

A. EINLEITUNG.....	1
I. FRAGESTELLUNG	1
II. GANG DER UNTERSUCHUNG	4
B. BEGRIFFSERKLÄRUNG ALGORITHMEN	7
I. GRUNDLAGEN	7
II. ALGORITHMEN IN DEN SOZIAL- UND GEISTESWISSENSCHAFTEN	10
1. BEDEUTUNG FÜR DAS INTERNET.....	10
2. DAS ALGORITHMISCHE DILEMMA	11
a. Automatisierung.....	12
b. Intransparenz.....	15
3. DAS CHINESISCHE ZIMMER.....	17
III. ALGORITHMEN IN DER INFORMATIK	19
1. ABSTRAKTION ODER PARAMETRISIERBARKEIT	19
2. TERMINIERTHEIT UND FINITHEIT	19
3. DETERMINISMUS UND DETERMINIERTHEIT	20
4. ZEITAUFWAND UND SPEICHERPLATZBEDARF	21
5. ALGORITHMUS ALS ERGEBNIS VON LOGIK UND KONTROLLE	22
IV. DEFINITIONEN	23
1. DER KOMMUNIKATIONSBEGRIFF ALS GRUNDLAGE JEDLICHER KOMMUNIKATION.....	23
a. Kommunikation in der soziologischen Systemtheorie	23
b. Theorie des kommunikativen Handelns	24
c. Shannon-Weaver-Modell	24
d. Konstruktivistisches Kommunikationsmodell	25
2. DAS KOMMUNIKAT	26
3. ALGORITHMISCHE KOMMUNIKATE	27
4. DATENSYSTEM	27
5. ALGORITHMUS VS. ALGORITHMISCHES KOMMUNIKAT.....	28
6. SPEZIALFALL SCORING	28
7. BIG DATA	30
8. KÜNSTLICHE INTELLIGENZ.....	30
9. MACHINE LEARNING UND KÜNSTLICHE NEURONALE NETZWERKE.....	31
10. SUPERINTELLIGENZ UND SINGULARITÄT	33
11. FAZIT	35
V. KATEGORISIERUNG VON ALGORITHMEN	37
1. VERSTECKT ODER OFFEN.....	38

2.	IN DER INFORMATIK	39
a.	Divide-and-conquer Algorithmen	39
b.	Dynamic-Programming Algorithmen.....	39
c.	Greedy Algorithmen.....	40
d.	Fazit.....	41
3.	NACH IHRER AUFGABE ODER IHREM ANWENDUNGSGBIET	41
4.	NACH GRAD DER AUTONOMIE	44
5.	NACH GRAD DER AUTOMATISIERUNG	46
6.	NACH MEINUNGSELEMENTEN UND INPUT	47
7.	NACH BETROFFENEM RECHTSGUT.....	49
8.	FAZIT	50

C. KONKRETE BEISPIELE IN- UND AUßERHALB DER RECHTSPRECHUNG **51**

I.	GOOGLE AUTOCOMPLETE	51
1.	ARBEITSWEISE UND FUNKTION	51
2.	SACHVERHALT DES DEUTSCHEN AUTOCOMPLETE URTEILS	53
3.	ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE UND ANALYSE	55
a.	Haftungsprivilegierung als Provider.....	55
b.	Vervollständigungen als „Meinungsausßerung“	55
c.	Aussagegehalt.....	56
d.	Grundrechtskollision	59
e.	Haftung	59
f.	Haftungsumfang und Folge	60
4.	FAZIT	61
II.	AUTOCOMPLETE IN ANDEREN LÄNDERN	62
1.	HONGKONG.....	62
2.	AUSTRALIEN.....	64
3.	FRANKREICH	64
4.	ITALIEN	66
5.	FAZIT	67
III.	YELP	69
1.	SACHVERHALT	69
2.	ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE UND ANALYSE	70
3.	FAZIT	71
IV.	SCORING	72
1.	GESETZLICHE REGELUNGEN	73
2.	MEINUNG ODER TATSACHE	74

3.	DAS SCHUFA BGH-URTEIL	75
4.	FAZIT	75
V. TEXT-ERSTELLUNG DURCH COMPUTERLINGUISTIK UND LANGUAGE MODELS..		77
VI. CHATBOTS UND DIGITALE ASSISTENTEN		80
1.	MICROSOFT TAY.....	80
2.	ANDERE TWITTER- UND CHATBOTS	82
3.	FAZIT	83
<u>D. DIE BETROFFENEN RECHTSGÜTER</u>		<u>85</u>
I. DIE MEINUNGSFREIHEIT, ART. 5 ABS. 1 S. 1 GG		85
1.	GESCHICHTE UND HEUTIGE REGELUNG	86
2.	SCHUTZBEREICH	91
a.	Persönlicher Schutzbereich.....	91
b.	Sachlicher Schutzbereich	92
(i)	Meinungsfreiheit	92
(ii)	Informationsfreiheit	95
3.	SCHRANKEN.....	96
4.	GRUNDRECHTSKOLLISION UND WECHSELWIRKUNGSLEHRE	97
II. DIE PRESSEFREIHEIT, ART. 5 ABS. 1 S. 2 GG		100
III. DAS ALLGEMEINE PERSÖNLICHKEITSRECHT, ART. 2 ABS. 1 I.V.M. ART. 1		
ABS. 1 GG		101
1.	GESCHICHTE UND HEUTIGE REGELUNG	101
2.	SCHUTZBEREICH	103
a.	Persönlicher Schutzbereich.....	103
b.	Sachlicher Schutzbereich	104
(i)	Selbstentfaltung	104
(ii)	Selbstdarstellung	105
(iii)	Ehrenschutz.....	106
(iv)	Das Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Ehrenschutz.....	108
(v)	Folgen für algorithmische Kommunikate	111
3.	SCHRANKEN.....	112
IV. DAS RECHT AUF INFORMATIONELLE SELBSTBESTIMMUNG		113
V. DAS GRUNDRECHT AUF GEWÄHRLEISTUNG DER VERTRAULICHKEIT UND		
INTEGRITÄT INFORMATIONSTECHNISCHER SYSTEME		115
VI. DAS ÖFFENTLICHE INFORMATIONSINTERESSE.....		117
1.	DIE ÖFFENTLICHKEIT ALS ENTSCHEIDUNGSRELEVANTER PARAMETER	117
2.	DER ÖFFENTLICHKEITSBEGRIFF DES BVERFG	118

3.	ÖFFENTLICHKEITEN UND FRAGMENTIERUNG IM INTERNET.....	120
4.	ALGORITHMISIERTE ÖFFENTLICHKEITEN	121
5.	FAZIT	122
VII.	DIE BERUFSFREIHEIT, ART. 12 ABS. 1 GG	123
1.	GESCHICHTE UND HEUTIGE REGELUNG	123
2.	SCHUTZBEREICH	124
a.	Persönlicher Schutzbereich.....	124
b.	Sachlicher Schutzbereich	125
3.	SCHRANKEN.....	126
VIII.	FAZIT ZU DEN ABWÄGUNGSGÜTERN.....	129

E. DIE RECHTLICHE BEWERTUNG ALGORITHMISCHER KOMMUNIKATE **131**

I.	HAFTUNGSPRIVILEGIERUNGEN.....	133
1.	AKTEURSKONSTELLATION	133
2.	ARTEN DER PRIVILEGIERUNG IM TELEMEDIENGESETZ.....	136
3.	ANWENDBARKEIT AUF ALGORITHMISCHE KOMMUNIKATE	138
4.	FAZIT	140
II.	VORWERFBARES VERHALTEN.....	141
1.	TUN, DULDEN ODER UNTERLASSEN.....	141
2.	TÄTIGEN ODER VERBREITEN EINER ÄUßERUNG	143
a.	Äußerung aus rechtlicher Perspektive.....	144
b.	Äußerung als Element der Linguistik und Sprechakt-Theorie ...	145
c.	Äußerungen und „Speech-Facilitating Conduct“	147
d.	Begriff der Äußerung in der Kommunikationswissenschaft	149
e.	Fazit.....	151
III.	MEINUNG ODER TATSACHE.....	152
IV.	DEUTUNG DES AUSSAGEGEHALTS	155
1.	DER OBJEKTIVE SINN	156
2.	DER SUBJEKTIVE SINN	157
3.	MEHRDEUTIGE AUSSAGEN	158
4.	KRITIK.....	159
5.	ANWENDBARKEIT AUF ALGORITHMISCHE KOMMUNIKATE	161
a.	Auslegung nach dem durchschnittlich informierten verständigen Nutzer	161
b.	Subjektivierende Auslegung	163
c.	Auslegung nach Zielsetzung des Algorithmus.....	164
d.	Menschnahe Auslegung	165

e.	Computerspezifische Auslegung	166
f.	Technikversierte Auslegung	166
g.	Auslegung anhand Meinungselement	167
h.	Auslegung nach Automatisierungsgrad und Autonomie.....	168
i.	Vermittelnde Ansicht.....	169
6.	FAZIT	170
V.	ZURECHNUNG DER AUSSAGE.....	171
1.	MÖGLICHE ZURECHNUNGSSUBJEKTE	172
2.	DER ALGORITHMUS ALS ÄUßERNDER.....	172
3.	RECHTLICHE ARTEN DER ZURECHNUNG	173
a.	Kausalität und objektive Zurechenbarkeit.....	173
(i)	Haftungsbegründende Kausalität	174
(ii)	Haftungsausfüllende Kausalität	174
(iii)	Kumulative und alternative Kausalität.....	175
(iv)	Überholende Kausalität	176
b.	Die Störerhaftung	176
c.	Zurechnung im Strafrecht	177
d.	Polizei- und Ordnungsrecht.....	180
e.	Zueigenmachen.....	180
4.	ANWENDBARKEIT DER GRUNDSÄTZE AUF DIE MÖGLICHEN AKTEURE.....	181
a.	Programmierer.....	182
b.	Datenzulieferer	183
c.	Nutzer	184
d.	Betreiber	185
5.	FAZIT	186
VI.	ABWÄGUNGSTOPOI	187
1.	REGULÄRE ABWÄGUNGSTOPOI	188
a.	Vermutungsregel des öffentlichen Interesses	188
b.	Tatsache oder Werturteil	189
c.	Person des öffentlichen Lebens	190
d.	Recht zum Gegenschlag	191
e.	Spontanäußerung	191
f.	Ernsthaftigkeit der Äußerung.....	192
g.	Textform und Kontext	193
h.	Übertragungsmedium bzw. Grad der Institutionalisierung.....	193
i.	Kommerzielles Interesse	194
2.	ANWENDBARKEIT DER ABWÄGUNGSTOPOI AUF ALGORITHMISCHE KOMMUNIKATE	195
a.	Den Äußerungsgegner betreffend	195

b.	Den Äußernden betreffend	196
(i)	Spontanäußerungen	196
(ii)	Recht zum Gegenschlag	196
(iii)	Kommerzielles Interesse	196
(iv)	Fazit zu Topoi die den Äußernden betreffen	198
c.	Die Äußerung betreffend	198
(i)	Vermutungsregel des öffentlichen Interesses.....	198
(ii)	Tatsache oder Werturteil	199
(iii)	Textform und Kontext	200
(iv)	Ernsthaftigkeit.....	201
d.	Die Umstände der Äußerung betreffend.....	201
e.	Fazit zur Anwendbarkeit regulärer Abwägungskriterien	203
3.	SPEZIELLE TOPOI FÜR ALGORITHMISCHE KOMMUNIKATE.....	203
a.	Meinungselement und Input	204
b.	Grad der Automatisierung und Autonomie	204
c.	Anwendungsgebiet	205
d.	Verwendeter Datensatz	206
e.	Erkennbarkeit	206
4.	FAZIT ZU ABWÄGUNGSTOPOI.....	208
VII.	FAZIT ZUR RECHTLICHEN BEWERTUNG	209
F.	<u>SCHLUSSBETRACHTUNG</u>	213
G.	<u>LITERATUR.....</u>	219