



Die digitale, vernetzte Gesellschaft:

Politik und Demokratie im Zeitalter der Digitalisierung

Kurs: WWI18B3

Mitglieder: Denis Babic, Ilyas Rentzsch,

Jonas Herm & Lukas Gombert

Inhaltsverzeichnis

Digitalisierung der Politik	1
Politische Willensbildung.....	1
Diktatur der Konzerne oder Digitale Diktatur	2
Wie Big Data und KI Wahlen verändern.....	3
Ausblick.....	4
Literaturverzeichnis	6

Digitalisierung der Politik

In den letzten Jahrzehnten unterlag die Politik großen Veränderungen, die auch auf die Digitalisierung und Entwicklung Künstlicher Intelligenz (KI) zurückzuführen sind. Durch die zunehmende Datensammlung (Big Data) in sozialen Medien, Suchmaschinen und auf sonstigen Webseiten (z. B. Online-Shops) ist es möglich, Verhaltensmuster von Personen zu erkennen und immer detailliertere Profile über diese zu erstellen. Die Entwicklung der KI bietet zudem viele Möglichkeiten, jene Daten auszuwerten und zu nutzen (Krempf, 2018).

Einen beispielhaften Trend der politischen Entwicklung stellt der Populismus dar, welcher sich seit den 1970er Jahren in großen Teilen der Welt als eine zunehmend verbreitete Strategie zum politischen Machterwerb etabliert hat (Legath, 2020). Um Wähler zu gewinnen, gehen Vertreter des Populismus in ihrem Wahlkampf oft emotional vor und versuchen bestehende Missstände hervorzuheben, für welche auch KI eingesetzt werden könnte.

Große Konzerne wie Google, Amazon und Facebook verfügen über „digitales Gold“ in Form von zahlreichen Nutzerdaten. Es ergibt sich die Frage, inwiefern neue Technologien in Zukunft als Instrument zur Meinungsbildung genutzt werden. Nicht zuletzt ist hierbei auch eine Ausnutzung der Daten denkbar, weshalb ein großes Spannungspotential besteht. Im Folgenden werden die Chancen und Risiken der KI im Zusammenhang mit den Schwerpunkten der Politik und Demokratie dargestellt.

Politische Willensbildung

Die am häufigsten verbreitete Herrschaftsform ist die Demokratie (Staffen-Quandt, 2020). Die Bezeichnung der Demokratie ist aus dem Griechischen abgeleitet und bedeutet wörtlich übersetzt „Herrschaft des Volkes“ (Kost & Solar, 2019, S. 57). Deshalb spielen die politische Teilhabe und die politische Willensbildung in der Demokratie eine besonders große Rolle. Digitalisierung und KI verändern den Prozess der politischen Willensbildung, im positiven wie im negativen Sinne (Körner, 2019, S. 2-3).

Neue technische Möglichkeiten von politischer Beteiligung können unter dem Begriff der Online-Partizipation zusammengefasst werden (Klank et al., 2020, S. 280). Darunter zählen z. B. Online-Wahlen/Wahlhilfen, Petitionen, Online-Diskussionsplattformen wie thematische Webforen oder auch soziale Medien. Diese Instrumente werden von Bürgern häufig positiv bewertet und können Phänomenen wie der Politikverdrossenheit, speziell bei Jugendlichen, entgegenwirken (Hofmann et al., 2019, S. 109-112). Aufgrund der großen Bedeutung der Wahlen im Bereich der politischen Willensbildung wird auf diese Partizipationsform später ausführlich eingegangen.

Allerdings steigen auch die Herausforderungen für den einzelnen Bürger. Gerade im Bereich der sozialen Medien verbreiten sich Fehlinformationen, die sogenannten Fake News, rasant. Der Aufstieg des Populismus wird durch diese Propaganda-Informationen begünstigt, was eine echte Gefahr für die Demokratie darstellen kann. Einer Studie des Oxford Internet Institute zufolge sind weniger als

die Hälfte aller politischen Nachrichten und Informationen in Deutschland aus der Hand professioneller (politischer) Quellen (Körner, 2019, S. 6). Social Bots treten als neue, pseudomäßige Akteure auf, die computergesteuert automatisiert Meinungen verbreiten. Aufgrund von Fortschritten in der KI fällt die Unterscheidung von tatsächlichen Teilnehmern des politischen Diskurses und diesen virtuellen Robotern zunehmend schwerer. Bei der Präsidentschaftswahl der USA 2016 sind Social Bots, insbesondere auf Twitter, vermehrt zum Einsatz gekommen (Hesse, 2020, S. 341). Es ist davon auszugehen, dass Social Bots auch zukünftig mit der Weiterentwicklung der KI, gerade im Vorfeld politischer Wahlen, eingesetzt werden.

Im Rahmen des Target Advertising, zu Deutsch „zielgerichtete Werbung“, erhalten Nutzer auf Basis ihres Internet-Verhaltens Werbung themenrelevanter Inhalte. Im politischen Kontext wird dies insbesondere bei Wahlkämpfen eingesetzt und als Microtargeting bezeichnet. Dies kann zur Eindämmung von Politikverdrossenheit beitragen, da mithilfe von Big Data die Themen vorgeschlagen werden, die einem gefallen (Kolany-Raiser et al., 2018, S. 5). Ein Negativbeispiel stellt die Firma Cambridge Analytica dar, die im US-Wahlkampf 2016 mithilfe von Unmengen an Daten ein psychologisches Profil der potenziellen Wähler entwickelt hat. Auf dieser Basis wurden den potenziellen Wählern Informationen nutzergerecht zur Verfügung gestellt, um die Wahl in Richtung Donald Trump zu manipulieren (Reinbold & Schnack, 2016).

Diktatur der Konzerne oder Digitale Diktatur

Als Folge unserer globalisierten Welt, in der Landesgrenzen für multinationale Konzerne kaum noch Hürden darstellen, können Konzerne ihre Ziele über die Beeinflussung von Bürgern in viele Parlamente einbringen. Dies gelingt mithilfe von Kundendaten, wodurch die Bürger als Mittler der Interessen von Unternehmen fungieren. Andererseits nutzt die Politik selbst die Macht der Kundendaten und steuert das zu regierende Land so schleichend in eine Diktatur, in welcher jeder Mensch nur noch das macht, was vom Staat vorgesehen ist. Obwohl beide Ausprägungen, je nach politischer Perspektive schwer vorstellbar sind, lassen sich diese heutzutage schon ansatzweise finden.

Dass Konzerne wie Facebook oder Google Unmengen an personenbezogenen Daten besitzen, ist kein Geheimnis, nur können sie dadurch nicht nur ein individuelles Nutzererlebnis ermöglichen, sondern auch die Nutzer in ihrer Meinung beeinflussen. Der Search Engine Manipulation Effect besagt, dass Personen ihre Meinung durch die Platzierung von Suchergebnissen beeinflussen lassen (Weimer, 2015). Dieser Effekt findet auch in den sozialen Medien Anwendung. So können Firmen die politischen Inhalte anzeigen lassen, die sie als Unterstützung für ihre Firmenpolitik sehen. Außerdem wissen diese Firmen durch die Nutzerdaten mehr über die Gefühle und das Verhalten eines Menschen als jedes Einwohnermeldeamt (Tischbein, 2016). Folglich können sie die Inhalte dank KI so platzieren und gestalten, dass in Zukunft jede politische Meinung so dargestellt wird, dass Nutzer diese glauben und auch an die Politiker herantragen.

Auf der Seite des Staates ist China ein bekanntes Beispiel, das schon heute die Bevölkerung und Konzerne umfangreich steuert und überwacht. Dazu nutzen sie das sogenannte Sozialkredit-System, das der vollständigen Überwachung der Bevölkerung und Unternehmen dient. Die Bevölkerung selbst kann sich kaum davor schützen. Dies ist den Umständen geschuldet, dass ein Unternehmen

dazu verpflichtet ist, Kundendaten zur Verfügung zu stellen und vieles nur noch mithilfe einer App funktioniert, für die es keine Alternativen gibt. Ein bekanntes Beispiel ist WeChat. Dies ist eine App mit der neben dem Chatten auch ein Arzttermin vereinbart und sogar der Online-Personalausweis genutzt werden kann. Bei Fehlverhalten kann diese App gesperrt werden, wodurch das alltägliche Leben des Nutzers stark eingeschränkt wird (Al-Youssef, 2019). So wird es in einigen Jahren kaum möglich sein, zu protestieren, da jedes Individuum verfolgt wird. Mithilfe dieser Daten kann dank KI festgestellt werden, wo sich Personen treffen, die vorher über ein bestimmtes Thema kommuniziert haben. Dank den Bewegungsprofilen kann der Ort des Treffens ermittelt und von der Polizei aufgedeckt werden. So kann verhindert werden, dass regierungskritische Gruppierungen entstehen. Dadurch schützt sich die Regierung vor Kritik, da das eigentlich unkontrollierbare Internet in Zukunft immer kontrollierbarer wird und nur noch das zu finden ist, was laut Regierung zu finden sein soll (Al-Youssef, 2019). Derzeit gibt es das Sozialkredit-System nur regional. Die für Ende 2020 geplante landesweite Einführung verschiebt sich in die nahe Zukunft (Rietmann et al., 2019, S.125-126).

Die KI-basierte Steuerung durch Konzerne und Staaten wird zukünftig verstärkt zum Einsatz kommen. Es ist davon auszugehen, dass in der westlichen Welt die Konzerne einen immer größeren Einfluss haben werden. Bereits aktuell autoritär geführte Staaten werden China folgen und dank KI und Big Data die Bevölkerung immer weiter regulieren und kontrollieren (Rietmann et al., 2019, S.125-126).

Wie Big Data und KI Wahlen verändern

Bisher ist das E-Voting in Deutschland noch nicht umgesetzt, da die Wahlrechtsgrundsätze nach Auffassung des Verfassungsgerichts bei Online-Wahlen nicht erfüllt werden können. Jedoch haben bereits 15 Länder das E-Voting erprobt. Speziell Estland hat durch die kleine Bevölkerung relativ wenige Wahlberechtigte, hinzu kommt die hohe Internetaffinität der Bevölkerung was die Einführung eines digitalen Wahlsystems erleichtert (Bovenschulte, 2019). Für den Einsatz eines digitalen Wahlsystems sprechen Argumente wie Kostenersparnisse, schnellere Auszählung der Stimmen sowie die Schaffung eines weiteren Anreizes, um die Wahlbeteiligung zu erhöhen. Voraussetzung für die Durchführung einer Online-Wahl ist, neben Sicherheitsmaßnahmen gegen Manipulationen, ein mehrstufiger Prozess, der die geheime Übermittlung der Stimme sicherstellt. Trotzdem sind die Risiken wie die Manipulation der Wahlergebnisse und Cyberattacken immer gegeben. Aufgrund dieser Risiken und da darüber hinaus kein flächendeckender Internetzugang in Deutschland besteht, sind Online-Wahlen in näherer Zukunft nur schwer umsetzbar. Jedoch zeigt speziell das Beispiel Estland, dass das E-Voting durchaus als Wahlsystem genutzt werden kann (Bovenschulte, 2019). Neben den Online-Wahlen können auch Tools Anreize bei jungen Wählern schaffen. Der Wahl-O-Mat hat in Deutschland schon gezeigt, dass das Interesse an der Politik besonders bei der jungen Generation gesteigert werden kann. 2002 verwendeten 3,6 Mio. Nutzer das Tool, ca. 10 Jahre später stiegen die Nutzerzahlen auf 13 Mio. an, wobei ein Drittel der User unter 30 Jahre alt waren (Gröschel, 2017).

Auch unabhängig von der Art der Stimmabgabe hat und wird sich der Wahlkampf verändern. Spätestens durch das Eingeständnis der widerrechtlichen Datennutzung von Facebook wurde die Beeinflussung von Wahlen einer breiten Öffentlichkeit bekannt. Wie bereits ausgeführt, soll Trumps Wahlsieg auch auf Big Data und Social Bots sowie die damit einhergehende Manipulation zurückzuführen

sein (Knorre et al., 2020, S.20-21). Computerwissenschaftler untersuchten rund 20 Mio. Tweets, die im Zusammenhang mit der Wahl im Jahr 2016 standen. Das Ergebnis zeigt, dass 19% dieser Tweets von Robotern stammen. Außerdem wurde festgestellt, dass deutlich mehr dieser robotergenerierten Tweets für Trump förderlich waren (University of Southern California, 2016). Diese Veränderungen im Wahlkampf haben ebenfalls Einfluss auf die Wahlprognosen. Die klassischen Umfragen in Amerika werden unzuverlässiger, z. B. sind bei Telefonumfragen deutliche Teilnahmeschwankungen zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen zu erkennen. Mittlerweile können Systeme mittels KI präzisere Wahlprognosen liefern. Diese durchsuchen die Daten in den sozialen Medien nach gewissen Mustern und übertragen diese auf die Gesellschaft. Das System MogIA sagte das Wahlergebnis 2016 im Gegensatz zu den üblichen Umfragemethoden richtig voraus (Lindemann & Scholz, 2016). Besonders bei den US-Wahlkämpfen ist das enorme Potential von Big Data und KI erkennbar, welche in Zukunft weltweit immer mehr Einfluss auf den Ausgang der Wahlen nehmen werden.

Auch in Deutschland gibt es schon gewisse „Daten-Wahlkämpfe“. Das zeigt der Landtagswahlkampf in Niedersachsen aus dem Jahr 2017. Ein entscheidender Faktor für den Wahlsieg der SPD war das Markt- und Sozialforschungsunternehmen Sinus-Institut. Das Unternehmen analysierte verschiedene Nutzerdaten der Wählerschaft. So konnten gewisse Milieus mit bestimmten Wahl Tendenzen definiert werden. Dadurch stand der SPD ein gesamtheitliches Datenmuster für Niedersachsen zur Verfügung, welches potenzielle Wähler erkennen lässt (Ilseman, 2018).

Ausblick

Für die Bundestagswahl 2021 ist davon auszugehen, dass Social Bots vermehrt zum Einsatz kommen, insbesondere aus dem Lager populistischer Parteien (ZEIT ONLINE, 2016). Mittelfristig werden in Deutschland auch die demokratischen Parteien das Potenzial von Social Bots nutzen, um alle Wähler individuell anzusprechen und das Interesse an Politik zu steigern. Langfristig werden Social Bots noch häufiger eingesetzt, auch außerhalb des Bereichs der Wahlen. Die größte Gefahr stellen hier optimierte Deep Fakes dar. Dies sind authentisch wirkende Bilder oder Videos, die mittels KI erstellt werden, wodurch das Erkennen von Fake News beinahe unmöglich wird (Riecke, 2018).

Kurz- und mittelfristig ist im Bereich des Target Advertisings davon auszugehen, dass durch das verstärkte Sammeln und Verarbeiten personalisierter Daten die Macht der Konzerne weiter steigen wird. Dies wird durch die steigende Nutzung des Internets begünstigt (ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, 2020). Langfristig besteht die Gefahr, dass der Mensch immer gläserner und beeinflussbarer wird. Allerdings ist hier die Möglichkeit nicht zu unterschätzen, dass sich die Bevölkerung gegen diesen Trend wehrt und die Demokratisierung der Daten fordert.

In den nächsten Jahren wird das Sozialkredit-System in China landesweit zum Einsatz kommen. Dadurch wird die Überwachung der Bevölkerung verstärkt und die Rechte der Bevölkerung weiter eingeschränkt. Das Sozialkredit-System wird auch positive Auswirkungen haben, wie das friedlichere Zusammenleben und das Belohnen von Leistung. Weitere, aktuell autoritäre Staaten, werden dem Vorbild Chinas folgen. Durch diese Entwicklung kommt es zu einer zunehmenden Entdemokratisierung, wodurch sich wiederum langfristig Protestbewegungen dagegen entwickeln.

Die Online-Wahlen haben in Deutschland einen schweren Stand. Daher werden diese in kurzfristiger Hinsicht nicht zum Einsatz kommen. Dagegen werden bei der EU-Wahl 2024 vermehrt Länder Online-Wahlen nach dem Beispiel Estland einsetzen. Im Gegensatz dazu werden Online-Wahlen in Deutschland erst um 2030 durchgeführt und im Rahmen von Gemeinderats- und Kommunalwahlen zum Einsatz kommen. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass die Integrität der Online-Wahlen momentan nicht gewährleistet ist (Der Bundeswahlleiter, 2015).

Trendmonitor	kurzfristig (2021-2023)	mittelfristig (2025)	langfristig (2030)
Social Bots	Einsatz Bundestagswahl 2021 (v. a. populistische Parteien)	Einsatz durch gesamte Parteienlandschaft hinweg im Vorfeld von Wahlen	alltäglicher Einsatz in der Politik durch Deep Fake sind Fake News noch schwerer zu erkennen
Target Advertising/ Diktatur der Konzerne	keine bedeutsamen Änderungen	mehr personalisierte und genauere Daten	Bevölkerung wehrt sich Demokratisierung der Daten wird gefordert
Digitale Diktatur	China führt Sozialkredit-System landesweit ein	noch deutlichere Einschränkung von Bürgerrechten in China und autoritären Staaten positive Nebeneffekte	Entdemokratisierung Orientierung am Bsp. China Bevölkerung wehrt sich gegen die Entwicklung
Online-Wahlen	keine Online-Wahl z. B. bei der Bundestagswahl 2021	Forderung/ Akzeptanz bei Bevölkerung steigt mehrere Länder nutzen Online-Wahl bei der EU-Wahl 2024	Einsatz der Online-Wahl als Alternative bei Gemeinderats-/ Kommunal-/ Landtagswahlen

Abschließend lässt sich noch festhalten, dass die Politik selbst die Aufgabe hat, den Rahmen für die KI in der Gesellschaft zu setzen. Ein wichtiger Baustein dabei ist die digitale Bildung. Die Politik und Gesellschaft sind somit nicht nur Betroffene, sondern auch aktive Gestalter der zukünftigen Entwicklung.

Literaturverzeichnis

- Al-Youssef, M. (19. Juni 2019). *Wechat: Eine App ist Chinas Epizentrum der Überwachung*. Von <https://www.derstandard.de/story/2000105023317/wechat-eine-app-ist-chinas-epizentrum-der-ueberwachung> abgerufen am 08. Dezember 2020
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. (8. Oktober 2020). *Zahl der Internetnutzer wächst um 3,5 Millionen / Deutliche Zuwachs für Mediatheken von ARD und ZDF* Von: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/Pressemitteilung_ARD_ZDF_Onlinestudie_2020.pdf abgerufen am 10. Dezember 2020
- Bovenschulte, M. (1. Mai 2019). *E-Voting - mögliche Alternative zu traditionellen Wahlverfahren*. Von: <https://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/themenprofile/Themenkurzprofil-026.pdf> abgerufen am 08. Dezember 2020
- Der Bundeswahlleiter. (1. August 2015). *Online-Wahlen* Von: <https://www.bundeswahlleiter.de/service/glossar/o/online-wahlen.html> abgerufen am 10. Dezember 2020
- Gröschel, P. (21. August 2017). *Bundestagswahl 2017*. Von: <https://www.basecamp.digital/bundestagswahl-2017-der-wahl-o-mat-belohnt-das-selber-denken/> abgerufen am 08. Dezember 2020
- Hesse, W. (2020). *Das Zerstörungspotenzial von Big Data und Künstlicher Intelligenz für die Demokratie*. Information Spektrum.
- Hofmann, J., Kersting, N., Ritzi, C., & Schünemann, W. (2019). *Politik in der digitalen Gesellschaft*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Ilsemann, N. (12. Februar 2018). *Lehren aus dem Daten-Wahlkampf der SPD in Niedersachsen*. Von: <https://www.politik-kommunikation.de/ressorts/artikel/lehren-aus-dem-daten-wahlkampf-der-spd-niedersachsen-1873686588> abgerufen am 08. Dezember 2020
- Klank, T., Nullmeier, F., & Wewer, G. (2020). *Handbuch Digitalisierung in Staat und Verwaltung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Knorre, S., Müller-Peters, H. & Wagner, F. (2020). *Die Big-Data-Debatte*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kolany-Raiser, B., Wehkampf, N., & Werner, L. (2018). *Big Data in Social Media & Wahlkampf*. ABIDA-Dossier.
- Körner, K. (2019). *Digitalpolitik*. Deutsche Bank Research.
- Kost, A., & Solar, M. (2019). *Direkte Demokratie in Deutschland*. Wiesbaden: Springer VS.

Krempel, S. (14. April 2018). *Künstliche Intelligenz: Facebook sagt Nutzerverhalten voraus und verkauft damit Anzeigen*. Von: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Kuenstliche-Intelligenz-Facebook-sagt-Nutzerverhalten-voraus-und-verkauft-damit-Anzeigen-4024377.html> abgerufen am 10. Dezember 2020

Legath, L. (2020). *Bundeszentrale für politische Bildung*. Von <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/das-europalexikon/177203/populismus-in-den-eu-staaten> abgerufen am 10. Dezember 2020

Lindemann, K., & Scholz, R. (11. November 2016). *Auswertung der US-Präsidentschaftswahl: 08.November 2016*. Von: [https://www.gdp.de/gdp/gdprnw.nsf/id/557E34670D753197C125806C0041A6C4/\\$file/20161109_Bewertung_US_Wahl_2016.pdf](https://www.gdp.de/gdp/gdprnw.nsf/id/557E34670D753197C125806C0041A6C4/$file/20161109_Bewertung_US_Wahl_2016.pdf) abgerufen am 08. Dezember 2020

Reinbold, F., & Schnack, T. (6. Dezember 2016). *Ich ganz alleine habe Trump ins Amt gebracht*. Von <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/donald-trump-und-die-daten-ingenieure-endlich-eine-erklaerung-mit-der-alles-sinn-ergibt-a-1124439.html> abgerufen am 05. Dezember 2020

Riecke, T. (17. November 2018). *So werden manipulierte Videos zur Gefahr für Politik und Wirtschaft*. Von: <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/deep-fakes-so-werden-manipulierte-videos-zur-gefahr-fuer-politik-und-wirtschaft/23637912.html?ticket=ST-10453464-o7mHeTZfVxtYNLJkocmN-ap5> abgerufen am 10. Dezember 2020

Rietmann, S., Sawatzki, M., & Berg, M. (2019). *Beratung und Digitalisierung*. Wiesbaden: Springer VS.

Staffen-Quandt, D. (24. Juli 2020). *Funktionierende Demokratien laut Forschern weltweit auf dem Rückzug*. Von <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/demokratiematrix-uni-wuerzburg-demokratien-weltweit> abgerufen am 05. Dezember 2020

Tischbein, V. (22. August 2016). *98 Daten, die Facebook über dich weiß und nutzt, um Werbung auf dich zuzuschneiden*. Von <https://netzpolitik.org/2016/98-daten-die-facebook-ueber-dich-weiss-und-nutzt-um-werbung-auf-dich-zuzuschneiden/> abgerufen am 06. Dezember 2020

University of Southern California. (7. November 2016). *US-Wahl: Roboter als Meinungsmacher auf Twitter*. Von: <https://www.scinexx.de/news/technik/us-wahl-roboter-als-meinungsmacher-auf-twitter/> abgerufen am 08. Dezember 2020

Weimer, M. (26. August 2015). *Google-Suche kann Wahlentscheidung beeinflussen*. Von <https://entwickler.de/online/netzkultur/google-suche-kann-wahlentscheidung-beeinflussen-190678.html> abgerufen am 06. Dezember 2020

ZEIT ONLINE. (21. Oktober 2016). *AfD will Social Bots im Wahlkampf einsetzen*. Von: <https://www.zeit.de/digital/internet/2016-10/bundestagswahlkampf-2017-afd-social-bots#comments> abgerufen am 10. Dezember 2020