

SPD-PARTEIVORSTAND

2021 Juni 7

ACHT PUNKTE FÜR FAIRNESS IM DIGITALEN WAHLKAMPF

Selbstverpflichtung des SPD-Parteivorstands für einen fairen Wahlkampf im digitalen Raum

Seite 2

Wir setzen uns für ein respektvolles Miteinander ein, das Spaß bringt und Lust auf Politik macht.

Wahlkampf bietet Zeit für den Austausch über Inhalte und ist damit Hochzeit unserer Demokratie.

Sachliche und respektvolle Argumente und Debatten lassen uns miteinander in Kontakt treten

und voneinander lernen. Das wollen wir nutzen, um uns für ein respektvolles Miteinander einzusetzen.

So soll unser Wahlkampf als Entscheidung über den richtigen Weg in die Zukunft Spaß

machen und Lust auf Politik wecken.

Wir gehen in das Wahljahr 2021 mit dem klaren Bekenntnis zu einem fairen und regelgeleiteten

Wahlkampf. Es ist unser Auftrag, uns an den demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozessen

im digitalen Raum zu beteiligen. Auch im Netz wollen wir für unsere politischen Themen

werben. Parteien haben gemäß Art. 21 Abs. 1 GG die verfassungsrechtliche Aufgabe bei der

politischen Willensbildung des Volkes mitzuwirken. Fair ausgeübt ist die politische Werbung für

die Inhalte von Parteien die Grundvoraussetzung für den informierten Wahlgang der Bürger:innen.

Wir sehen jedoch auch Gefahren für den demokratischen Diskurs in unserem Land – etwa die Verbreitung

von Hate Speech und Fake News oder sich selbst verstärkende Filterblasen. Daher braucht

es klare Spielregeln für alle Akteur:innen. Wir unterstützen daher die Forderung nach rechtsverbindlichen

Regeln, welche alle Akteur:innen umfassen, die politische oder gesellschaftlich relevante

Botschaften – allem voran im Kontext von Wahlen – verbreiten.

Im Sinne des fairen politischen Wettbewerbs präsentieren wir daher im Folgenden unsere Selbstverpflichtung

für Fairness im (Online-)Wahlkampf. Mit der vorliegenden Selbstverpflichtung geben

wir uns als Bundespartei klare und nachvollziehbare Regeln für den Wahlkampf im Netz, in deren

Sinne wir auch unsere Untergliederungen, Kandidierenden und Mitglieder zu einem fairen digitalen

Wahlkampf anhalten.

Mit den folgenden acht Punkten wollen wir nicht nur im Wahljahr 2021 für einen transparenten,

nachvollziehbaren und fairen Wahlkampf sorgen. Wir hoffen, dass auch andere Parteien zukünftig

zu einem gemeinsamen Vorgehen bereit sind und gemeinsam – unter Einbeziehung aller relevanten

politischen, wirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Akteure – verbindliche Regeln für

politische Werbung im digitalen Raum treffen.

Wir nehmen hierbei ausdrücklich Bezug auf parteiübergreifende Vorgespräche mit unseren demokratischen

Konkurrenten im Wahlkampf, den europäischen Code of Practice, sowie zivilgesellschaftliche

Initiativen (bspw. von D64 – Zentrum für digitalen Fortschritt).

Selbstverpflichtung

des SPD-Parteivorstands

39 für einen fairen Wahlkampf

40 im digitalen Raum

41 **ACHT PUNKTE FÜR FAIRNESS IM DIGITALEN WAHLKAMPF**

42 Selbstverpflichtung des SPD-Parteivorstands für einen fairen Wahlkampf im digitalen Raum

43 Seite 3

44 **1. WIR BEKENNEN UNS ZUM FAIREN**

45 **WETTSTREIT DER ARGUMENTE.**

46 Wir stehen für einen fairen Wahlkampf. Demokratie

47 lebt vom offenen Austausch unterschiedlichster

48 Meinungen

49 und dem Wettbewerb der Argumente.

50 Meinungs- und Pressefreiheit sind dabei schützenswerte

51 Verfassungsgüter

52 höchsten Ranges.

53 Wir beteiligen

54 uns intensiv an allen Möglichkeiten,

55 die sich für den demokratischen Wettstreit bieten.

56 **2. WIR SAGEN FAKE NEWS UND**

57 **DESINFORMATION**

58 **DEN KAMPF AN.**

59 Der bewussten Verbreitung von Falschmeldungen,

60 gefälschten Zitaten und Lügen stellen wir uns entschieden

61 entgegen. Wir verzichten auf den Einsatz von

62 verzerrenden, bewusst irreführenden Ton- oder Bildmedien

63 (insb. diffamierende Deep Fakes).

64 Verlässliche Quellen und Fakten sind das Fundament

65 unserer politischen Meinungsbildung. Wir prüfen Behauptungen

66 Dritter vor deren Verbreitung besonders

67 gründlich und stellen wo möglich Quellenangaben zur

68 Verfügung.

69 Objektive Berichterstattung von Journalist:innen und

70 Qualitätsmedien aller Art ist in diesem Zusammenhang

71 ein wichtiger Aspekt im Kampf gegen Fake

72 News. Plattformen und Soziale Netzwerke müssen

73 zudem weitergehende

74 Voraussetzungen schaffen,

75 gezielte Fake News-Kampagnen zu erkennen und zu

76 unterbinden.

77 **3. WIR LEHNEN DAS VORTÄUSCHEN**
78 **VERZERRTER MEINUNGSBILDER AB.**

79 Automatisierte Propaganda und das Vortäuschen
80 verzerrter Stimmungsbilder sind keine Mittel demokratischer
81 Auseinandersetzungen. Fake-Fans bzw.
82 Fake-Follower, Fake-Likes oder Fake-Kommentare
83 für Social-Media-Seiten zu kaufen, sowie Massenbewegungen
84 künstlich vorzutäuschen (Astroturfing),
85 verzerrt
86 den politischen Wettbewerb. Wir lehnen
87 solche manipulativen Mittel ab.
88 Darüber hinaus werden wir Anstrengungen bis hin
89 zu gesetzlichen Maßnahmen unternehmen, um den
90 manipulativen Einsatz von Social Bots auf Social-Media-
91 Kanälen zu identifizieren und zu unterbinden.
92 Insbesondere dialogische Bots wie sogenannte Messenger-
93 Bots müssen klar und deutlich gekennzeichnet
94 sein. Zur Kampagnenoptimierung greifen wir auf Bots
95 zurück, die die Qualität unserer Kampagnen erhöhen
96 und uns bei unserem Kampf gegen Missbrauch und
97 Betrugsversuche unterstützen. So können wir sicherstellen,
98 dass unsere Wahlwerbung nicht auf fragwürdigen
99 und unseriösen Webseiten geschaltet wird und
100 “brand safety” gewährleistet bleibt.

101 **4. WIR WERBEN MIT OFFENEM VISIER.**

102 Wir informieren in den sozialen Netzwerken und
103 setzen auf Dialog mit den User:innen. Themenbezogene
104 Werbe- und Unterstützer:innenaktionen durch
105 gezieltes Ausspielen von politischen Positionen sind
106 ein legitimes Mittel, um möglichst viele Bürger:innen
107 im Netz auf unsere Positionen hinzuweisen.
108 Der Absender unserer Werbung ist jederzeit klar
109 erkennbar
110 – sei dies aus dem Post selbst
111 (z.B. SPD-
112 Logo) oder aus dem Profilnamen
113 (z.B. @spdde). Wir unterstützen einen “Transparency
114 for all”-Ansatz.
115 Regelmäßig weisen wir darüber hinaus auf die
116 öffentlichen Transparenzregister der Anbieter – so
117 vorhanden – hin und ermöglichen den datenschutzkonformen

118 Zugriff auf Kampagneninformationen für
119 Forschungs- und Recherchetätigkeiten.
120 Wo immer Social-Media-Redakteur:innen oder andere
121 Mitarbeiter:innen im Auftrag der Partei im Netz
122 kommentieren,
123 machen wir das kenntlich als Äußerung
124 der Partei. Wir verurteilen als journalistische
125 Inhalte getarnte politische Werbung (Native Advertising),,
126 bezahlte“ Äußerungen, die nicht als Wahlwerbung
127 gekennzeichnet sind und Stimmungsmache aus
128 in- und ausländischen Trollfabriken.
129 Wir gewähren insbesondere freien Zugang zu öffentlichen
130 Online-Angeboten wie auch der Presse Zugang
131 zu unseren öffentlichen Veranstaltungen.

132 **ACHT PUNKTE FÜR FAIRNESS IM DIGITALEN WAHLKAMPF**
133 Selbstverpflichtung des SPD-Parteivorstands für einen fairen Wahlkampf im digitalen Raum
134 [Seite 4](#)

135 **5. WIR SETZEN AUF EINE SACHLICHE UND**
136 **RESPEKTVOLLE DISKUSSION IN DER REALEN**
137 **UND DIGITALEN WELT.**

138 Beleidigende, rassistische, herabwürdigende und gewaltverherrlichende
139 Kommentare werden auf unseren
140 Seiten nicht geduldet. Wir waren es, die das Gesetzespaket
141 gegen Rechtsextremismus und Hasskriminalität
142 mit detaillierten Vorschriften für die Sozialen Netzwerke
143 (NetzDG) auf den Weg gebracht haben.
144 Wir selbst beschäftigen ein Team von Social-Media-
145 Redakteur:innen, die angehalten sind, Verstöße gegen
146 unsere Netiquette möglichst zeitnah zu ahnden.
147 Verletzenden oder unwahren
148 Behauptungen auch
149 aus unseren eigenen Reihen werden wir entschieden
150 entgegenreten.

151 **6. WIR STEHEN FÜR EINEN**
152 **VERANTWORTUNGSVOLLEN UMGANG**
153 **MIT PERSONENBEZOGENEN DATEN.**

154 Ausschließlich im Rahmen der hohen europäischen
155 und deutschen Datenschutzstandards nutzen wir die
156 Möglichkeiten
157 der Wähler:innenansprache, um in den
158 Dialog zu treten.

159 Hierfür nutzen wir niemals Zielgruppen, die auf
160 religiösen
161 oder ethnischen Parametern bestehen oder
162 die sexuelle Neigung von Nutzer:innen ins Visier nehmen.
163 Das Zuschneiden unserer Kampagnen basiert
164 auf soziodemographischen Merkmalen, insbesondere
165 Geschlecht, Sprach- und Alterseinstellungen sowie
166 Beruf und Interessen.
167 Im Falle der Werbung in sozialen Medien liegen uns
168 selbst keine eigenen Datensätze mit personenbezogenen
169 Daten von Mitgliedern oder Wähler:innen vor,
170 sondern wir greifen auf die Datensätze von dazwischengeschalteten
171 Dritten wie Netzwerken und Vermarktern
172 zurück, die unsere Inhalte gemäß abstrakter
173 Vorgaben an gewünschte Zielgruppen ausspielen.
174 Uns erreichen niemals Informationen über Alter,
175 Geschlecht, Interessen oder dergleichen einzelner
176 Nutzer:innen.

177 **7. WIR NUTZEN KEINE ILLEGALEN DATENLECKS** 178 **ODER DATENHACKS.**

179 Wir nutzen niemals illegale oder ohne die Einwilligung
180 der Betroffenen erstellte Datensätze zum Ausspielen
181 unserer Werbung. Wir verbreiten solche
182 Daten auch nicht weiter, sondern kritisieren deren
183 Veröffentlichung.
184 Auf Datenlecks, -hacks oder Sicherheitslücken,
185 beispielsweise
186 in Wahlkampf-Apps, weisen wir
187 selbstverständlich alle beteiligten Akteur:innen umgehend
188 hin. Oberstes Ziel ist auch hier die Sicherheit
189 von Wahlen, sowie den Daten der Wähler:innen und
190 Wahlkämpfer:
191 innen.

192 **8. WIR SICHERN UNSERE KAMPAGNE GEGEN** 193 **HACKERANGRIFFE AB.**

194 Zum Schutz unserer Kampagne setzen wir auf erhöhte
195 Sicherheitsmaßnahmen, die die Account- und Werbesicherheit
196 gewährleisten. Über die Gefahren von
197 Hackerangriffen
198 im Wahlkampf klären wir intern auf
199 und unternehmen

- 200 Maßnahmen zur IT Sicherheit.
- 201 Dazu gehören verifizierte Accounts, Zwei-Faktor-Authentifizierung
- 202 und sichere Passwörter genauso,
- 203 wie Ansprechpartner:innen für ‚Notfälle‘.