



Global Institute for
Structure relevance,
Anonymity and
Decentralization i.G.

GISAD Stellungnahme zu <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12826-Transparency-of-political-advertising>

GISAD (Global Institute for Structure relevance, Anonymity and Decentralisation i.G.) ist ein Institut in Gründung. GISAD will aus Sicht der Bürger Europas ein Digital-System (EU-D-S) entwickeln, welches sich im Systemwettbewerb mit Torwächtern und einem Social Credit System behaupten kann.

Ziel von GISAD ist die Begleitung bei der Erstellung eines ganzheitlichen Marshallplans, wie dieser von der Präsidentin der Europäischen Kommission, Ursula von der Leyen gefordert wurde. Kern des Marshallplans muss ein auf Bürgerrechte und Vielfalt angepasstes Digitalkonzept sein. Bei Einzelmaßnahmen ohne eigenes Gesamtsystem besteht die Gefahr für Europa, den Systemwettbewerb gegen andere Wirtschaftsräume wie ein zentral gesteuertes China zu verlieren.

- Die Stellungnahme von GISAD steht unter dem Vorbehalt, dass sie als Teil eines Digital-Gesamtkonzepts zu verstehen ist (Mehrfachnutzen der gleichen Infrastruktur ohne Mehrkosten).

GISAD hat drei Ziele definiert, auf welche sich ein Marshallplan fokussieren sollte:

1. Die optimale Veredelung und einfache Verwertung digitaler Daten, bei Erhalt von Vielfalt und leistungsgerechter Einbindung aller an der Wertschöpfung Beteiligten.
2. Die stigmatisierungsfreie, lebenslange digitale Einbindung aller Bürger mit Anreizen zur Selbstentfaltung.
3. Die digitale Gewährleistung der notwendigen staatlichen Aufgaben zum Erhalt der Sicherheit für Bürger, Wirtschaft und Staat, bei Beibehaltung vordigitaler demokratischer Errungenschaften.

Herausforderungen:

GISAD begrüßt die Initiative der Europäischen Kommission, die Transparenz bei politischer Werbung und Kommunikation zu erhöhen. GISAD versteht es nicht als seine Aufgabe, sich zur Vereinheitlichung und Vereinfachung von Rechtsvorschriften zu äußern. Es sind jedoch Zweifel angebracht, ob eine Fehlentwicklung, die dadurch entstanden ist, dass vordigitale demokratische Errungenschaften in der Digitalisierung nicht berücksichtigt wurden, allein durch rechtliche Regeln im Nachhinein zu bewältigen sind. So schlägt auch die Kommission weiche rechtliche Maßnahmen vor, welche das Grundproblem berühren, aber nicht konsequent genug angehen. Die Grundprobleme liegen darin, dass die Werbewirtschaft nicht für gut aufbereitete Informationen bezahlt wird, sondern dafür, mit Datenkenntnissen über die Persönlichkeit einzelner Menschen kleine graduelle Verhaltensänderungen auszulösen. Durch gezielte Verstärkung in Echokammern wird eine Gruppen-/ Wählerbildung in eine gewünschte Richtung erreicht.

Solange die Einhaltung von umfangreichen Rechtsvorschriften im Vordergrund der Initiative steht, ist zu befürchten, dass die gewünschten Effekte ausbleiben. In einer überregulierten Welt finden die Bürger ihren Platz als „Kinder“, denen die Verantwortung auch bezüglich einer scheinbar wirkungsvollen Überwachung der Manipulation abgenommen wird. Hier mit Informationskampagnen gegenzusteuern kann notwendige Anreizsysteme für jeden Bürger nicht ersetzen, um zu gewährleisten, dass möglichst viele sich permanent in

den demokratischen Prozess einbringen. Das derzeitige Schnellwarnsystem für Desinformation ist ein kurzfristiger Ansatz. Desinformationen muss über eine digitale soziale Kontrolle von Bürgern selbst schnell erkannt und gemeldet werden.

Vergleich von vordigitaler und digitaler politischer Werbung:

Grundsätzlich schlägt GISAD vor, in einem ersten Schritt möglichst genau die vordigital funktionierende Demokratie nachzubilden und in einem zweiten Schritt um digitale Vorteile zu ergänzen. Die ursprüngliche politische Werbung wird von dem Vertreter einer politischen Richtung in einer persönlichen Diskussion verbreitet. Auch hierbei ist eine Manipulation und Desinformation nicht auszuschließen. Abhängig vom Auftreten und Aussehen eines Politikers und seiner Möglichkeit, auf seine Zuschauer einzugehen, verspricht der Wähler sich einen Vorteil, wenn er den Politiker unterstützt. Es gibt ansatzweise Echokammern, da auf den meisten Wahlveranstaltungen diejenigen zu finden sind, die bereits zu einer politischen Richtung tendieren. Allerdings gibt es auch eine hohe Erwartungshaltung der Veranstalter, sich mit den Themen inhaltlich auseinanderzusetzen. Es gibt einen hohen persönlichen Aufwand, sich zu einer politischen Veranstaltung zu begeben und hierfür bei der Familie und im Freundeskreis rechtfertigen zu müssen. Jede politische Wählerversammlung ist aus diesem Grund so heterogen, dass es in den demokratischen Parteien genügend Gegenmeinungen gibt, um Verschwörungstheorien und konsequente Desinformation aufzudecken. Wahlveranstaltungen werden durch schriftliches Material unterstützt, in welchem eine Partei als Urheber eindeutig zu identifizieren ist.

Die zunehmend mit künstlicher Intelligenz gesteuerten Social Media Systeme reduzieren den Aufwand für eine Meinungsäußerung gegen Null. Wenn Menschen mehrere tausend Mal am Tag ihr Handy anklicken, wird eine reflektierte Meinungsäußerung durch das Gefühl ersetzt, Anerkennung durch Präsenz und daraus resultierenden Followern zu erhalten. Durch eine zunehmende Kenntnis des Nutzerverhaltens wird von den Werbenden eine politische Information zum Zeitpunkt der größten Anfälligkeit für Desinformationen gezielt gepusht. Informationen werden so aufgearbeitet, dass sie vorhandene Grundtendenzen in die gewünschte Richtung verstärken. Gegen diese Tendenzen hilft die Durchsetzung des DSGVO nicht, weil zu entsprechenden Manipulationen, Name und Anschrift eines Nutzers nicht nötig sind, sondern lediglich ein gleichbleibendes Merkmal, durch welches Profildaten einer Person zugeordnet werden können. Andererseits kann der Urheber einer politischen Werbung derzeit weitgehend unerkannt agieren. Skalierungseffekte sorgen dafür, dass in kurzfristigen Shitstorms sich Falschmeldungen verbreiten können, bevor überhaupt eine kritische Reflexion eines Inhalts möglich ist.

Fazit: Die derzeitigen Social Media Systeme sind von Geschäftsmodellen gesteuert und bilden nicht die vordigitalen demokratischen Errungenschaften ab. Vor dem Hintergrund der Manipulation ist das amerikanische Digital-System näher beim chinesischen Social Credit System zu sehen als bei der Demokratie. Das amerikanische Digital-System hat es geschafft, durch die Like-Funktion eine unreflektierte, getriggerte Meinungsäußerung zum Freizeitvergnügen zu machen. Das Social Credit System zeigt da, wo Bürgerrechte keine Rolle spielen, besonders in Pandemiezeiten seine Effizienz. Fehlverhalten in der politischen Werbung ist nur das Ergebnis einer fehlenden europäischen Digitalisierungsstrategie. Meist sind es die Bürger, welche durch die Digitalisierung und aktuell durch Covid-19 ihren Anschluss an die Gesellschaft verlieren. Beide Phänomene sind nicht von den Bürgern zu verantworten. Hier ist es das gesellschaftliche System, welches einen Rahmen für Chancengleichheit schaffen muss. Es ist also richtig, von Systemverlierern zu sprechen. Diese sind besonders anfällig für Desinformation und Manipulationen oder entwickeln selbst Verschwörungstheorien. Social

Media Programme täuschen eine Integration in die Gesellschaft vor. Sie machen Systemverlierer von sich besonders abhängig. Die eigentlichen Ursachen müssen bekämpft werden.

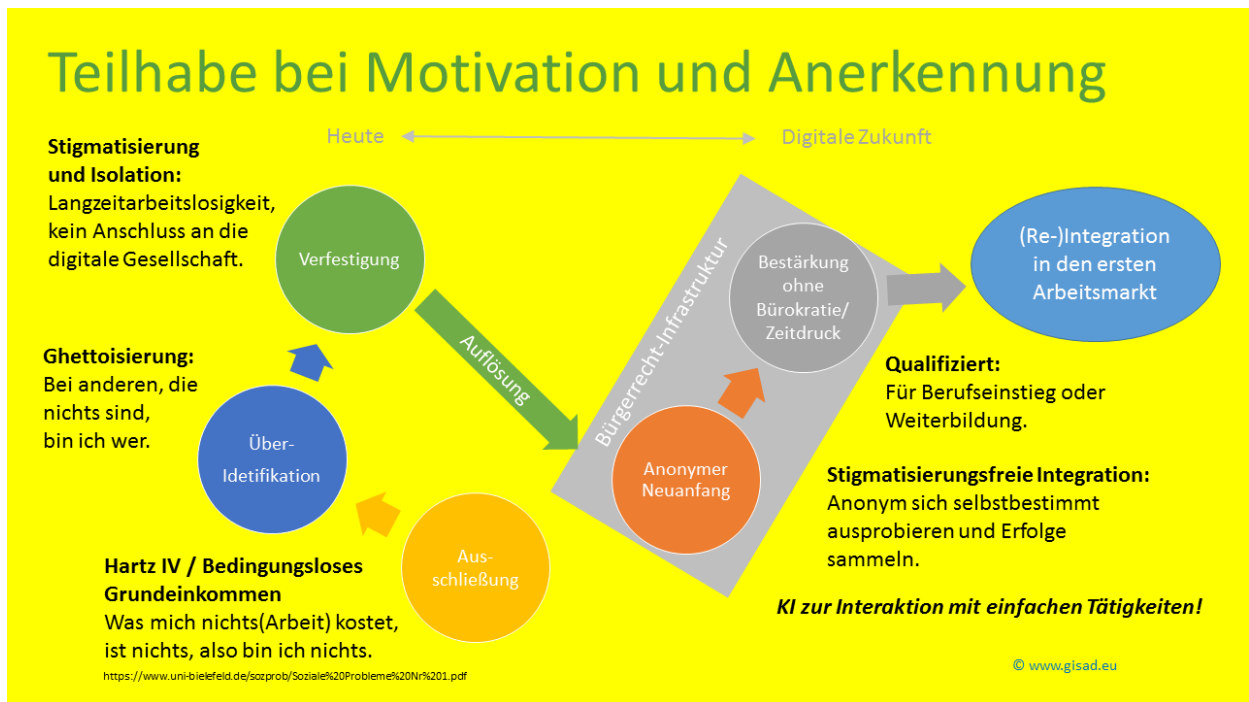
Rechtliche Anpassungen betreffen nur offizielle politische Werbeträger. Extreme Parteien und ausländische Akteure tragen wesentlich zur Desinformation bei und werden durch diese Initiative nicht erreicht. Die Demokratie ist in ihren Grundfesten bedroht.

Lösungsvorschlag vor dem Hintergrund einer digitalen Gesamtstrategie:

Es sind eine Vielzahl von Komponenten in einem EU-D-S erforderlich, um demokratische Errungenschaften in die digitale Gesellschaft zu übertragen. Verbesserung der Transparenz von politischer Werbung kann nur dann erreicht werden, wenn grundsätzlich gegen Desinformation und Manipulation im Internet vorgegangen wird. Richtig umgesetzt, wird das EU-D-S für die Europäische Idee werben und die Europäische Wertegemeinschaft stärken und vergrößern.

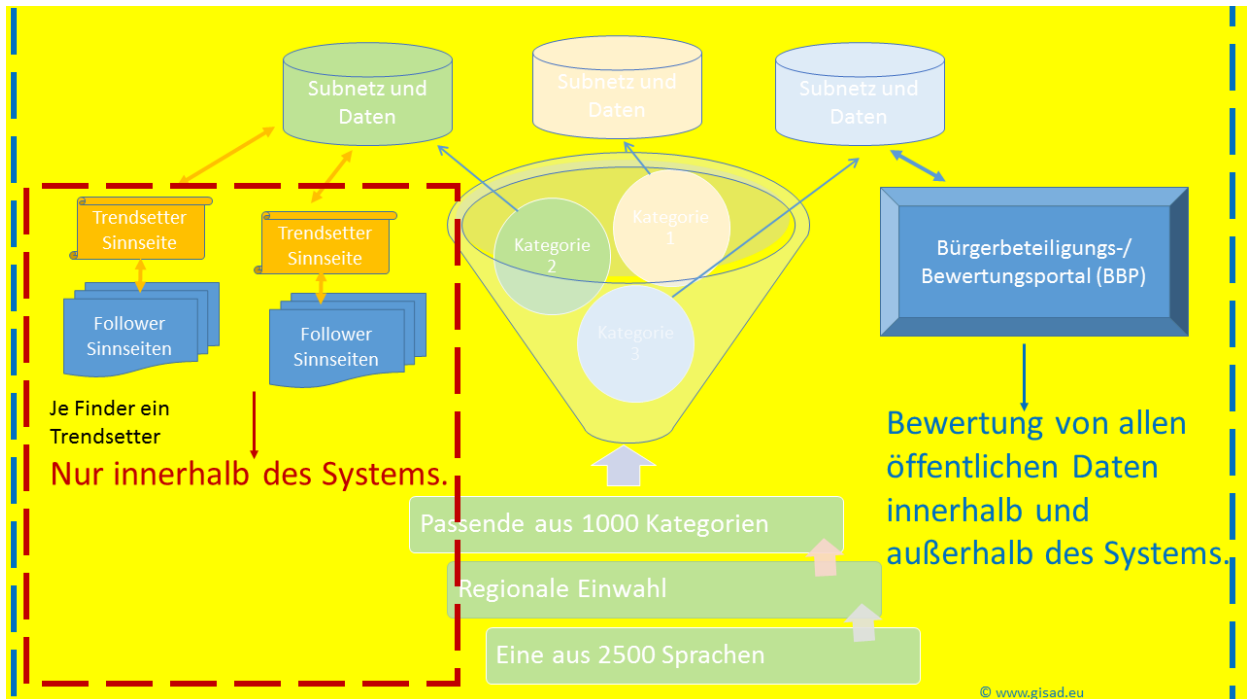
Insbesondere folgende Maßnahmen stärken im EU-D-S die Demokratie und Informationstransparenz:

1. Insbesondere Systemverlierer erhalten von den Staaten verschiedene Sozialleistungen. Oft versuchen diese Sozialleistungen zum Beispiel über ein Kurzarbeitergeld einen Status Quo aufrecht zu erhalten, den es nach der Pandemie so nicht mehr geben wird. Als Lösung kann ohne zusätzliche Sozialkosten als Gegenleistung die aktive Mitarbeit von Leistungsempfängern bei der Bewertung aller neu ins Internet gestellten Daten erwartet werden. Als Vereinfachung können viele Sozialleistungen in einem bedingungsgebundenen Digitalbürgergeld gebündelt werden.

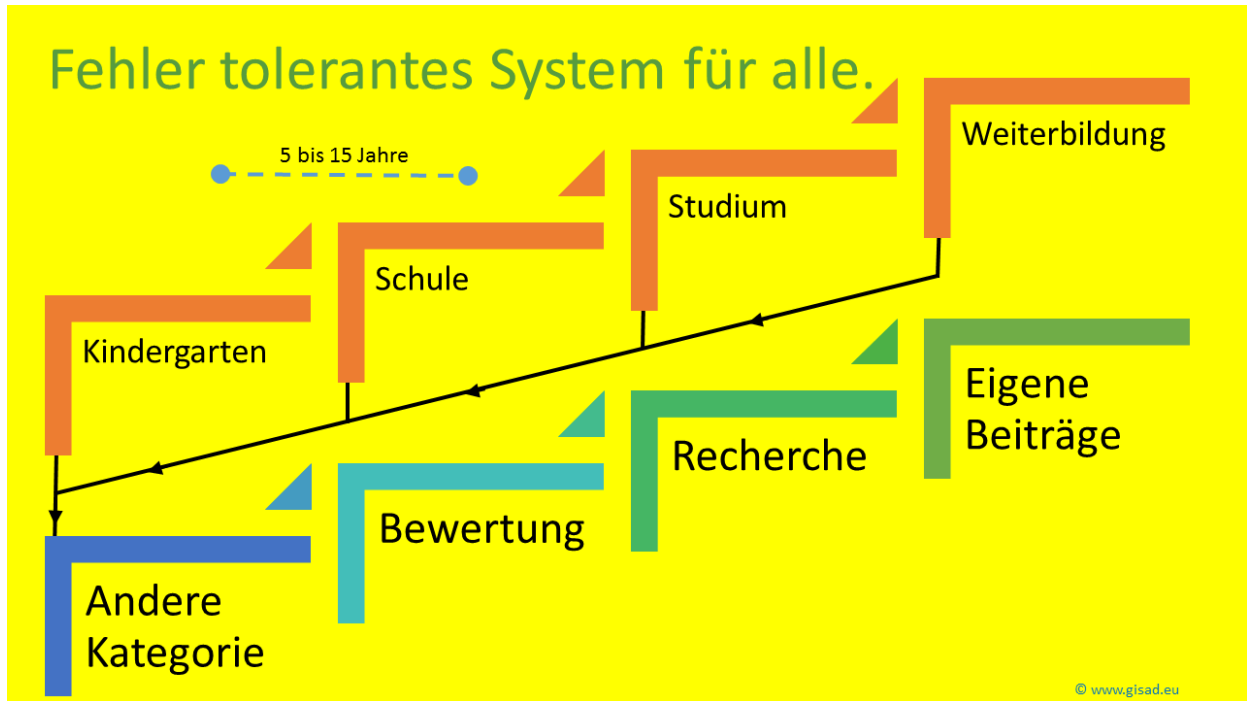


2. Genau wie KI heute zur Manipulation genutzt wird, kann KI auch dazu genutzt werden, um an die Leistungsfähigkeit des Einzelnen angepasst, diesen in die Bewertung von Daten zu integrieren. Echokammern werden dadurch verhindert, dass Bewerter sich selbst einer, aus weltweit standardisierten Kategorien zuordnen. Da es nicht um ein Freizeitvergnügen, sondern um eine Gegenleistung für eine Sozialleistung geht, werden Bewerter ständig aufgefordert, innere (Lern-) Widerstände zu

überwinden. Bewerter werden immer in Gruppen eingesetzt. Bei nicht eindeutigen Ergebnissen werden weitere Bewertungsstufen und Gruppen zwischengeschaltet. Entweder über Zufallsgenerator oder über eine Analyse der bisherigen Bewertungen werden möglichst heterogene Gruppen zusammengesetzt. So fließt eine breite gesellschaftliche Akzeptanz in die Bewertungen ein. Eine Löschung von Beiträgen kann weitgehend vermieden werden.



3. Alle Daten und der Metacontent der Bewerter werden innerhalb des EU-D-S gespeichert, ohne dass dazugehörige personenbezogene Daten im Internet gespeichert sind. Im Einzelfall und nach richterlicher Verfügung ist trotzdem eine Personalisierung bei den im EU-D-S gespeicherten Daten möglich. Zu jedem zu einer Kategorie zugehörigen Begriff gibt es den Anreiz, mit dem besten passenden Inhalt Trendsetter zu werden (getmysense.com). Der Trendsetter wird entsprechend bei der Suche zu dem Begriff als Erster gefunden.
4. Bereits im Kindergarten wird die kritische Auseinandersetzung mit Inhalten gelernt. Ein ganzheitliches Konzept des lebenslangen Lernens baut hierauf auf. Durch verschiedene Level als Bewerter bis hin zur Recherche, eigenen Beiträgen und mit der Chance, mit einem Beitrag Trendsetter zu werden, kann sich jeder Bürger zu jedem Zeitpunkt seines Lebens neu orientieren und in einem neuen Bereich (Kategorie) qualifizieren. Hierauf aufbauen können Qualifizierungskurse und Ausbildungen bis hin zum Studium.
5. Zusätzlich zu einer rechtlichen Neuregelung der politischen Werber sollte für jedes Unternehmen eine Kennzahl zur gesellschaftlichen Strukturelevanz (Demokratiekonformität) eingeführt werden, die bei der Finanzierung und Förderung von Unternehmen Berücksichtigung findet.



Weitere Informationen zum EU-D-S und Stellungnahmen zu weiteren EU-Initiativen

unter <http://gisad.eu/statements/>.

Der EU Kommission wurde ein Draft für einen Marshallplan zur Verfügung gestellt.

Erste Ideen zu einer Kennzahl für die gesellschaftliche Strukturrelevanz finden Sie unter <http://dl.gisad.eu/wg.pdf>.