

1 Die Linke – Antworten Wahlwerbepfsteine vom 6. April 2021:

2 **1) Welche Herausforderungen für einen fairen Wahlkampf mit digitalen Medien sehen sie?**  
3 **Welche Gefahren bestehen besonders bei Sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder**  
4 **Instagram?**

5 Soziale Medien bieten Chancen direkter und unmittelbarer Kommunikation, aber es zeigen sich auch  
6 zunehmend Risiken in Form ungefilterter Verbreitung von Fake-News sowie Hass und Hetz  
7 verstärkende Algorithmen, die gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit Reichweite geben. Zudem  
8 zeigt die jüngste Vergangenheit, dass die großen Tec-Konzerne entscheiden, welche Meinung in ihren  
9 Netzwerken noch geduldet werden und welche nicht. Die Meinungsfreiheit ist und bleibt aber ein hohes  
10 und schützenswertes Gut, deren Einschränkung nur auf Basis von Gesetzen und rechtsstaatlichen  
11 Verfahren zulässig ist. Wir sehen hier durchaus die Gefahr einer Willkür der Tec-Konzerne.

12

13 **2) Welche Wahlkampf-Standards legt ihre Partei im digitalen Bundestagswahlkampf 2021**  
14 **zu Grunde? Sind diese verschriftlicht? Auch öffentlich? (z.B. hatten im**  
15 **Bundestagswahlkampf 2017 Bündnis 90/Die Grünen eine Selbstverpflichtung in Bezug auf**  
16 **(Micro)Targeting<sup>[2]</sup>)**

17 Wir sehen in den sozialen Medien durchaus auch eine Chance zu einem Dialog auf Augenhöhe  
18 mit den Wähler\*innen und mit unserer Community. Wir nutzen die sozialen Medien mit einer  
19 klaren kommunikativen Haltung, die trotz der Notwendigkeit zur politischen Zuspitzung, der  
20 Aufklärung, dem Respekt und dem Dialog verpflichtet ist.

21 Unsere Social-Media-Arbeit ist dialogorientiert und mobilisierend. Für uns ist klar: Bei uns  
22 schreiben, kommentieren und chatten Menschen mit Menschen und nicht mit Robotern. Aber wir  
23 wollen auch, dass sich die Wähler\*innen einmischen. Wir wollen sie motivieren, sich aktiv in die  
24 sozialen Netzwerke einzubringen und sich nicht zurückzuziehen, wenn rechte Parolen und  
25 gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit verbreitet werden. Wir wollen sie ermuntern, in den  
26 sozialen Netzwerken z. B. während Talkshows und anderen politischen Sendungen, aktiv zu  
27 kommentieren und für eine soziale und friedliche Politik einzutreten. Die öffentliche Meinung  
28 bildet sich mittlerweile nicht nur in den Newsrooms der Zeitungen oder TV-Anstalten, sondern  
29 auch auch in den sozialen Netzwerken.

30 Diese Haltung kommunizieren wir auch öffentlich.

31

32 **3) Benutzen Sie Mikrotargeting (personalisierte Online-Werbung)?**

33 **3.1 Falls ja, welche Datenstrukturen verwenden Sie zur Personalisierung? (Ort,**  
34 **Einkommen, Parteipräferenzen, psychologische Profile, Sinus-Milieus, usw.)? Wo beginnen**  
35 **für ihre Partei bei zielgruppengerechter und professioneller Bürgeransprache durch**  
36 **Profiling und (Micro)Targeting der unlautere Bereich bzw. was halten sie für legitim?**

37 Wir werden in den sozialen Medien die Möglichkeiten der zielgruppenspezifischen Ansprache, wie sie  
38 uns beispielsweise Facebook zur Verfügung stellt, nutzen. Für uns ist der Datenschutz ein hohes Gut. Wir  
39 lehnen daher alle Methoden ab, die darauf beruhen, Daten aus verschiedenen Quellen zusammen  
40 zuführen, um individuelle Wähler:innen- oder Nutzer:innenprofile zu erstellen. Dort wo wir Werbung in  
41 den sozialen Medien schalten, wird dies transparent erfolgen. D. h. DIE LINKE wird stets als Absenderin  
42 der bezahlten Posts erkennbar sein.

43 Wir nutzen keine psychologischen Profile.

44

45 **3.2. Welche Möglichkeiten nutzen sie bewusst nicht?**

46 Siehe 3.1.

47

48 **3.3 In Irland fordern zivilgesellschaftliche Akteure eine Selbstverpflichtung**  
49 **(<https://fairplaypledge.org>). Würden sie einer solchen Selbstverpflichtung zustimmen,**  
50 **wenn dort Behavioral Microtargeting und Einschränkungen bei Target Metriken**  
51 **beinhaltet sind – ja oder nein? Über eine Begründung würden wir uns freuen.**

52 Die in der Erklärung genannten Werte:

- 53
- ehrlich und offen werben;
  - 54 • die Würde anderer respektieren;
  - 55 • eine finanzielles Fairplay einhalten;
  - 56 • Wahlintegrität sicherstellen.

57 sind für uns eine Selbstverständlichkeit. Eine entsprechend von allen Parteien getragene  
58 Selbstverpflichtung könnten wir uns daher vorstellen, mitzuzeichnen.

60 **4) Der Hauptberater der EU-Kommission für Justiz und Verbraucher, Herr Paul Nemitz,**  
61 **sieht hohen Bedarf der gesetzlichen Regulierung. Viele Akteure aus Demokratie- und**  
62 **Netzpolitik sehen Handlungsbedarf. Welche Regulierung schlägt ihre Partei vor? Für**  
63 **Plattformen und Digitalkonzerne für eine demokratische und politische Öffentlichkeit?**

64 Technologische, wirtschaftliche und politische Macht ist extrem konzentriert in den Händen einiger  
65 weniger Digitalkonzerne; die "big five" Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft vereinen  
66 enormes Vermögen, Markt- und Monopolmacht, werden bisher aber völlig unzureichend reguliert. Ihre  
67 Gewinne werden kaum besteuert. Digitalkonzerne müssen in den Ländern Steuern zahlen, in denen sie  
68 wirtschaftlich aktiv sind. Dazu fordern wir eine stärkere Quellen-Besteuerung der Gewinne am Ort der  
69 Umsätze und die Einschränkung der Abzugsfähigkeit von Betriebsausgaben (z.B. Lizenzgebühren), die  
70 einzig der Gewinnverlagerung dienen. Monopole müssen zerschlagen werden. Dazu muss das  
71 Kartellrecht auf die digitale Realität angepasst werden. Wir wollen Plattformgenossenschaften und  
72 öffentlich-rechtlich betriebene Plattformen als Alternativen fördern. Durch ein Plattformstrukturgesetz  
73 wollen wir Selbstbegünstigung der IT-Unternehmen verbieten, Datenschutz sicherstellen sowie die  
74 Interoperabilität und Portabilität der Nutzerdaten sanktionsbewährt garantieren. Wir wollen Open-  
75 Source Betriebssysteme und Anwendungen staatlich fördern, um die Nachvollziehbarkeit, Kontrolle und  
76 Verbesserung der Systeme zu ermöglichen. Öffentliche Stellen müssen zur Anwendung von Open-  
77 Source-Technologie verpflichtet werden, um die vollständige Kontrolle der Behörden und der  
78 Gesellschaft über die eingesetzte Technologie zu gewährleisten.

79 Die Interessen von Nutzer\*innen und Beschäftigten am Schutz ihrer Daten und Persönlichkeitsrechte bei  
80 der Nutzung digitaler Systeme müssen gegenüber dem Interesse von Unternehmen, durch Aus- und  
81 Verwertung möglichst großer Datenmengen neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, verteidigt werden.  
82 Die Nutzung öffentlich zugänglicher Angebote muss möglich sein, ohne dass die dabei entstehenden  
83 Daten wirtschaftlich verwertet werden. Die Datenschutzgrundverordnung muss verstärkt werden.  
84 Unternehmen, die gegen Datenschutzaufgaben verstoßen, müssen konsequent sanktioniert werden.  
85 Dazu gehört eine Stärkung der Datenschutzbeauftragten.

86 Der Einsatz sogenannter Künstlicher Intelligenz muss gesetzlich reguliert werden, um  
87 gemeinwohlorientierte Anwendung sicherzustellen. Den Einsatz von Uploadfiltern und Netzsperrern  
88 lehnen wir ab.

89 **5) Welche Rolle würde dabei Kartellpolitik bzw. Entflechtung spielen? (Vgl. US-**  
90 **Entflechtungsverfahren gegen Facebook)**

91 Wir brauchen ein Kartellrecht, das auch online scharfe Zähne hat: Monopole müssen zerschlagen  
92 werden. Wir setzen auf commons-basierte, öffentliche Alternativen. Auf europäischer Ebene setzen wir  
93 uns für Richtlinien und Vorgaben zur Entflechtung marktbeherrschender Monopole ein. Es darf nicht den  
94 Profitinteressen dieser Konzerne überlassen bleiben, über Inhalte und Zugang zum Internet zu  
95 entscheiden.