

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	21
Einleitung	25
I. Einführung in die Problematik	25
II. Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes	28
III. Ziel und Aufbau der Darstellung	28
Kapitel 1: Begriffliche, philosophische und ökonomische Grundlagen der Thematik	31
A. Semantische Grundlagen	31
B. Wahrheit	32
I. Der philosophische Wahrheitsbegriff	32
1. Die Korrespondenztheorie	33
2. Die Konsenstheorie	33
II. Philosophische Wahrheitskriterien	34
1. Der kritische Rationalismus	34
2. Die Diskurstheorie	35
III. Der juristische Wahrheitsbegriff und seine -kriterien	40
C. Soziale Netzwerke	41
I. Historie	42
II. Funktionen	44
III. Der Facebook-Algorithmus	45
IV. Ökonomie sozialer Netzwerke	48
V. Nutzerkategorien	50
1. Unterscheidung zwischen Profil, Seite und Gruppe	51
2. Private Nutzer	52
3. Influencer	52
4. Werbetreibende	53
5. Nachrichtenseiten	53
6. Politiker und politische Vereinigungen	55
VI. Nutzungsverhältnis	55
VII. Social Bots	56

D. Fake News als heuristischer Begriff	59
I. Begriffsherkunft	59
II. Beispielfälle	61
1. Der Fall Lisa	61
2. Der tote Flüchtling vor dem Lageso	63
3. Das „Merkel-Selfie“	64
III. Ökonomie der Fake News	64
1. Aufbau erfolgreicher Fake News	65
2. Verbreitung von Fake News	66
3. Kommerzialisierung	67
IV. Verhältnis zu anderen Begriffen aus dem Themenkreis	67
1. Desinformation	67
2. Propaganda	69
3. Verschwörungstheorien	69
4. Hate Speech	70
V. Arbeitsdefinition	71
1. Fake News im Sinne dieser Arbeit	72
2. Abgrenzung zwischen personenbezogenen Fake News und solchen ohne Personenbezug	72
a) Konstellation 1: Personenbezogene Fake News	73
b) Konstellation 2: Fake News ohne Personenbezug	73
Kapitel 2: Netzpolitik von Facebook im Umgang mit Fake News	75
A. Phase 1: Zurückweisung der Verantwortung	76
B. Phase 2: Ergreifen von Maßnahmen gegen Fake News im Allgemeinen	76
I. Trending Topics	79
II. Verbesserte Identifizierung von Fake News	79
III. Technische und menschliche Kontrolle von Beiträgen	80
1. Technische Überprüfung	81
2. Menschliche Überprüfung	82
IV. Bekämpfung sogenannter Dark Ads	88
C. Phase 3: Gezielte Bekämpfung von Fake News im Wahlkampf	90
I. Kontrolle und Transparenz von Wahlwerbung	91
1. Wahlwerbung und Werbung zu Themen von nationaler Relevanz	93
2. Neue Funktionen	95
3. Entwicklungsschritte der Werberichtlinien in Bezug auf Fake News	97

II. Keine Faktenprüfung von Beiträgen und Werbeanzeigen von Politikern	103
III. Facebook News	105
IV. Oversight Board	107
1. Organisation und Finanzierung	108
2. Mitglieder	108
a) Erstmalige Besetzung des Oversight Boards	110
b) Spätere Besetzung des Oversight Boards	111
3. Befugnisse	113
4. Überprüfung von Inhalten	113
5. Prüfungsverfahren	115
6. Entscheidung	116
V. Voting Information Center (USA)	117
VI. Governance Facebooks	118
1. Entwicklung der Nutzungsbedingungen in Bezug auf Fake News	118
2. Entwicklung der Gemeinschaftsstandards in Bezug auf Fake News	121
VII. Bewertung	123
1. Forschungsstand	124
2. Stellungnahme	126
Kapitel 3: Grundrechtliche Dimension von Fake News	133
A. Grundrechtsfunktionen	134
I. Abwehrfunktion der Grundrechte	135
II. Grundrechte als objektive Wertordnung	135
III. Schutzpflichtdimension der Grundrechte	137
B. Verhältnis zwischen nationalen und Unionsgrundrechten	139
I. Durchführung von Unionsrecht, Art. 51 Abs. 1 S. 1 GRCh	140
II. Nicht vollharmonisierter Bereich	141
III. Vollharmonisierter Bereich	143
C. Einfluss der EMRK auf die Grundrechte	146
I. Einfluss auf die deutschen Grundrechte	146
II. Einfluss auf die Unionsgrundrechte	148
D. Fake News und Grundrechte: Die Verbreiterperspektive	149
I. Ratio der Abgrenzung der Schutzbereiche	150

II. Freiheiten des Art. 5 GG	151
1. Ratio der Unterscheidung zwischen den Freiheiten des Art. 5 GG	151
2. Meinungsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	152
a) Sachlicher Schutzbereich	153
(1) Abgrenzung von Meinungsäußerungen und Tatsachenbehauptungen	153
(2) Schutzzumfang	157
(3) Anonyme Äußerungen	159
b) Persönlicher Schutzbereich	161
(1) Natürliche Personen	161
(a) Grundrechtsmündigkeit	161
(b) Maschinengenerierte Äußerungen	162
(c) Hoheitsträger	162
(2) Juristische Personen	166
c) Eingriff	167
(1) Mittelbare Drittwirkung der Grundrechte	169
(2) Reichweite der Grundrechtsbindung	170
(3) Zwischenergebnis	174
d) Rechtfertigung	174
(1) Gestufte Sorgfaltspflichten	178
(a) Mittlere Sorgfaltsanforderungen	178
(b) Hohe Sorgfaltsanforderungen	179
i. Sorgfaltspflichten bei Verbreitung von Presseerzeugnissen und presseähnlichen Erzeugnissen	180
ii. Das Laienprivileg	182
a. Erfahrungs- und Kontrollbereich	182
b. Persönliche Anwendbarkeit	183
iii. Weiterentwicklung des Laienprivilegs	184
(2) Systematische Einordnung	187
(a) Schutzbereichslösung	187
(b) Rechtfertigungslösung	190
3. Medienfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG	191
a) Einheitliche Medienfreiheit oder Dreiklang der Freiheiten?	191
b) Verhältnis zu der Meinungsfreiheit aus Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	195
c) Schutzbereich	197
(1) Sachlicher Schutzbereich der Medienfreiheit	197

(2) Persönlicher Schutzbereich der Medienfreiheit	200
(a) Amateurjournalisten	201
(b) Juristische Personen des öffentlichen Rechts	202
d) Eingriff	203
e) Rechtfertigung	203
4. Kunstfreiheit, Art. 5 Abs. 3 S. 1 1. Alt. GG	204
a) Sachlicher Schutzbereich	204
(1) Kunstbegriff	205
(2) Besondere Kunstform der Satire	206
(3) Schutzzumfang	208
(4) Zwischenergebnis	208
b) Persönlicher Schutzbereich	209
c) Eingriff	210
d) Rechtfertigung	210
5. Wissenschaftsfreiheit, Art. 5 Abs. 3 S. 1 2. Alt. GG	211
a) Sachlicher Schutzbereich	211
b) Persönlicher Schutzbereich	212
c) Eingriff	213
d) Rechtfertigung	213
III. Berufsfreiheit, Art. 12 Abs. 1 GG	213
1. Sachlicher Schutzbereich	213
2. Persönlicher Schutzbereich	215
3. Eingriff	216
4. Rechtfertigung	218
IV. Allgemeine Handlungsfreiheit, Art. 2 Abs. 1 GG	218
1. Sachlicher Schutzbereich	219
2. Persönlicher Schutzbereich	220
3. Eingriff	220
4. Rechtfertigung	221
V. Unionsgrundrechte	221
1. Freiheit der Meinungsäußerung, Art. 11 Abs. 1 GRCh	221
2. Medienfreiheit, Art. 11 Abs. 2 GRCh	226
3. Freiheit der Kunst und der Wissenschaft, Art. 13 GRCh	227
4. Berufsfreiheit und Recht zu arbeiten, Art. 15 GRCh	229
5. Unternehmerische Freiheit, Art. 16 GRCh	231
6. Allgemeine Handlungsfreiheit	233
VI. Weitere denkbare Grundrechte	233

E. Fake News und Grundrechte: Die Betroffenenperspektive	234
I. Allgemeines Persönlichkeitsrecht, Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG	234
1. Sachlicher Schutzbereich	234
a) Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit, insbesondere Recht auf informationelle Selbstbestimmung	237
b) Persönliche Ehre	238
c) Persönliche Autonomie	239
d) Grundbedingungen der Persönlichkeitsentfaltung und -entwicklung	239
e) Zwischenergebnis	240
2. Persönlicher Schutzbereich	240
3. Eingriff	241
4. Rechtfertigung	241
II. Menschenwürde, Art. 1 Abs. 1 GG	243
III. Wahlrecht, Art. 38 Abs. 1 S. 1, Abs. 2, Art. 28 Abs. 1 S. 2 GG	244
1. Grundsätze	244
2. Insbesondere: Neutralitätsgebot bzw. Gebot äußerster Zurückhaltung	246
IV. Unionsgrundrechte	249
1. Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens, Art. 7 GRCh	249
2. Schutz personenbezogener Daten, Art. 8 GRCh	250
3. Menschenwürde, Art. 1 GRCh	252
4. Wahlrecht, Art. 39 GRCh	252
F. Fake News und Grundrechte: Die Perspektive des Intermediärs (Facebook)	253
I. Grundrechtsberechtigung Facebooks	253
II. Einschlägige Grundrechtspositionen	254
1. Kommunikationsfreiheiten, Art. 5 Abs. 1 GG	254
a) Eigene Beiträge Facebooks	255
b) Algorithmische Beitragsauswahl und -sortierung	256
c) Löschung und Reichweitenreduktion einzelner Beiträge	260
(1) Rechtswidrigkeit des Beitrags	261
(2) Overblocking	262
(3) Verstoß des Beitrags gegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen	262
(4) Insbesondere: Löschung von Fake News	263
(5) Zwischenergebnis	264

2. Kunstfreiheit, Art. 5 Abs. 3 S. 1 1. Alt. GG	264
3. Berufsfreiheit, Art. 12 Abs. 1 GG	265
4. Eigentumsfreiheit, Art. 14 Abs. 1 GG	266
5. Allgemeine Handlungsfreiheit, Art. 2 Abs. 1 GG	269
6. Europäische Grundrechte	269
G. Fake News und Grundrechte: Die Perspektive der übrigen Nutzer	270
I. Informationsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	270
1. Sachlicher Schutzbereich	271
2. Persönlicher Schutzbereich	274
3. Eingriff	274
4. Rechtfertigung	274
II. Unionsgrundrecht der Informationsfreiheit, Art. 11 Abs. 1 GRCh	275
Kapitel 4: Die staatliche Verpflichtung zur Regulierung von Fake News	277
A. Problemgeschichte	277
I. Rein öffentlich-rechtlicher Rundfunk	278
II. Duales Rundfunksystem	282
III. Geburtsstunde des World Wide Web	283
IV. Web 2.0	287
V. Soziale Netzwerke als Teilmenge des Web 2.0	289
1. Die Filterblase	292
2. Die Echokammer	294
3. Bewertung	295
B. Rechtsgrundlagen für die Pflicht zur Regulierung von Fake News	297
I. Verfassungsrechtliche Fundamente zur Regulierung personenbezogener Fake News	297
1. Allgemeines Persönlichkeitsrecht des Betroffenen, Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG	298
2. Menschenwürde des Betroffenen, Art. 1 Abs. 1 GG	299
3. Zwischenergebnis	299
II. Verfassungsrechtliche Fundamente zur Regulierung von Fake News ohne Personenbezug	300
1. Objektiv-rechtliche Dimension des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG	300
a) Tendenz zur Monopolbildung	303
b) Intransparenz der Algorithmen	309
c) Reichweite	315
d) Zwischenergebnis	316

2. Demokratieprinzip, Art. 20 Abs. 1, Abs. 2 GG	317
III. Ergebnis	318
Kapitel 5: Umgang mit Fake News de lege lata	319
A. Subjektive Ansprüche gegen personenbezogene Fake News de lege lata	319
I. Überblick über die Ansprüche des Betroffenen gegen den Verbreiter	321
1. Anspruch auf Löschung bzw. Berichtigung	321
2. Anspruch auf Schadensersatz	323
3. Gegendarstellungsanspruch aus § 1004 BGB iVm Landesmedien- und Landespressegesetzen	323
4. Bewertung	325
II. Überblick über die Ansprüche des Betroffenen gegen Facebook	326
1. Vorfrage: Darf Facebook Beiträge löschen bzw. Nutzerkonten sperren?	326
a) Rechtswidrige Inhalte	327
b) Rechtmäßige Inhalte, die gegen Facebooks Allgemeine Geschäftsbedingungen verstoßen	330
c) Fazit	332
2. Facebooks Allgemeine Geschäftsbedingungen	333
a) Anspruchsgrundlage	333
(1) Facebooks Nutzungsbedingungen	333
(2) Facebooks Gemeinschaftsstandards	334
(a) Falschmeldungen, Abs. IV Nr. 21 Gemeinschaftsstandards	335
(b) Falschdarstellung, Abs. IV Nr. 17 Gemeinschaftsstandards	337
(c) Spam, Abs. IV Nr. 18 Gemeinschaftsstandards	338
(d) Nicht-authentisches Verhalten, Abs. IV Nr. 20 Gemeinschaftsstandards	339
(e) Manipulierte Medien, Abs. IV Nr. 22 Gemeinschaftsstandards	340
(f) Zwischenergebnis	341
(3) Facebooks Werberichtlinien	342
b) Rechtsfolge	344

3. Berichtigungs- bzw. Löschanträge nach geltendem Recht	346
a) Datenschutzrechtliche Anspruchsgrundlagen	346
(1) Verhältnis der DSGVO zur E-Commerce-Richtlinie	347
(2) Anwendbarkeit des Medienprivilegs aus Art. 85 Abs. 2 DSGVO	348
(3) Ansprüche aus Art. 16, 17 DSGVO	350
b) Weitere Anspruchsgrundlagen	350
(1) Störerbegriff	351
(2) Abgrenzung Täter – Störer	352
(3) Verletzung einer Prüfpflicht	354
(4) Zwischenergebnis	356
c) Umfang der Löschpflicht	356
(1) Räumlicher Umfang	356
(2) Ausweitung auf sinnvolle Inhalte	357
4. Schadensersatzansprüche	359
5. Auskunftsansprüche	360
6. Gegenanspruch des Verbreiters bei fehlerhafter Löschung bzw. Sperrung	362
B. Subjektive Ansprüche gegen Fake News ohne Personenbezug de lege lata	362
C. Objektive Mechanismen	362
I. Strafrecht	362
II. Netzwerkdurchsetzungsgesetz	367
1. Ausgangspunkt: Haftungsprivilegierung des § 10 TMG	367
2. Wesentliche Inhalte des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes	367
3. Umsetzung durch Facebook	369
4. Kritik am Netzwerkdurchsetzungsgesetz	372
a) Vereinbarkeit mit Unionsrecht	372
b) Gesetzgebungskompetenz des Bundes	373
c) Vereinbarkeit mit Art. 5 Abs. 1 GG – insbesondere Overblocking	373
d) Weitere Kritikpunkte	374
5. Bewertung	375
III. Wahlprüfung	375
IV. Öffentliches Medienrecht	376
V. Wettbewerbsrecht	378

VI. Maßnahmen der Europäischen Union	382
1. East StratCom Task Force	382
2. Verhaltenskodex zur Desinformation	383
3. In Planung: Digital Services Act	386
VII. Maßnahmen sonstiger Aktivisten	387
D. Zusammenfassende Bewertung	387
Kapitel 6: Regulierung von Fake News de lege ferenda	391
A. Vorüberlegung: Risiken staatlicher Eingriffe in den Diskurs	391
B. Rechtsvergleichende Ansätze	392
I. Rechtliche Rahmenbedingungen des Wahlkampfes im europäischen und außereuropäischen Ausland	393
II. Italiens Gesetzesentwurf gegen Fake News	394
III. Frankreichs Gesetz gegen Fake News	395
IV. Bewertung	398
C. Überblick und Bewertung der wichtigsten inländischen Vorschläge	399
I. Richtigstellung oder Löschung falscher Nachrichten	399
II. Offenlegung des Algorithmus	404
III. Stärkung der Medienpädagogik in Lehrplänen	405
D. Der Entwurf eines Medienstaatsvertrags der Länder	406
I. Vorgaben zu Medienintermediären	406
1. Begriff des Medienintermediärs	407
2. Vorgaben der §§ 91 ff. MStV-E	407
a) Transparenzvorgaben	408
b) Vorgaben zur Diskriminierungsfreiheit	409
II. Kennzeichnungspflicht von Social Bots	410
III. Bewertung	411
1. Bewertung der Transparenzvorgaben	411
2. Bewertung des Diskriminierungsverbots	413
3. Bewertung der Kennzeichnungspflicht	414
E. Vorschlag einer weitergehenden medienrechtlichen Regelung	415
I. Vielfaltssicherung	415
1. Anzeige vielfältiger Beiträge zum Thema	416
2. Regulierung politischer Werbung	420
II. Transparenz	421
III. Gesetzgebungsebene	422
IV. Grundrechtliche Bewertung der Regelung	423

Zusammenfassung und Ausblick	427
Epilog	437
A. Aktuelle Entwicklungen	437
I. COVID-19-Pandemie	437
II. US-Wahlen 2020	440
III. „Nachrichtensperre“ auf Facebook in Australien	444
B. Änderungen im Umgang mit Beiträgen von Politikern	445
C. Bewertung der Entwicklungen	448
D. Auswirkung der Entwicklungen auf den hiesigen Regulierungsvorschlag	449
Anhang	451
A. Facebook, Nutzungsbedingungen, Stand: 31.07.2019, URL: https://www.facebook.com/legal/terms (besucht am 17.06.2020)	451
I. Auszug aus Nr. 3 Deine Verpflichtungen gegenüber Facebook und unserer Gemeinschaft	451
II. Auszug aus Nr. 4 Zusätzliche Bestimmungen	452
B. Facebook, Gemeinschaftsstandards, Stand: 21.06.2020, URL: https://www.facebook.com/communitystandards (besucht am 21.06.2020)	453
I. Einleitung	453
II. Auszug der relevanten Normen aus Abs. IV	456
1. Abs. IV Nr. 17 Falschdarstellung	456
2. Abs. IV Nr. 18 Spam	457
3. Abs. IV Nr. 20 Nicht-authentisches Verhalten	459
4. Abs. IV Nr. 21 Falschmeldungen	460
5. Abs. IV Nr. 22 Manipulierte Medien	461
C. Facebook, Werberichtlinien, URL: https://www.facebook.com/ policies/ads (besucht am 24.06.2020)	462
I. Nr. 1 Übersicht	462
II. Auszug aus Nr. 4 Verbotene Inhalte	463
1. Nr. 4.1 Gemeinschaftsstandards	463
2. Nr. 4.10 Verletzung der Rechte Dritter	463
3. Nr. 4.11 Reißerische Inhalte	463
4. Nr. 4.12 Personenbezogene Merkmale	463
5. Nr. 4.13 Fehlinformationen	466

Inhaltsverzeichnis

6. Nr. 4.14 Kontroverse Inhalte	467
7. Nr. 4.24 Minderwertige oder störende Inhalte	467
III. Auszug aus Nr. 5 Eingeschränkte Inhalte	468
1. Nr. 5.10.a Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen	468
2. Nr. 5.10.b Disclaimer für Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen	469
IV. Auszug aus Nr. 13 Was du wissen solltest	470
Anhang Epilog	473
Literaturverzeichnis	483