

**Titel:**

Europawahl im Fokus von Desinformationen im Netz?

**Autor:**

Martin Motzkau

**Kurzzusammenfassung**

Die Europawahl steht in Zeiten von sozialen Medien im Fokus von gezielten Desinformationen und Falschnachrichten. Insbesondere durch die Erfahrungen bei der US-Präsidentenwahl und dem Brexit-Referendum im Jahr 2016 stellte sich die EU auf gezielte Desinformationskampagnen aus Russland ein. Dazu veröffentlichte die Kommission einen Aktionsplan, der einen freiwilligen Verhaltenskodex für Digitalkonzerne, wie Facebook, Twitter und Google beinhaltet. Das Ziel: Die Europawahl vor Manipulationen aus dem Internet zu schützen.

**Schlagworte**

Europawahl, Social Media, Fake News, Facebook, Desinformationen

**Einleitung**

Im Zusammenhang mit Wahlen wird seit Mitte der 2010er Jahre verstärkt das Phänomen von Falschnachrichten im Netz thematisiert. Desinformationen werden gezielt im Internet verbreitet, um auf diese Weise Stimmungen zu beeinflussen, wie beispielsweise während des Präsidentenwahlkampfes in den USA und beim Brexit-Referendum in Großbritannien 2016 sowie in Brasilien zwei Jahre später (Dierks 2018; Schmid et al. 2018; Ebert 2019). Sachs-Hombach und Zywiets (2018) sprechen von „neuen Methoden populistischer Propaganda“. Wolfgang Schweiger (2017, S. 6) kommt zu dem Schluss, dass viele Bürger in sozialen Medien immer öfter mit Pöbeleien, Lügen, gefühlten Wahrheiten und Hasstiraden konfrontiert werden, was „negative Folgen für die politische Informiertheit und Meinungsbildung“ hat. Ute Schaeffer (2018, S. 18) schreibt: „Nie zuvor waren so viele für jedermann zugängliche Falschinformationen im Umlauf, nie zuvor so viel Hass und Verleumdung.“

Insbesondere aufgrund der Vorkommnisse in den USA stieg auch in der EU und ihren Mitgliedstaaten die Sorge vor Falschinformationen im digitalen Bereich. Bereits 2016 brachte das deutsche Bundesinnenministerium die Einrichtung eines nationalen Abwehrzentrums gegen Desinformationen ins Spiel (Knaup & Traufetter 2016). Im Zusammenhang mit der

französischen Präsidentschaftswahl 2017 wurden die Rolle von Online-Desinformation und möglichen Gegenmaßnahmen verstärkt diskutiert (Bakamo 2017; Jeangène Vilmer 2018). Mit Blick auf die deutsche Bundestagswahl wenige Monate später warnte Bundeswahlleiter Dieter Sarreither davor, dass „Fake News im Wahlkampf auf die Wahlentscheidung wirken könnten“ (Neuerer 2017). Die Studie „Fakten statt Fakes“ der Stiftung Neue Verantwortung kam jedoch nach der Bundestagswahl zu dem Schluss, dass die Reichweite von Falschinformationen im Zusammenhang mit der Bundestagswahl jedenfalls nicht an die von klassischen Nachrichten herankam (Sängerlaub et al. 2017).

Für die Verbreitung von gezielten Desinformationen in den sozialen Netzwerken bei Wahlen machten westliche Akteure immer wieder Russland verantwortlich, etwa bei der US-Präsidentschaftswahl 2016 (z.B. Calabresi 2017). Laut einer vom US-Senat beauftragten Studie der Universität Oxford versuchten russische Trollfabriken, die Wahl zugunsten des späteren US-Präsidenten Donald Trump zu beeinflussen (Howard et al. 2019). Auch im Vorfeld der Europawahl wurde erwartet, dass gezielt Falschnachrichten in den sozialen Netzwerken verbreitet werden könnten (Bendiek & Schulze 2019). Dabei würden insbesondere die Themen Migration und innere Sicherheit im Fokus stehen (Peetz 2019). In der Folge ergriff die Europäische Kommission bereits frühzeitig Maßnahmen, um möglichen Desinformationskampagnen im Internet und insbesondere in sozialen Medien entgegenzuwirken.

## **1. Maßnahmen der Europäischen Kommission gegen Desinformationen**

Als Reaktion auf die Krimkrise wurde bereits im Jahr 2015 das *Strategische Kommunikationsteam Ost* (East StratCom Task Force) im Europäischen Auswärtigen Dienst eingerichtet, das russischen Desinformationskampagnen entgegenwirken soll. Die Abteilung betreibt seither proaktive Kommunikation von EU-Politik und unterstützt unabhängige Medien in den Ländern der *Östlichen Partnerschaft* (Armenien, Aserbaidshan, Georgien, Moldawien, Ukraine und Weißrussland). Zudem beobachtet sie Desinformationstrends und deckt Falschnachrichten im Netz auf. Desinformationen definiert die EU Kommission als „nachweislich falsche oder irreführende Informationen, die mit dem Ziel des wirtschaftlichen Gewinns oder der vorsätzlichen Täuschung der Öffentlichkeit konzipiert, vorgelegt und verbreitet werden und öffentlichen Schaden anrichten können“, wobei unter öffentlichem Schaden unter anderem auch „Bedrohungen für die demokratischen politischen Prozesse und die politische Entscheidungsfindung“ zu verstehen sind (Europäische Kommission 2018a). Die

Rechercheergebnisse veröffentlicht die Abteilung auf ihrer Website *euvsdisinfo.eu* und auf sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter.

In den folgenden Jahren intensivierte die Kommission ihre Tätigkeiten zur Bekämpfung von Desinformation mit einem spezifischen Blick auf die Europawahl 2019. Ende 2017 eingesetzte hochrangige Expertengruppe unter Leitung von Madeleine de Cock Buning legte im März 2018 einen Bericht mit Empfehlungen vor (Europäische Kommission 2018b). Auf dieser Grundlage veröffentlichte die Kommission im April 2018 eine Mitteilung (Europäische Kommission 2018a) und Anfang Dezember 2018 einen Aktionsplan, in denen sie weitere Maßnahmen ankündigte (Europäische Kommission & Hohe Vertreterin der Union für Außen- und Sicherheitspolitik 2018).

Neben der personellen Aufstockung der *East StratCom Task Force* und der Einrichtung eines gemeinsamen Frühwarnsystems der EU und der Mitgliedstaaten zum Austausch von Daten über Desinformationskampagnen standen insbesondere die sozialen Medien im Fokus der Kommissionsstrategie. Die Kommission sieht diese als mächtiges Instrument bei der Verbreitung von Desinformationen, insbesondere durch technische Mittel wie Videomanipulationen (*Deepfakes*), automatisierte Internet-Software (Bots) sowie Troll-Angriffe. Im Rahmen eines freiwilligen Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformationen im Internet verpflichteten sich unter anderem Facebook, Twitter, Google und YouTube zu größerer Transparenz in Bezug auf politische Werbung und zu Maßnahmen gegen Fake-Accounts (Europäische Kommission 2018c). Um die Umsetzung der getroffenen Vereinbarungen zu überprüfen, sollten die Plattform-Betreiber in monatlichen Fortschrittsberichten ihre Anstrengungen dokumentieren.

Die großen Digital-Unternehmen reagierten auf den politischen Druck und kommunizierten offensiver als in den Jahren zuvor ihre Maßnahmen gegen Propaganda und Desinformationen im Vorfeld von Wahlen. Facebook verwies in einer Mitteilung Ende Januar 2019 auf den „hohen Standard an Transparenz bei politischer Werbung“ und kündigte neue Programme zum Schutz vor Fremdeinwirkungen sowie die Einrichtung einer Einheit in Dublin an (Geisel 2019). Außerdem gab das Unternehmen im März eine Zusammenarbeit mit der Deutschen Presseagentur (dpa) als Faktenchecker bei der Bekämpfung von Falschnachrichten bekannt (Facebook 2019). Bereits seit 2017 arbeitete Facebook mit dem Recharteam von *Correctiv* zusammen.

Auch Twitter setzte bei der Bekämpfung von Desinformationen auf seiner Plattform auf mehr Transparenz bei politischer Werbung (White 2019). In einem *Ads-Transparenz-Center* listete

das Unternehmen gesponserte Tweets und Accounts politischer Kampagnen auf und veröffentlichte Zahlungsinformationen. Dabei definiert Twitter politische Anzeigen als Anzeigen von nationalen oder europäischen Parteien und von bei nationalen Wahlbehörden registrierten Kandidaten sowie Anzeigen, die sich für oder gegen einen erkennbaren Kandidaten\*in oder eine Partei einsetzen (Twitter o.J.). Wie bei Facebook kamen auch bei Twitter spezielle interne Wahl-Teams zum Einsatz, allerdings nicht als eine zentrale Einheit an einem Standort.

Google kündigte Ende 2018 Maßnahmen zum Schutz der Europawahl vor Desinformation an (Junius 2018) und präsentierte diese im Februar 2019 in einem *White Paper* auf der Münchener Sicherheitskonferenz. Darin wurden drei Strategien beschrieben, um Desinformationen innerhalb der Google-Plattformen, wie YouTube, zu reduzieren. Erstens sollten qualitative Inhalte algorithmisch bevorzugt werden..., zweitens wollte der Konzern gegen problematisches Verhalten – wie verschleierte Informationen über die Betreiber einer Seite – vorgehen, drittens sollten Nutzer weiterführende Informationen an die Hand bekommen (Google 2019).

## **2. Das Ausmaß von Falschnachrichten während der Europawahl**

Eine eindeutige Aussage über den Umfang und die Wirkung von Desinformationen vor der Europawahl in den sozialen Medien lässt sich an dieser Stelle nicht treffen. Dass im Vorfeld der Europawahl gezielt tatsächlich falsche Informationen verbreitet wurden, steht grundsätzlich jedoch außer Frage und kann anhand von zwei Beispielen zu den Spitzenkandidaten der beiden großen europäischen Parteien illustriert werden. So wurde auf Facebook Anfang April ein angebliches Zitat des Sozialdemokraten Frans Timmermans verbreitet, der in einer Rede im Jahr 2015 gesagt haben soll: „Monokulturelle Staaten müssen ausradiert werden.“ Zudem befürwortete Timmermans eine „Masseneinwanderung von moslemischen Männern nach Europa“ mit dem Ziel, „dass nirgends mehr homogene Gesellschaften bestehen bleiben“ (vgl. Correctiv 2019). Die entsprechende Desinformation war bereits 2016 über verschiedene Medien verbreitet worden. Tatsächlich hatte Timmermans in der betreffenden Rede von Herausforderungen durch und den Umgang mit Vielfalt gesprochen und erklärt, eine Gesellschaft, die nur aus Menschen eines Kulturkreises bestehe, habe es nie gegeben und werde es nicht geben (Timmermans 2015). Begriffe wie *Masseneinwanderung*, *monokulturelle Staaten* oder *ausradiert* kamen in der Rede des Sozialdemokraten allerdings überhaupt nicht vor.

In Bezug auf den EVP-Spitzenkandidaten Manfred Weber wiederum wurde u.a. über Twitter eine angebliche Aussage verbreitet, wonach Weber ein „elitäres Europa“ fordere, „das

abschafft, was in 70 Jahren Demokratie errungen wurde“. In einer weiteren Falschinformation wurde Weber das Zitat unterstellt: „Ich liebe die EU mehr als meine Heimat Bayern!“ Illustriert war dieses Zitat mit einem Bild Webers, auf dem aber auch das Logo des ZDF sowie ein Hinweis auf die Sendung von Moderator Markus Lanz zu erkennen war. Ähnlich wie bei dem Timmermans-Zitat wurde damit auf eine angebliche Quelle verwiesen, um die wahrgenommene Glaubwürdigkeit der Information zu erhöhen. Tatsächlich waren die angeblichen Zitate des EVP-Politikers in der ZDF-Sendung allerdings nie gefallen (Stern 2019).

Fraglich ist allerdings, inwiefern solche Falschnachrichten Teil größerer Desinformationskampagnen waren. Marchal et al. (2019) sehen Falschmeldungen mit Bezug zur Europawahl als ein quantitativ begrenztes Problem: Für den Zeitraum zwischen dem 5. und dem 20. April – also einen Monat vor der Europawahl – stuften sie unter mehr als einer halben Million Tweets mit Bezug zu den Wahlen weniger als vier Prozent, als *junk news* (d.h. *ideologically extreme, misleading, and factually incorrect information*) ein. Auf Facebook wurden die einzelnen Junk-News-Beiträge zwar im Durchschnitt öfter kommentiert und weiterverbreitet als Nachrichten von Qualitätsmedien. Sie erreichten aber durch ihre deutlich kleinere Anzahl in der Summe nur ein kleineres Publikum als diese. Die Studie bestätigte den inhaltlichen Schwerpunkt der Falschnachrichten auf kontroverse Themen wie Migration und Sicherheit, weniger auf Europapolitik selbst.

Die EU-Kommission konstatierte wenige Wochen nach der Europawahl auf Grundlage von Informationen der *East Stratcom Task Force* „eine anhaltende und ausgeprägte Desinformationsaktivität aus russischen Quellen“, um die Wählerpräferenzen zu beeinflussen (Europäische Kommission & Hohe Vertreterin der Union für Außen- und Sicherheitspolitik 2019, S. 3). Insgesamt seien von Online-Plattformen vor der Europawahl mehr als 600 Gruppen und Facebook-Seiten, die in mehreren EU-Staaten Desinformationen und Hate Speech verbreitet hatten, gemeldet worden, die insgesamt 763 Millionen Mal aufgerufen wurden (S. 6). Allerdings könne „[a]uf Grundlage der vorliegenden Beweismittel [...] bislang keine grenzübergreifende, speziell auf die Europawahlen ausgerichtete Desinformationskampagne aus externen Quellen klar ausgemacht werden“ (S. 3).

Zu einer ähnlichen Einschätzung kommt der Wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestags in einem kurz nach der Wahl verfassten Bericht über „Ansätze zur Regulierung von Wahlwerbung im Internet“. Darin heißt es: „*Fake News, Hate Speech* und Desinformation sind nicht nur im Internet und im Zusammenhang mit Wahlen eine Herausforderung für Staat,

Politik und Gesellschaft.“ Dieser konstatiert, dass eine externe (russische) Wahlbeeinflussung bei der Europawahl wie zuvor bei der französischen Präsidentschafts- und der deutschen Bundestagswahl „nicht nachgewiesen wurde“. Falschinformationen, Hassbotschaften und Desinformation blieben jedoch „nicht nur im Internet und im Zusammenhang mit Wahlen eine Herausforderung für Staat, Politik und Gesellschaft“ (Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestags 2019).

### **3. Fazit**

Die Beobachtung, dass vor der Europawahl 2019 zwar in nennenswertem Umfang Falschinformationen – speziell zu migrations- und sicherheitspolitischen Themen – kursierten, es aber nach ersten Einschätzungen keine systematischen Desinformationskampagnen gab, lässt sich auf unterschiedliche Weise deuten: Wurde das Problem vor der Wahl überschätzt? Oder entfalteten im Gegenteil die intensiven vorbeugenden Maßnahmen der Kommission und der Mitgliedstaaten erfolgreich eine abschreckende Wirkung? Lässt sich das tatsächliche Ausmaß an Falschnachrichten angesichts der hohen Dunkelziffer überhaupt bestimmen?

Die EU-Kommission selbst neigt offenkundig der zweiten Einschätzung zu: In ihrem Bericht über die Umsetzung des Aktionsplans gegen Desinformation erklärte sie nach der Wahl mit Blick in die Zukunft weitere Anstrengungen für erforderlich. Desinformationen aus dem Internet seien eine sich entwickelnde Bedrohung, kontinuierliche Forschung sei notwendig, um Strategien weiterzuentwickeln und an aktuelle Trends und Praktiken anzupassen (Europäische Kommission & Hohe Vertreterin der Union für Außen- und Sicherheitspolitik 2019). Tatsächlich veröffentlichte die Kommission im Oktober 2019 eine Ausschreibung für eine Plattform zur Bekämpfung von Desinformationen in Europa, *das Europäische Observatorium für digitale Medien* (Europäische Kommission 2019). Der während der Europawahl 2019 zuständige Kommissar für die Sicherheitsunion, Julian King, fasste auf Twitter zusammen: „*I believe that our efforts to raise awareness and strengthen our collective defences against #disinformation and the hostile actors behind it is [sic] working, but we still need to do more*“ (King 2019).

### **Literatur**

Bakamo (2017). Patterns of Disinformation in the 2017 French Presidential Election. Bakamo. <https://www.bakamosocial.com/frenchelection>.

Bendiek, A., & Schulze, M. (2019). Desinformationen und die Wahlen zum Europäischen Parlament. *SWP-Aktuell*, 10/2019. Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik.

- Calabresi, M. (2017). Inside Russia's Social Media War on America. TIME. <https://time.com/4783932/inside-russia-social-media-war-america/>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Correctiv (2019). Nein, der Vizepräsident der EU-Kommission fordert nicht die Ausradierung monokultureller Staaten. <https://factcheckeu.info/de/article/nein-der-vizepraesident-der-eu-kommission-fordert-nicht-die-ausradierung-monokultureller-staaten>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Dierks, B. (2018). Soziale Medien und das Brexit-Referendum. Propaganda, Lügen, Fake News. Deutschlandfunk. [www.deutschlandfunk.de/soziale-medien-und-das-brexit-referendum-propaganda-luegen.724.de.html?dram:article\\_id=430936](http://www.deutschlandfunk.de/soziale-medien-und-das-brexit-referendum-propaganda-luegen.724.de.html?dram:article_id=430936). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Ebert, M. (2019). Fake News: Brasilien im Griff von Falschnachrichten. NDR. [www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Fake-News-Brasilien-im-Griff-von-Falschnachrichten,brasilien630.html](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Fake-News-Brasilien-im-Griff-von-Falschnachrichten,brasilien630.html). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Europäische Kommission (2018a). Bekämpfung von Desinformation im Internet: ein europäisches Konzept. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. COM(2018) 236 final.
- Europäische Kommission (2018b). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union.
- Europäische Kommission (2018c). Code of Practice on Disinformation. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Europäische Kommission (2019). Maßnahmen der EU gegen Desinformation: Kommission schreibt Beobachtung digitaler Medien aus. [https://ec.europa.eu/germany/news/20171007-massnahmen-gegen-desinformation-ausschreibung\\_de](https://ec.europa.eu/germany/news/20171007-massnahmen-gegen-desinformation-ausschreibung_de).
- Europäische Kommission & Hohe Vertreterin der Union für Außen- und Sicherheitspolitik (2018). Aktionsplan gegen Desinformation. Gemeinsame Mitteilung an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. JOIN (2018) 36 final.
- Europäische Kommission & Hohe Vertreterin der Union für Außen- und Sicherheitspolitik (2019). Bericht über die Umsetzung des Aktionsplans gegen Desinformation. Gemeinsame Mitteilung an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. JOIN(2019) 12 final.
- Facebook (2019). Facebook weitet Faktenprüferprogramm in Deutschland aus. Deutsche Presse-Agentur wird neuer Partner. Facebook.com. [https://about.fb.com/de/news/2019/03/dpa\\_faktenpruefer/](https://about.fb.com/de/news/2019/03/dpa_faktenpruefer/). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Geisel, A. (2019). Protecting the European Parliament Elections. Facebook.com. <https://about.fb.com/news/2019/01/european-parliament-elections/>. Zugegriffen: 26. November 2019.

- Google (2019). How Google Fights Disinformation. [https://www.blog.google/documents/37/How\\_Google\\_Fights\\_Disinformation.pdf](https://www.blog.google/documents/37/How_Google_Fights_Disinformation.pdf). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Howard, P., Ganesh, B., & Liotsiou, D. (2019). The IRA, Social Media and Political Polarization in the United States, 2012-2018. University of Oxford. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/12/The-IRA-Social-Media-and-Political-Polarization.pdf>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Jeangène Vilmer, J.-B. (2018). Successfully Countering Russian Electoral Interference: 15 Lessons Learned from the Macron Leaks. CSIS Briefs. <https://www.csis.org/analysis/successfully-countering-russian-electoral-interference>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Junius, L. (2018). Supporting the European Union Parliamentary Elections. Google.com. <https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/supporting-european-union-parliamentary-elections/>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- King, J. (14.06.2019). I believe that our efforts to raise awareness and strengthen our collective defences against #disinformation and the hostile actors behind it is working, but we still need to do more. Our report published today ahead of the European Council next week: <http://europa.eu/rapid/press-re...> [Twitter Post]. <https://twitter.com/JkingEU/status/1139485951082881024>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Knap, H., & Traufetter, G. (2016). Innenministerium will Abwehrzentrum gegen Falschnachrichten einrichten. Spiegel Online. <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/fake-news-bundesinnenministerium-will-abwehrzentrum-einrichten-a-1127174.html>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Marchal, N., Kollanyi, B., Neudert, L.-M., & Howard, P. (2019). Junk News During the EU Parliamentary Elections. Lessons from a Seven-Language Study of Twitter and Facebook. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/05/EU-Data-Memo.pdf>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Neuerer, D. (2017). „Verbreitung von Fake News nimmt definitiv zu“. Handelsblatt. [www.handelsblatt.com/politik/deutschland/bundestagswahl/alle-schlagzeilen/bundestagswahl-im-visier-verbreitung-von-fake-news-nimmt-definitiv-zu/20222052.html](http://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/bundestagswahl/alle-schlagzeilen/bundestagswahl-im-visier-verbreitung-von-fake-news-nimmt-definitiv-zu/20222052.html). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Peetz, K. (2019). Schwieriger Kampf gegen Fake-News. Deutschlandfunk. [https://www.deutschlandfunk.de/vor-den-europawahlen-schwieriger-kampf-gegen-fake-news.795.de.html?dram:article\\_id=441489](https://www.deutschlandfunk.de/vor-den-europawahlen-schwieriger-kampf-gegen-fake-news.795.de.html?dram:article_id=441489). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Sachs-Hombach, K., & Zywiets, B. (2018). *Fake News, Hashtags & Social Bots, Neue Methoden populistischer Propaganda*. Wiesbaden: Springer VS.
- Sängerlaub, A., Meier, M., & Rühl, W.-D. (2018). *Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017*. Stiftung Neue Verantwortung. [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv\\_faktenstattfakes.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_faktenstattfakes.pdf). Zugegriffen: 26. November 2019.



- Schaeffer, U. (2018). *Fake statt Fakt. Wie Populisten, Bots und Trolle unsere Demokratie angreifen*. München: dtv.
- Schmid, C. E., Stock, L., & Walter S. (2018). Der strategische Einsatz von Fake News zur Propaganda im Wahlkampf. In K. Sachs-Hombach & B. Zywiets (Hrsg.), *Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda* (S. 69-95). Wiesbaden: Springer VS.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer VS.
- Stern, J. (2019). Faktenfuchs: Fakes über bayerische Europawahl-Kandidaten. BR. <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/europawahl-diese-fakes-gibt-es-ueber-bayern-und-die-kandidaten,RQ4eO0r>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Timmermans, F. (2015). Opening remarks of First Vice-President Frans Timmermans at the First Annual Colloquium on Fundamental Rights. Europa.eu. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH\\_15\\_5754](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_15_5754) Zugegriffen: 26. November 2019.
- Twitter (o.J.). Prohibited Content Policies: Political Content. Twitter.com <https://business.twitter.com/en/help/ads-policies/prohibited-content-policies/political-content.html>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- White, K. (2019). The world's window into the European election conversation. Twitter.com. [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2019/world-window-EU-election-conversation.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/world-window-EU-election-conversation.html). Zugegriffen: 26. November 2019.
- Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestags (2019). Ansätze zur Regulierung von Wahlwerbung im Internet. <https://www.bundestag.de/resource/blob/656496/14a2bd7edecf8611931fdd2a19bd9876/W-D-10-018-19-pdf-data.pdf>. Zugegriffen: 26. November 2019.
- Zimmermann, F., & Kohring, M. (2018). „Fake News“ als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. In H. Wessler, P. Haffner & E. M. Rinke (Hrsg.), *Selbstbestimmung in der digitalen Welt. Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66, 391–394.

# DuEPublico

Duisburg-Essen Publications online

UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN

*Offen im Denken*

ub | universitäts  
bibliothek

Dieser Text wird via DuEPublico, dem Dokumenten- und Publikationsserver der Universität Duisburg-Essen, zur Verfügung gestellt. Die hier veröffentlichte Version der E-Publikation kann von einer eventuell ebenfalls veröffentlichten Verlagsversion abweichen.

**DOI:** 10.1007/978-3-658-29277-5\_19

**URN:** urn:nbn:de:hbz:465-20220711-140809-4

This is a post-peer-review, pre-copyedit version of: Motzkau, M. (2020). Europawahl im Fokus von Desinformationen im Netz?. In: Kaeding, M., Müller, M., Schmälter, J. (eds) *Die Europawahl 2019*. Springer VS, Wiesbaden, p. 231-239. The final authenticated version is available online at: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-29277-5\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29277-5_19).

Alle Rechte vorbehalten.