialer Online-Netzwerke, beziehen sie sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise.

<sup>2</sup> Xu et al., Information Disclosure and Online Social Networks, <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1507&context=amcis2010>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020, S. 1. Einen kurzen Überblick zur Funktionsweise des Internets gibt Koreng, Zensur im Internet, 2010, S. 43 ff.

<sup>3</sup> Einen Überblick über die Netzwerkforschung in den Sozialwissenschaften gibt Weyer, in: ders. (Hrsg.), Soziale Netzwerke, 2014, S. 39 ff.; Pille, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 88 mwN.

<sup>4</sup> Haider, Facebook – eine Nutzertypologie, 2012, S. 10; Kaufmann, in: ders. (Hrsg.), Vernetzte Steuerung, 2007, S. 7 ff.; Pille, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 89.

zwischen ihnen bestehenden Beziehungen.<sup>5</sup> Auch wenn eine Definition sozialer Online-Netzwerke erst das Ergebnis dieses Abschnitts bilden wird, lassen sie sich, von dem sozialwissenschaftlichen Begriffsursprung ausgehend, grundsätzlich als Internetdienste verstehen, die ihren Nutzern erleichtere Kommunikation mit anderen Individuen bieten.<sup>6</sup> Sie sind in den vergangenen Jahren in ganz verschiedenen Richtungen und mit zahlreichen Zielen entstanden. „Die hierdurch entstehende Fluktuation, Vielzahl und Vielfalt der Netzwerke macht eine abschließende und umfassende Betrachtung sämtlicher Netzwerke kaum möglich.“<sup>7</sup> So ist etwa die verstärkte Entwicklung sozialer Online-Netzwerke zum Teilen von Fotos und Videos zu beobachten; der hier führende Dienst Instagram gehört seit 2012 zur Facebook Inc. und kann auf sprunghaft steigende Nutzerzahlen verweisen.<sup>8</sup> Differenziert werden kann zwischen allgemeinen (horizontalen) Netzwerken, welche umfassend und breit ausgerichtet sind, und spezialisierten (vertikalen) Netzwerken mit thematischer Spezialisierung wie etwa das Business-Netzwerk Xing.<sup>9</sup> Für diese Arbeit sind die allgemeinen sozialen Netzwerkdienste von besonderem Interesse, weil sie eine größere Nutzerzahl haben und zu einer natürlichen Monopolbildung tendieren.<sup>10</sup> Zudem sind es besonders die allgemeinen sozialen Online-Netzwerke, die im weitesten Sinne kommunikativen Zwecken dienen.<sup>11</sup> Allgemeine soziale Online-Netzwerke ermöglichen die Pflege bestehender Freundschaften und das Knüpfen neuer Kontakte, bilden so die sozialen Beziehungen ihrer Mitglieder auf eine neue Weise ab und machen diese auch für andere Nutzer des jeweiligen Netzwerks sichtbar.<sup>12</sup> Soweit in dieser Arbeit nur von sozialen Online-Netzwerken gesprochen wird, beschränkt sich der Untersuchungsgegenstand auf allgemeine soziale Online-Netzwerke, für die Facebook und Twitter besonders hervorgehoben werden.

<sup>5</sup> Nach der englischen Definition „A social network consists of a finite set or sets of actors and the relation or relations defined on them“, *Stegbauer*, in: Weyer (Hrsg.), *Soziale Netzwerke*, 2014, S. 243; *Wasserman/Faust*, *Social Network Analysis*, 1994, S. 20.

<sup>6</sup> *Boshmaf* et al., *The Socialbot Network*, [https://www.researchgate.net/publication/221046256\\_The\\_Socialbot\\_Network\\_When\\_bots\\_socialize\\_for\\_fame\\_and\\_money](https://www.researchgate.net/publication/221046256_The_Socialbot_Network_When_bots_socialize_for_fame_and_money), zuletzt abgerufen am 10.12.2020. Siehe die Begriffsbestimmung in Kapitel 1, A., IV.

<sup>7</sup> *Pille*, *Meinungsmacht sozialer Netzwerke*, 2016, S. 90 mwN.

<sup>8</sup> Zur Nutzung von Instagram *Hu/Manikonda/Kambhampati*, *What We Instagram*, [https://www.researchgate.net/publication/290044426\\_What\\_we\\_instagram\\_A\\_first\\_analysis\\_of\\_instagram\\_photo\\_content\\_and\\_user\\_types](https://www.researchgate.net/publication/290044426_What_we_instagram_A_first_analysis_of_instagram_photo_content_and_user_types), zuletzt abgerufen am 10.12.2020. Im Juni 2018 gab das Unternehmen bekannt, die Zahl von einer Milliarde Nutzer weltweit überschritten zu haben, dazu <https://www.forbes.com/sites/valleyvoices/2018/06/25/how-instagram-is-eating-the-world/?sh=39a896ee3145>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>9</sup> *Schulz/Dankert*, *Die Macht der Informationsintermediäre*, 2016, S. 24; dazu auch *Pille*, *Meinungsmacht sozialer Netzwerke*, 2016, S. 91 f.

<sup>10</sup> *Schulz/Dankert*, *Die Macht der Informationsintermediäre*, 2016, S. 24.

<sup>11</sup> *Pille*, *Meinungsmacht sozialer Netzwerke*, 2016, S. 93 mwN.

<sup>12</sup> *Pille*, *Meinungsmacht sozialer Netzwerke*, 2016, S. 92 f. mwN.

Facebook ist das mit Abstand größte soziale Online-Netzwerk und hinter Google und YouTube eine der Webseiten mit den meisten Aufrufen weltweit.<sup>13</sup> Längst ist Facebook zu einem großen Internet- und Wirtschaftsunternehmen aufgestiegen, das seit 2012 an der Börse notiert ist und einen Börsenwert von über 700 Milliarden US-Dollar erreicht hat.<sup>14</sup> Facebook steht somit paradigmatisch für die wachsende Bedeutung sozialer Online-Netzwerke. Auch der Internetdienst Twitter hat im vergangenen Jahrzehnt weltweit Millionen von Nutzern gewonnen. Twitter ermöglicht seinen Nutzern, einen Mikroblog mit Kurznachrichten zu schaffen, welche dann von anderen Nutzern eingesehen werden können.<sup>15</sup> Die Länge dieser Nachrichten, der sog. Tweets, war bis November 2017 auf 140 Unicode-Zeichen beschränkt, bis die maximale Länge auf 280 Zeichen angehoben wurde.<sup>16</sup> Die besonderen Möglichkeiten von Twitter, seine virale Wirkung, liegen in dieser Form der aktuellen Kurzinformation. Nicht zuletzt hat Twitter durch den Erfolg von Donald J. Trump bei den US-Präsidentenwahlen 2016 und seinem Einsatz von Twitter als Sprachrohr einen erheblichen (welt-)politischen Einfluss gewonnen.<sup>17</sup> Angesichts der Unterschiede in der Funktionsweise zwischen Facebook und Twitter wird über die Charakterisierung von Twitter und seine mögliche Einordnung als soziales Netzwerk diskutiert.<sup>18</sup> Geht man von dem sozialwissenschaftlichen Ursprung sozialer Netzwerke als Vergesellschaftung von Individuen aus und stellt damit darauf ab, dass die Verbindung der Nutzer und die Schaffung von Kommunikationsmöglichkeiten prägend für allgemeine soziale Online-Netzwerke ist, kommt man zu dem Ergebnis, dass auch Twitter als soziales Online-Netzwerk zu behandeln ist.<sup>19</sup> Bei der Auswertung wissenschaftlicher Studien und der rechtlichen Einordnung sind bestehende funktionale Unterschiede zwischen verschiedenen Diensten gleichwohl zu beachten – und verdeutlichen zudem die Vielfalt kommunikativer Möglichkeiten, die sich in diesem Bereich in den letzten Jahren entwickelt hat.

---

<sup>13</sup> Eine Übersicht der meistaufgerufenen Webseiten ist abrufbar unter: <https://www.alexa.com/topsites/global;0>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>14</sup> Die Marktkapitalisierung der Facebook Inc. ist abrufbar unter: [https://ycharts.com/companies/FB/market\\_cap](https://ycharts.com/companies/FB/market_cap), zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>15</sup> *Schmidmann*, Die verfassungsrechtliche Einordnung konvergenter Massenmedien, 2013, S. 337.

<sup>16</sup> Informationen zu dieser Veränderung der Zeichenbeschränkung sind abrufbar unter: [https://blog.twitter.com/official/en\\_us/topics/product/2017/tweetingmadeeasier.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/tweetingmadeeasier.html), zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>17</sup> *Oremus*, Twitter's New Order, [http://www.slate.com/articles/technology/cover\\_story/2017/03/twitter\\_s\\_timeline\\_algorithm\\_and\\_its\\_effect\\_on\\_us\\_explained.html](http://www.slate.com/articles/technology/cover_story/2017/03/twitter_s_timeline_algorithm_and_its_effect_on_us_explained.html), zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>18</sup> Vgl. die Fragestellung „What is Twitter, a Social Network or a News Media“ bei *Kwak et al.*, What is Twitter, <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1772690.1772751>, zuletzt abgerufen am 10.12.2020, S. 591 ff.

<sup>19</sup> Differenzierend *Schmidmann*, Die verfassungsrechtliche Einordnung konvergenter Massenmedien, 2013, S. 337 ff.

## II. Registrierung in sozialen Online-Netzwerken

Die Teilnahme in einem sozialen Online-Netzwerk und die Kommunikation mit anderen Nutzern sind erst nach Erstellung eines Accounts möglich. Die Kontrolle über einen Account in einem sozialen Online-Netzwerk ist nach vorheriger Registrierung in dem jeweiligen Netzwerk möglich. Die Registrierung erfolgt über das Ausfüllen eines Online-Formulars, über das verschiedene Informationen vom potenziellen Neunutzer abgefragt werden.<sup>20</sup> So verlangt Facebook vor Erstellung eines Accounts die Angabe von Vor- und Nachname, Geschlecht, Geburtsdatum, einer gültigen Handynummer oder E-Mail-Adresse sowie eines Passworts. Twitter verzichtet demgegenüber auf die Angabe von Geschlecht und Geburtsdatum; notwendig sind die Angabe eines vollständigen Namens, einer Telefonnummer oder einer E-Mail-Adresse sowie eines Passworts. Spezialisierte soziale Online-Netzwerke fragen zusätzlich, je nach thematischer Ausrichtung, weitere persönliche Informationen ab.

Von unterschiedlicher Bedeutung in verschiedenen sozialen Online-Netzwerken ist die Angabe des Klarnamens durch den Nutzer. Insbesondere in spezialisierten Netzwerken, zu denken ist etwa an Partnervermittlungsangebote oder audiovisuelle Dienste wie Snapchat und Instagram, erfolgt die Kommunikation unter Verwendung von pseudonymisierten Nutzernamen.<sup>21</sup> Auch bei Twitter erfolgt die Kommunikation innerhalb des Netzwerks über den nach der Registrierung selbstgewählten Nutzernamen, wenngleich der vollständige Name zuvor im Registrierungsprozess angegeben werden soll. Der Nutzer wird von Twitter nicht zur Angabe seines Klarnamens verpflichtet.<sup>22</sup> Demgegenüber verlangen andere soziale Online-Netzwerke die Angabe des Klarnamens. Ein Facebook-Nutzer muss denselben Namen verwenden, den er auch im täglichen Leben verwendet.<sup>23</sup> Bei Zweifeln über die Identität eines Facebook-Nutzers kann dieser zu einem Nachweis etwa durch Lichtbildausweis verpflichtet werden.<sup>24</sup> Noch weiter geht XING, nach dessen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Nutzer verpflichtet ist, „ausschließlich wahre und nicht irreführende Angaben zu machen sowie seinen Klarnamen und keine Pseudonyme oder Künstlernamen zu verwenden“.<sup>25</sup> Somit besteht in einigen sozialen Online-Netzwerken die Notwendigkeit der Registrierung unter Klarnamen.<sup>26</sup>

<sup>20</sup> Vgl. *Pille*, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 97.

<sup>21</sup> *Pille*, Meinungsmacht sozialer Netzwerke, 2016, S. 128. Die Nutzungsbedingungen dieser Dienste sind abrufbar unter: <https://help.instagram.com/478745558852511>; <https://www.snap.com/de-DE/terms>, jeweils zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>22</sup> Dazu die Twitter-AGB, abrufbar unter <https://twitter.com/de/tos>; vgl. auch <https://support.twitter.com/articles/402879#>, jeweils zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>23</sup> <https://www.facebook.com/legal/terms>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>24</sup> <https://de-de.facebook.com/help/contact/183000765122339>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>25</sup> <https://www.xing.com/terms#a-4>, zuletzt abgerufen am 11.12.2020.

<sup>26</sup> Zu einer Klarnamenpflicht in sozialen Online-Netzwerken siehe Kapitel 5, C., II., 3., a).

## Register

Fett hervorgehobene Seitenzahlen indizieren besonders relevante Fundstellen zu einem Stichwort.

- Algorithmen 34, 69
  - Begriff **21**
  - Kommunikator 156
  - lernende ~ 21, 69, 159
  - Markov-Ketten 34
  - neuronale Netze 68
  - Transparenzanforderungen 316
- Allgemeines Gesetz, *siehe* Meinungsfreiheit
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht 128
  - Nutzer sozialer Online-Netzwerke 198
  - Schutzbereich 135, 197
- Allgemeinzugänglichkeit, *siehe* Pressefreiheit, *siehe* Rundfunkfreiheit
- Amtliche Accounts, *siehe* Staatliche Öffentlichkeitsarbeit
- Amtsträger
  - Definition 207
  - Grundrechtsbindung 207
- Anonymität
  - Definition **179**
  - Gefahr der Selbstzensur 183
  - Meinungsfreiheit 180
- Anwendungsprogrammierschnittstellen, *siehe* Soziale Online-Netzwerke
- APIs, *siehe* Soziale Online-Netzwerke
- Astroturfing 48
- Ausländische juristische Personen
  - Grundrechtsträgerschaft **86, 88**
- Automatisierte Kommunikation
  - Grundrechtsschutz 152
  - Zurechnung 155, 161
- Automatisierte Meinungsbeeinflussung
  - Begriff 46, **83**
  - grenzüberschreitende ~ 41
  - Regulierung 277
- Automatisierung **21**, 159
- Autonomie **21**, 159 f.
- Belästigungen, *siehe* Schutzpflichten
- Berufsfreiheit
  - Anwendung auf juristische Personen 91
  - Betreiber sozialer Online-Netzwerke 91
  - Schrankenvorbehalt 118
  - Schutzbereich 90, 134
- Betreiber sozialer Online-Netzwerke 162
  - Anwendbarkeit der Rundfunkfreiheit 117
  - Berichtspflichten 318
  - Definition 85
  - grundrechtlicher Schutz 139
  - Informationspflichten 316
  - Inhaltsneutrale Tätigkeiten 110, **112**
  - Kennzeichnungspflicht 284
  - Rechtfertigung von Grundrechtseingriffen 325, 331, 334
  - Regulierungsadressat 304
  - Schutz durch die Meinungsfreiheit 96
  - Schutz durch die Pressefreiheit **117**
- Bot
  - Begriff, *siehe* Political Bots
- Chancengleichheit, *siehe* Kommunikative Chancengleichheit
- Chilling effects* 182
- Deep Learning* 68, 158
- Dienste der Informationsgesellschaft, *siehe* E-Commerce-Richtlinie
- Digital Services Act 300

- Drittwirkung, *siehe* Mittelbare Drittwirkung
- Echokammern 54, 319
- E-Commerce-Richtlinie
- Haftungsprivilegierung 299
  - Herkunftslandprinzip 297
  - Koordinierter Bereich 298
- Einschätzungsprärogative des Gesetzgebers 261
- Emoticons 121
- EMRK
- Auslegungshilfe 136
- Facebook
- Chronik 12
  - Facebook Immune System 61
  - Geschäftsmodell 24
  - Grundrechtsträgerschaft 89
  - Newsfeed **20**
  - Nutzerzahl 52
  - Parameter des Newsfeeds **22**
  - Schutz durch die Meinungsfreiheit 97
  - Seiten 13
  - Unternehmen 9
- Falschnachrichten 49, 170
- Filterblase 55, 319
- Formalbeleidigung, *siehe* Meinungsfreiheit
- Forum internum* 173
- Freiheit der Wahl 242
- Gebot der Kommunikationsklarheit, *siehe* Staatliche Öffentlichkeitsarbeit
- Gebot der Sachlichkeit, *siehe* Staatliche Öffentlichkeitsarbeit
- Grundrechte
- Abwehrrechte 255
  - Deutschen-Grundrechte 146
  - Dimensionen 255
  - Jedermann-Grundrechte 146
  - objektive Komponente 256
  - personaler Schutzbereich 146
  - pränataler Grundrechtsschutz 148
  - sachlicher Schutzbereich 170
  - Schranken **90**
  - Schutzbereich **90**, 141
- Grundrechte-Charta
- Auslegungshilfe 136
- Grundrechtsträgerschaft
- ausländische juristische Personen 85
  - juristische Personen 91
  - künstliche Intelligenz 152, 167
  - Sitztheorie 86
  - Tochtergesellschaften 89
- Gruppenkommunikation
- Begriff 17
  - in sozialen Online-Netzwerken 18
- Handeln unter fremden Namen 190
- Handlungspflichten des Gesetzgebers **264**, 336
- Herkunftslandprinzip, *siehe* E-Commerce-Richtlinie
- Identität
- numerische ~ 191
- Identitätsmissbrauch, *siehe* Political Bots
- Identitätstäuschung, *siehe* Political Bots
- IMSI-Catcher 153
- Individuale Kommunikation
- Begriff 16
  - soziale Online-Netzwerke 17
- Informationsfreiheit
- allgemein zugängliche Quellen 127
  - Nutzer sozialer Online-Netzwerke 128, 196
  - sachlicher Schutzbereich 127, 195
- Informationsintermediär 29, 85
- Informationspflichten
- Betreiber sozialer Online-Netzwerke 316
  - MStV 280
  - TMG 278
- Inhaltsneutrale Tätigkeiten
- Betreiber sozialer Online-Netzwerke 107, 110, 112
  - Meinungsfreiheit 93
  - Pressefreiheit 104
  - Rundfunkfreiheit 106
- Instagram 27
- Instant-Messaging 18
- Intermediär 29
- Internetdienstefreiheit **130**
- Internetfreiheit **129**

- Kabelnetzbetreiber, *siehe* Inhaltsneutrale Tätigkeiten
- Kennzeichnungspflicht
  - MStV 282
  - Political Bots 314
- Klarnamen
  - bei Registrierung 10
  - Bewertung von Klarnamenzwang 321
  - Vorschlag einer Klarnamenpflicht 320
- Kombinationslehre 193
- Kommunikation
  - Begriff **16**
  - Kommunikationsvorgang 16
  - Newsfeed 19
  - personenindifferente ~ 124
  - staatliche ~ 207
- Kommunikationsfreiheit
  - Bewertung 137
  - einheitliche ~ **137**
  - Schutzbereich 137
- Kommunikationsgrundrechte
  - Ausgestaltungsauftrag **269, 272**
  - Notwendigkeit neuer ~ 129, 139
  - objektive Dimension 265
  - Schrankentrias 193
  - Schutzpflicht 267
  - verfassungsimmanente Schranken 194
- Kommunikationsprozess **73, 84, 185**
  - Funktionsweise 73
  - Gesetzgeberischer Schutz 334
  - Risiken durch Political Bots 177, 203
  - Schutzgut der Meinungsfreiheit **143, 146, 336**
  - Schutzpflicht **267, 334**
- Kommunikationsräume
  - Bedeutung 74
  - funktionelle Besonderheiten 272
  - soziale Online-Netzwerke 275
- Kommunikative Chancengleichheit
  - Ausgestaltung durch den Gesetzgeber 337
  - gesetzgeberische Ausgestaltung 272, 334
  - Inhalt 269
  - soziale Online-Netzwerke 276
  - Umsetzung 311
  - Ziel **267**
- Kommunikative Selbstbestimmung, *siehe* Meinungsfreiheit
- Künstliche Intelligenz
  - Begriff 68, 70
  - Grundrechtsschutz **147, 152, 167**
  - Rechtsfähigkeit 168
  - Rechtssubjektivität 167
- Landesmedienanstalten
  - Zuständigkeiten 319, 323
- Massenkommunikation 17
  - Ausgestaltungsauftrag 269
  - in sozialen Online-Netzwerken 19
- Medienfreiheit
  - Bewertung 134, 136
  - einheitliche ~ 132
  - Schutzbereich 133
- Medienfreiheiten
  - Begriff 99
- Medienintermediäre
  - Begriff 29, 283
  - Regulierung im MStV 323
- Meinungsbildung
  - Außenbezug 173
  - Beeinflussung durch Political Bots 80
  - Extrinsische Motivation 72
  - individuelle ~ **70, 145, 267**
  - Intrinsische Motivation 72
  - Meinungsbildungsprozesse 70, 72
  - öffentliche ~ **71, 145, 267**
- Meinungsfreiheit
  - allgemeines Gesetz **193**
  - anonyme Äußerungen 180, 183
  - Äußerungsformen 121
  - Äußerungsmodalitäten 185, 190, 201
  - automatisierte Kommunikation 152, 156
  - Begriff der Meinung **93**
  - Betreiber sozialer Online-Netzwerke **92, 98**
  - *chilling effects* 182
  - Formalbeleidigung 121, 172
  - Hyperlinks 122
  - Identitätstäuschungen 183
  - Inhaltsbezug 92
  - Inhaltsneutrale Tätigkeiten 93
  - Kommunikationsprozess 143

- kommunikative Selbstbestimmung 142, 186
- lernfähige Systeme 160
- Modalitätsfreiheit 172
- nicht-lernfähige Systeme 157
- Nutzer sozialer Online-Netzwerke 119, 122, 197
- objektiv-rechtliche Komponente 142
- Pseudonyme 181, 183
- Rechtfertigung von Grundrechtseingriffen 331
- sachlicher Schutzbereich 119, 173
- Schmähkritik 119 f.
- Schrankentrias **193**, 305
- Schutzgüter 141, 146, 191
- Software-Entwickler 164
- Software-Verwender **167**
- Tatsachenbehauptungen 93, 119, 170, 172, **177**
- Täuschungen 185
- technische Hilfsmittel 154
- verfassungsimmanente Schranken 194
- Werturteil 95, 177
- Meinungsvielfalt, *siehe* Kommunikative Chancengleichheit
- Menschenrechte 147
- Menschenwürde
  - Künstliche Intelligenz 149
- Microsoft Tay 69, 159, 164, 171
- Mittelbare Drittwirkung 199, 256
- Modalitätsfreiheit, *siehe* Meinungsfreiheit
  
- NetzDG 285, 301, 315, 319
- Neutralitätsgebot
  - Abgrenzung amtlicher und parteipolitischer Äußerungen 212
  - Begründung 211
  - in sozialen Online-Netzwerken 217
  - Reichweite 216
- Newsfeed
  - Ansatzpunkt für Meinungsbeeinflussung 62
  - Definition 19
  - Einordnung 29, 290
  - Schutzbereich der Meinungsfreiheit 96
- Nichtamtliche Wahlbeeinflussung
  - Grenzen 244
  - Parteien 246
- Straftatbestände 294
- Nudging 79
- Nutzer sozialer Online-Netzwerke
  - Definition 85
  - Grundrechtsschutz 119, 140
  - Kennzeichnungspflicht 283
  - Schutz durch die Informationsfreiheit 127
  - Schutz durch die Meinungsfreiheit 119, 122
  - Schutz durch die Pressefreiheit 126
  - Schutz durch die Rundfunkfreiheit 126
- Öffentliche Meinung, *siehe* Meinungsbildung
- Öffentliche Privatkommunikation **28**, 83
- Online-Banking 103
- Onlinezeitungen 115
  
- Parteien
  - Äußerungsmodalitäten 247 f., **251**, 253
  - Beteiligung am Kommunikationsprozess 235
  - Beteiligung an Medienunternehmen 238
  - Beteiligung an sozialen Online-Netzwerken 240
  - Chancengleichheit der ~ 325
  - Freiheit der ~ 232
  - Funktionen **230**
  - Gleichheit der ~ 232
  - Grenzen kommunikativer Tätigkeit 251
  - Grundrechtsschutz 229, **235**, 241, 246, 249
  - innere Ordnung 232
  - Kommunikation 237, 241, 248
  - Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken 241
  - Nähe zur staatlichen Sphäre 228
  - Öffentlichkeit der ~ 234
  - Parteienwettbewerb 233, 236
  - parteipolitische Accounts 242
  - Publizitätsgebot 234
  - Rechtsform 227
  - Regelung automatisierter Kommunikation 324

- verfassungsrechtlicher Status 227, **231**
- Verwendung von Political Bots **245**, **251**, 253, 332
- Wahlbewerber 251
- Political Bots
  - Äußerungsmodalitäten **172**
  - Botometer 64
  - Browser-Automatisierung 36
  - Definition **46**
  - Identifizierung **63, 66**
  - Identitätsmissbrauch 190 f.
  - Identitätstäuschung **174**, 188, 203, 249, 332
  - Inhalt der Kommunikation 171
  - Kennzeichnungspflicht **314**
  - Netzwerkexterne Beeinflussung 78, 81
  - Netzwerkinterne Beeinflussung 75, 80
  - Rechtfertigung staatlicher Eingriffe 194, 332, 334
  - Regulierungsansätze 297
  - Regulierungsziele 311
  - Regulierung von Identitätsmissbrauch 319
  - Risiken 47, **51, 75**, 187, 202
  - Schutzbereich der Meinungsfreiheit 141, 146, 170, **188 f.**, 192, 204
  - staatliche Verwendung 223, **225**
  - Steuerungs-Software 33, 156, 159, 163
  - Strategien bei der Verwendung 47
  - Technische Entwicklung 68
  - Technischer Hintergrund **32**
  - Verstärkung von Falschnachrichten 49
  - Verwender 302
  - Verwendung durch Parteien 226, **251**
  - Verwendung in Deutschland 44
  - Verzerrung von Meinungsbildern 175, 204
  - Zurechnung zum Entwickler 163
  - Zurechnung zum Verwender 166
- Presseberufe
  - Grundrechtsschutz 118
- Pressefreiheit
  - Abgrenzung zur Meinungsfreiheit 99, 101
  - Abgrenzung zur Rundfunkfreiheit 113, **115**
  - Allgemein zugänglichkeit 101
  - Begriff der Presse 113
  - Betreiber sozialer Online-Netzwerke 117
  - gesetzgeberischer Gestaltungsspielraum 274
  - Nutzer sozialer Online-Netzwerke 124, 127
  - objektive Komponente **271**
  - pressenspezifisches Verhalten 125
  - sachlicher Schutzbereich 101, 123
  - Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten 104
  - Schutz juristischer Personen 117
  - Selektives Lesemedium **115**
- Presse-Grosso 104
- Prognoseentscheidungen
  - gesetzgeberischer Gestaltungsspielraum 310
  - rechtstechnische Umsetzung 308
  - wissenschaftliche Unsicherheiten 306
- Pseudonym
  - Definition **180**
  - Gefahr der Selbstzensur 183
  - Meinungsfreiheit 180
- Recht auf informationelle Selbstbestimmung
  - Nutzer sozialer Online-Netzwerke 128
  - Schutzbereich 128
- Regulierung
  - Ansätze für Political Bots 297
  - automatisierte Meinungsbeeinflussung 277
  - Begriff 255
  - Betreiber sozialer Online-Netzwerke 304
  - Identitätsmissbrauch in sozialen Online-Netzwerken 319
  - Political Bots 255, 326
  - Selbstregulierung 329
- Religionsfreiheit 134
- Risikoentscheidungen, *siehe* Prognoseentscheidungen
- Rundfunkfreiheit
  - Abgrenzung zur Meinungsfreiheit 99, 101
  - Abgrenzung zur Pressefreiheit 113, **115**

- Aktualität des Rundfunks 114
- Allgemeinzugänglichkeit 101
- Begriff des Rundfunks 113
- Betreiber sozialer Online-Netzwerke 117
- Breitenwirkung des Rundfunks 114
- gesetzgeberischer Gestaltungsspielraum 274
- Nutzer sozialer Online-Netzwerke 124, 127
- objektive Komponente **270**
- rundfunkspezifisches Verhalten 126
- sachlicher Schutzbereich 101, 124
- Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten 106
- Suggestivkraft des Rundfunks 114
- „Supergrundrecht“ 113
  
- Schmähkritik, *siehe* Meinungsfreiheit
- Schrankentrias, *siehe* Meinungsfreiheit
- Schutzpflichten
  - Abgrenzung zur Drittwirkung 257
  - Adressaten 261
  - Belästigungen 258
  - Einschätzungsspielraum 262
  - Gestaltungsspielraum 262
  - Herleitung 257
  - Inhalt 260
  - Kommunikationsprozess 267, 334
  - Kontrolldichte **264**
  - rechtswidriger Eingriff 258
  - Rolle des Gesetzgebers 261
  - Schutzbedarf 260
  - Schutzgüter 258
  - Störer 259
  - Untermaßverbot 260
  - Voraussetzungen 199, **258**
- Sitztheorie 86
  - Abweichende Ansätze 86
- Social Bots
  - Begriff 31
  - Definition **37**
  - Verwendungsmöglichkeiten 38
- Software
  - lernfähige ~ 158, 166
  - nicht-lernfähige ~ 156
  - Zurechnung zum Entwickler 162, 304
- Zurechnung zum Verwender 165
- Soziale Netzwerke
  - Begriff 7
  - Soziale Online-Netzwerke
    - AGB 11
    - Allgemeinzugänglichkeit 101, 104
    - Anbindung an Presse und Rundfunk 107
    - Anwendungsprogrammierschnittstellen 35, 287, 327
    - Bedeutung als Kommunikationsmedium **52**
    - Bedeutung für die Meinungsverbreitung 109
    - Definition 8, 15
    - Geschäftsmodell 11, 60, 62, 200, 307
    - horizontale ~ 8
    - Notwendigkeit für die Funktionsfähigkeit anderer Medien 108
    - Nutzerprofil **11**, 32
    - „Pizzagate“ 81
    - Privatsphäre-Einstellungen 12
    - Registrierung **10**, 32, 102
    - vertikale ~ 8
    - Wahlkämpfe **56**
- Staatliche Öffentlichkeitsarbeit
  - Äußerungsmodalitäten 221
  - Bundespräsident 209, 216
  - Eingriff in die Meinungsfreiheit 215
  - Einordnung amtlicher Accounts 217, 222
  - Funktion 208
  - Funktionsverbote 238
  - Gebot der Kommunikationsklarheit **222**, 225
  - Gebot der Richtigkeit 220
  - Gebot der Sachlichkeit 219
  - Gebot der Vollständigkeit 220
  - Inhaltliche Anforderungen 219
  - Mediennutzung 210
  - Nutzung sozialer Online-Netzwerke 210, 218
  - Rechtfertigung amtlicher Äußerungen 215
  - verfassungsrechtliche Grundlagen 209
  - Verhältnismäßigkeit 220
  - Vorwahlzeit 216, 218

- Tatsachenbehauptungen, *siehe* Meinungs-  
freiheit
- Telemedien
  - Begriff 278
  - Geschäftsmäßigkeit 279
- TikTok 96
- Twitter
  - Following 12
  - Grundrechtsträgerschaft 89
  - Kategorisierung 9
  - Nutzerzahl 52
  - Regeln zur Automatisierung 59
  - Retweets 12
  - Schutz durch die Meinungsfreiheit 97
  - Timeline 25
- Unternehmen 9
- Verifizierte Accounts 14
- Untermaßverbot, *siehe* Schutzpflichten
- Versammlungsfreiheit 181
- Verwender, *siehe* Software
- Wahlbewerber, *siehe* Parteien
- Wahlwerbung 214
  - soziale Online-Netzwerke 217
- Web 2.0 7
- Weblogs 100
- Werturteil, *siehe* Meinungsfreiheit