

Neue Formen politischer Kommunikation als Gegenstand einer positiven Ordnung 4.0

10 Thesen zu Gunsten einer medienrechtlichen Regulierung des Einsatzes von *social bots* in der Form von *chat bots* in Wahlkämpfen

Social Bots in sozialen Netzwerken haben spätestens seit der Debatte über ihren Einsatz während der US-Präsidentenwahlkampagne 2016 transatlantische Aufmerksamkeit erfahren. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 wird auch in Deutschland über Fragen ihrer Einhegung diskutiert und hierbei insbesondere auf das Instrument der freiwilligen Selbstkontrolle gesetzt.

Der nachfolgende Beitrag will diese Debatte unter Auswertung vorhandener Regulierungsansätze insbesondere im deutschen Medienrecht bereichern: Er zeigt auf, dass auch an dieser Stelle der sich entwickelnden digitalen Kommunikationsgesellschaft hoheitliche Regulierung nicht nur möglich bleibt, sondern auch geboten sein kann.

1. Auch der Auftritt einer Partei mit einem eigenen Angebot in einem sozialen Netzwerk wie *Facebook* oder *Twitter* stellt ein Telemedium i.S. des § 2 Abs. 1 Satz 3 RStV dar. Danach sind Telemedien „alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind“.¹ Diese Telemedien-Qualität der Seiten auf sozialen Plattformen ist zwar bislang obergerichtlich im Kern nur in Bezug auf die Impressumspflicht bestätigt worden;² sie gilt aber auch in Bezug auf sonstige Pflichten mit Blick auf Auftritte in sozialen Netzwerken.³

Der Verfasser ist stellvertretender Direktor der LMS und geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR).

Die Ausführungen geben ausschließlich die persönliche Auffassung des Verfassers wieder.

¹ Zur Auslegung vgl. z.B. *Dörr*, in: Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner/Cole/Wagner, Rundfunkstaatsvertrag. Kommentar, 2016, § 2 RStV Rdnr. 31 f.; *Holznapel/Kibele*, in: Spindler/Schuster (Hrsg.), Recht der elektronischen Medien, 3. Aufl. 2015 § 2 RStV Rdnr. 59 ff.

² Vgl. z.B. *OLG Düsseldorf*, Urt. v. 18.12.2007, Az. I-20 U 17/07, <http://openjur.de/u/128217.html>; *OLG Köln*, Beschluss vom 23.9.2014, Az. 6 U 115/14, <http://openjur.de/u/754599.html>

³ Zur Telemedien-Qualität von Chats vgl. z.B. *von Petersdorff-Campen*, in: Paschke/Berlit/Meyer (Hrsg.), Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht, 3. Aufl. 2016 Kapitel 30 Rdnr. 2

2. Diese Pflichten beziehen sich nicht nur auf den eigenen Auftritt in sozialen Netzwerken, sondern auch auf Kommentierungen dieses Auftritts. Der Anbieter dieses Auftritts macht sich diese Kommentierungen nicht nur zur Steigerung der Attraktivität und Interaktivität des Auftritts, sondern auch zur Erreichung ihm gestellter Aufgaben zumindest dann zu eigen, wenn der Auftritt es bewusst darauf anlegt, den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung zu befördern. Letzteres zählt bei Parteien zu deren parteienrechtlich vorgegebenen Aufgaben zählt. Denn nach § 1 Abs. 1 und 2 Parteiengesetz erfüllen Parteien „mit ihrer freien, dauernden Mitwirkung an der politischen Willensbildung des Volkes eine ihnen nach dem Grundgesetz obliegende und von ihm verbürgte öffentliche Aufgabe“ und „wirken an der Bildung des politischen Willens des Volkes auf allen Gebieten des öffentlichen Lebens mit, indem (sie) insbesondere (u. a.) auf die Gestaltung der öffentlichen Meinung Einfluss nehmen, die politische Bildung anregen und vertiefen, die aktive Teilnahme der Bürger am politischen Leben fördern, auf die politische Entwicklung in Parlament und Regierung Einfluss nehmen, die von ihnen erarbeiteten politischen Ziele in den Prozess der staatlichen Willensbildung einführen und für eine ständige lebendige Verbindung zwischen dem Volk und den Staatsorganen sorgen“.⁴

3. *Social bots* in der Form von sog. *chat bots* in sozialen Netzwerken beeinflussen diese demokratisch-interaktive Wirkung des Auftritts von Parteien mit eigenen Angeboten in einem sozialen Netzwerk in erheblichem Umfang.⁵ Sie zielen darauf ab, die Öffentlichkeit oder bestimmte Zielgruppen durch automatisch generierte Inhalte und Interaktionen zu beeinflussen. Sie manipulieren die Trends in sozialen Netzwerken und diese Trends fließen in politische und wirtschaftliche Entscheidungsprozesse ein.⁶ Eine Manipulation kann hierbei sowohl unmittelbar in Bezug auf individuelle Meinungsbildung erfolgen als auch mittelbar im Hinblick auf die öffentliche Meinungsbildung ausgelöst werden. Ersteres mag dabei eine eher unwahrscheinliche Wirkkraft von sog. *chat bots* sein, zumindest

⁴ Vgl. zu dieser Funktion politischer Parteien z.B. *Hillgruber*, Parteienfreiheit, in: Merten/Papier (Hrsg.), Handbuch der Grundrechte in Deutschland und Europa. Band 5, 2013, § 118 Rdnr. 5 ff.; *Shirvani*, Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem, 2010, S. 179 ff.

⁵ Vgl. zur Bedeutung von Bots in Wahlkämpfen z. B. *Guilbeault/Woolley*, How Twitter Bots Are Shaping the Election, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/11/election-bots/506072/>; *Kollanyi/Howard/Woolley*, Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election, <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf>; *Milker*, „Bot-Armeen“ als Meinungsmacher im Wahlkampf, <https://www.juwiss.de/91-2016/>.

⁶ Vgl. hierzu z. B. auch *Murthy/Powell/Timati/Anstead/Carr/Halford/Weal*, Automation, algorithms, and politics - bots and political influence: a sociotechnical investigation of social network capital, *International Journal of Communication* 10 (2016), S. 4952 ff.; *Woolley/Howard*, Social Media, Revolution, and the Rise of the Political Bot, in: Frolich/Robinson (eds.), *Routledge Handbook of Media, Conflict, and Security*, 2017, S. 282 ff.

sprechen vorliegende Studien dagegen, dass jemand seine politische Überzeugung ändert, nur weil er eine Nachricht in den sozialen Netzwerken sieht.⁷ Eine subtilere Manipulation ist i.S. der zweitgenannten Gefährdungssituation für den Prozess freier öffentlicher Meinungsbildung ist aber sehr wahrscheinlich: „Wenn beispielsweise durch Bots massenhaft extreme Inhalte in einem Diskussionskontext (wie z.B. eine Facebook-Gruppe oder ein thematischer Hashtag) verbreitet werden, dann wird dies in der Regel dazu führen, dass sich gemäßigte Personen aus diesem Diskussionszusammenhang zurückziehen. Personen, die eine radikal konträre Position zu den Bot-Nachrichten haben, fühlen sich herausgefordert, gegen diese Inhalte vorzugehen, was wiederum Personen, die die von den Bots verbreitete Meinung teilen, auf die Barrikaden bringt. So entsteht ein aufgeheiztes Diskussionsklima, in dem Personen, die tendenziell für radikale Positionen empfänglich sind, sich ermutigt fühlen“.⁸

4. Die Regulierung solcher *chat bots* im Hinblick auf ihren potentiellen Einfluss auf individuelle und öffentliche Meinungsbildung ist kompetentiell in der Zuständigkeit der Länder verortet. Dies ergibt sich aus der allgemeinen, in aktuellen Regulierungsvorstößen gelegentlich in Vergessenheit geratenen⁹ Gesetzgebungszuständigkeit der Länder nach Art. 30 GG – nicht zuletzt auch adressatenbezogen für den Rundfunk im verfassungsrechtlichen Sinne¹⁰ sowie themenbezogen für die Gewährleistung der Freiheit individueller und öffentlicher Meinungsbildung.¹¹ Durchbrechungen dieser grundsätzlichen Länderkompetenz mit Blick auf sog.

⁷ Vgl. *Hegelich*, Invasion der Meinungs-Roboter, 2016, S. 3.

⁸ *Hegelich*, Social Bots beeinflussen in sozialen Netzwerken zunehmend die Meinung, 21.12.2016 abrufbar unter <http://www.medienpolitik.net/2016/12/medienpolitik-invasion-der-meinungsroboter/>.

⁹ Vgl. jüngst z.B. den Vorstoß des Bundesministers des Innern zu einem Aufgaben und Zuständigkeiten auf Bundesebene zentralisierenden Umbau der Sicherheitsarchitektur (*de Maiziere*, Leitlinien für einen starken Staat in schwierigen Zeiten, FAZ v. 3.1.2017 [abrufbar unter <http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Namensartikel/DE/2017/namensartikel-faz.html>]) sowie den Vorschlag zur Einrichtung einer „Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz“ im Arbeitsentwurf des BMFSFJ für ein zweites Gesetz zur Änderung des Jugendschutzgesetzes (Stand: 23.12.2016) (noch nicht veröffentlicht)

¹⁰ Vgl. hierzu z.B. *Bethge/von Coelln*, Grundriss Verfassungsrecht, 2012, S. 40 f.; kritisch zu Aufweichungstendenzen in der Praxis des Bundes z.B. *Ukron*, Bund und Länder in einem Team? Verfassungsrechtliche Aspekte des Verhältnisses zwischen rundfunkrechtlichen Bedarfsträgern und Bundesnetzagentur unter besonderer Berücksichtigung internationaler Aspekte, in: Knothe/Potthast (Hrsg.), Das Wunder von Mainz - Rundfunk als gestaltete Freiheit. Festschrift für Hans-Dieter Drewitz, 2009, 87 (87).

¹¹ Vgl. die seit dem 1. Rundfunkurteil, dem ZDF-Urteil (BVerfGE 12, 205) st. Rspr. des BVerfG

chat bots sind weder in der geltenden Verfassungsordnung verankert¹² noch durch die Ergebnisse der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz¹³ angelegt.

5. Das geltende Rundfunkrecht der Länder enthält bislang keine ausdrückliche Regelung zum Einsatz von sog. *chat bots* in sozialen Netzwerken.¹⁴ Es lassen sich aber im Ansatz bei der verfassungsrechtlich gebotenen Auslegung in einer die Dynamik des Mediensystems berücksichtigenden Weise¹⁵ erste Anknüpfungspunkte für eine diesen Einsatz beschränkende Regulierung erkennen. Zu diesen Ansätzen zählen namentlich
- das grundsätzliche Verbot politischer Werbung im Rundfunk und im Tele-shopping nach § 8 Abs. 9 Satz 1 u. 2 RStV¹⁶ – die Möglichkeit zur Wahlwerbung im Vorfeld von Wahlen zum Europäischen Parlament, zum Bundestag und zu den jeweiligen Landesparlamenten nach § 42 Abs. 2 RStV und den einschlägigen landesgesetzlichen Regelungen kann im vorliegenden Zusammenhang als Ausnahme von diesem Grundsatz¹⁷ unberücksichtigt bleiben;
 - das ausnahmslose Verbot politischer Werbung in Sendungen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden, nach § 58 Abs. 3 Satz 1, 2 i.V.m. § 2 Abs. 3 Nr. 5 und § 8 Abs. 9 RStV;
 - das ausnahmslose Verbot politischer Werbung in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf nach § 58 Abs. 3 Satz 1 i.V.m. § 8 Abs. 9 RStV;

¹² Vgl. zur Durchbrechung dieser Zuständigkeit im Bereich des Auslandsrundfunks und deren Grenzen jüngst *Conradt*, Verfassungsrechtliche Grenzen. Überschreitet das Flüchtlings-TV der DW eine rote Linie? epd medien Nr. 5 vom 29. Januar 2016, S. 3 ff.; *Schuppert*, Auftrag und Funktion der Deutschen Welle. Auslandsrundfunk unter den Bedingungen von Globalisierung und transnationaler Migration, 2016

¹³ *Bund-Länder-Kommission*, Bericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz, 2016 (abrufbar unter: https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2016/2016-06-14-medienkonvergenz-bericht-blk.pdf?__blob=publication-File&v=3)

¹⁴ Zur Geltung der Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG für Äußerungen der Bots sowie zu den auch bei Bots zu beachtenden Grenzen dieser Freiheiten mit Blick auf bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen *Milker*, „Bot-Armeen“ als Meinungsmacher im Wahlkampf, <https://www.juwiss.de/91-2016/> (unter Bezugnahme auf BVerfGE 54, 208 (219); 99, 185 (197). Andere als bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen mit Meinungsbezug genießen demgegenüber den Grundrechtsschutz, auch wenn sie sich später als unwahr herausstellen (vgl. BVerfGE 61, 1 [8]; 90, 1 [15]; 90, 241 [254]).

¹⁵ Vgl. z.B. BVerfGE 74, 297 (350); 83, 238 (302)

¹⁶ Vgl. zu Reichweite und Gründen des Verbots z.B. *Hahn/Lamprecht-Weißborn*, in: Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 23. Aufl. 2014, Kap. 6 Rdnr. 29; *Wolf*, Der Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, S. 257

¹⁷ Vgl. zum Ausnahmecharakter z.B. *Fechner*, Medienrecht, 17. Aufl. 2016, 10. Kapitel Rdnr. 112; *Hahn/Lamprecht-Weißborn*, in: Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 23. Aufl. 2014, Kap. 6 Rdnr. 87

- das Gebot der leichten Erkennbarkeit von Werbung und der Unterscheidbarkeit von redaktionellem Inhalt und Werbung in Bezug auf Rundfunk und Telemedien nach § 7 Abs. 3 Satz 1 und § 58 Abs. 1 Satz 1 RStV und
- das Verbot des Einsatzes unterschwelliger Techniken in Rundfunk- und Telemedien-Werbung nach § 7 Abs. 3 Satz 2 und § 58 Abs. 1 Satz 2 RStV .

Aus einer Gesamtschau dieser Regelungen ergibt sich zum einen die Besorgnis der zuständigen Gesetzgeber in den Ländern vor den Risiken einer politischen Werbung, die mit den Grundsätzen der Chancengleichheit und der Vielfalt der „positiven Ordnung“ für den Rundfunk im verfassungsrechtlichen Sinne zu kollidieren droht. Zum anderen zeigt diese Zusammenschau, dass der Gesetzgeber auch in werblichem Kontext von medialen Angebote auf eine hinreichende Transparenz betreffender Botschaften im Interesse des Nutzerschutzes setzt.

Namentlich soll der Trennungsgrundsatz dazu beitragen, dass der Rundfunk gegenüber dem Wettbewerb im Markt objektiv und neutral bleibt und den Marktteilnehmern gleiche wettbewerbliche Ausgangsbedingungen gewährleistet. Das Trennungsgebot weist insoweit deutliche zielorientierte Parallelen zu den Vorschriften des UWG über die Lauterkeit von Werbung im Allgemeinen auf.¹⁸ Es sind keine Gründe dafür ersichtlich, weshalb diese Lauterkeitsaspekte nicht auch im Bereich des Einsatzes neuartiger verfassungsrechtlicher Rundfunktypen zu politischen Zwecken Beachtung verdienen sollten.

Das Verbot des Einsatzes unterschwelliger Techniken wiederum ist letztlich Ausdruck der Unzulässigkeit einer unangemessenen, unsachlichen Beeinflussung des Nutzers eines Mediums.¹⁹ Auch eine solche unangemessene Beeinflussung eines Nutzers eines Auftritts einer politischen Partei in einem sozialen Netzwerk bei fehlender Transparenz der zumindest teilweisen, nicht unerheblichen Automatisierung des interaktiven Bereichs dieses Auftritts ist naheliegend.

6. Sog. *chat bots* werden zwar nicht unmittelbar von den vorgenannten Regelungen des RStV erfasst. Die vorgenannten Risiken mit Blick auf Chancengleichheit, Transparenz und Vielfalt können sich indessen auch beim Einsatz solcher Bots realisieren. Ein weiteres kommt hinzu: Das System der Sicherung der Meinungsvielfalt ist insgesamt auf einen unmittelbaren menschlichen Einfluss auf die individuelle und öffentliche Meinungsbildung ausgerichtet: Dies fängt bei Fragen der persönlichen Zuverlässigkeit als Voraussetzung der Zulassung eines Rundfunkveranstalters nach § 20a Abs. 1 RStV an und reicht bis zu Fragen der personalen Rückkopplung der Verantwortlichkeit für Medienangebote.²⁰ An einer solchen

¹⁸ Vgl. hierzu *Gounalakis*, Werbung im Rundfunkprogramm – Zwischen Trennungsgebot und Schleichwerbverbot, WRP 2005, 1476 (1477); *Hahn/Lamprecht-Weissenborn*, in: Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 23. Aufl. 2014, Kap. 6 Rdnr. 87

¹⁹ Vgl. hierzu *Hahn/Lamprecht-Weissenborn*, in: Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 23. Aufl. 2014, Kap. 6 Rdnr. 15

²⁰ Vgl. hierzu z.B. *Fischer*, Medienrecht und Medienmärkte, 2008, S. 68 ff.

personalen Rückkopplung für Vielfaltssicherung, wie sie auch in den Instrumenten innerer Rundfunkfreiheit sowie vielfaltssichernden Maßnahmen nach § 30 RStV aufleuchtet, fehlt es bei *chat bots*. Hier droht künstliche Intelligenz an die Stelle menschlicher Teilhabe im Prozess der Meinungsbildung zu treten.

7. Der Einsatz künstlicher Intelligenz bei sog. *chat bots* ist unmittelbar relevant für die Sicherung der Meinungsvielfalt auch in ihrer Facette der Gewährleistung von Chancengleichheit. Chancengleichheit bei der Einwirkung auf den Prozess freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung als Grundlage von Meinungsvielfalt ist dann nicht mehr vorhanden, wenn ökonomische Macht darüber entscheidet, ob und wie *chat bots* zur Bewerbung eigener und zur Bekämpfung der politischen Botschaften Dritter eingesetzt werden können.²¹ Insoweit gefährdet der Einsatz von *chat bots* im Übrigen auch das verfassungsrechtliche Substrat des parteirechtlichen Gleichbehandlungsgebots des § 5 Parteiengesetz²² wie der Grundsätze der staatlichen Finanzierung von Parteien nach § 18 Abs. 1 Parteiengesetz.²³ Beide Normen des Parteiengesetzes haben zwar nur die öffentliche Gewalt zum Adressaten. Beide Normen wollen indessen einer Gefährdung eines fairen politischen Wettbewerbs vorbeugen, die auch von dritter Seite möglich ist. Auch von Verfassungs wegen²⁴ soll einem Übergewichtigen, namentlich auch intransparenten Einfluss Einzelner auf den Prozess der individuellen und öffentlichen Meinungsbildung vorgebeugt werden, wie insbesondere
- das Verbot von Spenden, die der Partei erkennbar in Erwartung oder als Gegenleistung eines bestimmten wirtschaftlichen oder politischen Vorteils gewährt werden, nach § 25 Abs. 2 Nr. 7 Parteiengesetz,
 - die ausdrücklichen und inzidenten Transparenzpflichten in Bezug auf Spenden nach § 25 Abs. 3 und § 25 Abs. 2 Nr. 6 Parteiengesetz sowie
 - die quantitativ begrenzte Berücksichtigungsfähigkeit von Spenden bei der staatlichen Teilfinanzierung von Parteien nach § 18 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 Parteiengesetz
 - die quantitativ begrenzte steuerliche Abzugsfähigkeit von Spenden nach § 34 g sowie § 10b Einkommensteuergesetz (EStG)
- belegt.

Dem Regelungszweck dieser in Bezug auf natürliche und juristische Personen entwickelten Regelungen mit Blick auf mittelbare Einwirkungsmöglichkeiten auf

²¹ Zur möglichen finanziellen Gefährdung von Meinungsvielfalt und Chancengleichheit vgl. *Wedde/Hammer/Pordesch*, Digitalisierung der Grundrechte?, 2013, S. 83; *Hoffmann-Riem*, Medienfreiheit und der außenplurale Rundfunk, AöR 109 (1984), 304 (334)

²² Vgl. hierzu z.B. *Rixen/Kersten*, Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht, 2009, S. 128 ff.

²³ Vgl. hierzu z.B. *Konrad*, Die Chancengleichheit der Parteienfinanzierung, 2015; *von Arnim*, Parteienfinanzierung: Zwischen Notwendigkeit und Mißbrauch, NVwZ 2003, S. 1076 (1076 f.)

²⁴ Vgl. z.B. BVerfGE 69, 257 (268)

den Prozess freier öffentlicher Meinungsbildung würde in doppelter Weise widersprochen, wenn künstlicher Intelligenz unmittelbare ungleichgewichtige Einflussnahme auf diesen Prozess eröffnet würde.

8. Der Einsatz künstlicher Intelligenz bei sog. *chat bots* ist nicht zuletzt aber auch unmittelbar relevant für die Sicherung der Meinungsvielfalt in der Rückkopplung dieser Facette der positiven Ordnung des Rundfunks an die Menschenwürde-Garantie des Grundgesetzes.²⁵ Diese Garantie hatte in der Vergangenheit stets im Blick, dass der Mensch nicht zum bloßen Objekt herabgewürdigt wird.²⁶ Genau dieses droht aber auch beim Einsatz von KI in sog. *chat bots*: Denn auch in diesen Bots wird der Mensch in seiner Rolle als Staats- und Wahlbürger zur Ware gemacht, indem sein bisheriges Nutzungsverhalten im Netz technikgesteuert analysiert und sodann zum Anknüpfungspunkt für die personale Adressierung im Rahmen von *chat bots* gemacht wird. Ein weiteres kommt hinzu: Nicht mehr das Verhalten von Menschen steuert die Entwicklung eines Meinungsbildes, es ist vielmehr ein automatisierter Prozess der Datenverarbeitung und darauf aufbauend automatisierter Kundenansprache – hier namentlich des Kunden politischer Werbebotschaften. Damit wird nicht nur die Stellung menschlicher Kommunikation, in der sich das Menschsein einschließlich der personalen Würde in seiner gesellschaftlichen Teilhabe ausdrückt, im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung unterminiert. Zugleich droht eine entsprechende wahlbezogene Kommunikation zu einer Chimäre zu werden, die auch die Stellung der Medien als Instrument und Faktor der öffentlichen Meinungsbildung gefährdet.

9. Sog. *chat bots* bedrohen mithin in vielfacher Hinsicht Freiheiten, die verfassungsrechtlich garantiert sind, und unterhöhlen das Menschenbild, auf dem nicht nur die Verfassungsordnung des Grundgesetzes, sondern auch der Verfassungsrahmen der Europäischen Union beruht.²⁷ Allerdings verdichten sich diese Gefährdungen noch nicht so weit, dass der den Ländern, die gesetzgeberisch in Deutschland mit Blick auf die Eindämmung der aufgezeigten Risikolagen zuständig sind, zustehende gesetzgeberische Ermessensspielraum bezüglich eines Tätigwerdens²⁸ aus verfassungsrechtlichen Gründen bereits zwingend zum Einschreiten verpflichtet wären. Allerdings lassen sich bereits jetzt hinreichende Risiken identifizieren, denen der Gesetzgeber – auch im Rahmen der positiven Ordnung des

²⁵ Vgl. zur Fragestellung jüngst auch *Hofstetter*, Das Ende der Demokratie: Wie die künstliche Intelligenz die Politik übernimmt und uns entmündigt, 2016

²⁶ Vgl. z.B. BVerfGE 27, 1 (6); 45, 187 (228); 96, 375 (399)

²⁷ Vgl. hierzu z.B. *Callies*, Die Menschenwürde im Recht der Europäischen Union, in: Gröschner/Lembcke (Hrsg.), Das Dogma der Unantastbarkeit. Eine Auseinandersetzung mit dem Absolutheitsanspruch der Würde, 2009, S. 133 ff.

²⁸ Vgl. z.B. BVerfGE 12, 205 (262 f.); 57, 295 (321 f., 325 f.); 73, 118 (267); 83, 238 (296, 315 f.); 90, 60 (94); 114, 371 (387); 119, 181 (214); 121, 30 (50, 58)

Rundfunks - in Ausschöpfung seines Ermessensspielraums bzgl. des „ob“ und „wie“ eines möglichen Handelns aktuell bereits begegnen kann, ohne dass dem verfassungsrechtliche Rechtspositionen der Betreiber von sog. *chat bots* zwingend entgegenstehen.

10. Sollte der Gesetzgeber sich für ein Einschreiten entscheiden, so sind nicht zuletzt auch

- zumindest zeitlich begrenzte Verbote des Einsatzes von sog. *chat bots* im Vorfeld von Wahlen,
- die Erweiterung rundfunkstaatsvertraglicher wie parteirechtlicher Kennzeichnungs- und Transparenzpflichten in Bezug auf den Einsatz von sog. *chat bots* sowie
- das Hinwirken auf eine regulierte Selbstregulierung vergleichbar der im Jugendmedienschutz aufgestellten Rahmenbedingungen

einer vertieften Prüfung würdige Ansätze. Darüber hinaus wird eine weitere genaue Beobachtung des Einsatzes von sog. *chat bots* bei Wahlkämpfen auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene wie auch bei Wahlkämpfen außerhalb Deutschlands empfohlen. Gerade auch mit Blick auf sog. *chat bots* gilt, dass Risiken einer einseitigen Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung rechtzeitig zum Schutz der Meinungsvielfalt vorzubeugen ist, da einmal eingetretene Fehlentwicklungen sich – wenn überhaupt – nur bedingt und nur unter erheblichen Schwierigkeiten rückgängig machen lassen.²⁹

²⁹ Vgl. BVerfGE 31, 314 (325); 57, 295 (322 f.); 73, 118 (160); 83, 238 (324); 95, 163 (173); 97, 228 (258); 114, 371 (389); 119, 181 (217); 121, 30 (52).