

**Internetrecht und Digitale Gesellschaft**

---

**Band 26**

# **Öffentlichkeitsfahndung im Internet**

**Im Spannungsfeld zwischen Recht und Praxis**

**Von**

**Joanna Melz**



**Duncker & Humblot · Berlin**

JOANNA MELZ

## Öffentlichkeitsfahndung im Internet

# Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Herausgegeben von  
Dirk Heckmann

Band 26

# Öffentlichkeitsfahndung im Internet

Im Spannungsfeld zwischen Recht und Praxis

Von

Joanna Melz



Duncker & Humblot · Berlin

Die Juristische Fakultät  
der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)  
hat diese Arbeit im Jahr 2020  
als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in  
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten  
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten  
© 2021 Duncker & Humblot GmbH, Berlin  
Satz: TextFormA(r)t, Daniela Weiland, Göttingen  
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach  
Printed in Germany

ISSN 2363-5479  
ISBN 978-3-428-18028-8 (Print)  
ISBN 978-3-428-58028-6 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier  
entsprechend ISO 9706 ☺

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

## Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2019/2020 von der Juristischen Fakultät der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) als Dissertation angenommen.

Mein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater, Herrn Professor Dr. Dr. Uwe Scheffler, für das entgegengebrachte Vertrauen, seine stetige Unterstützung und vielfältigen Denkanstöße. Sehr verbunden bin ich Herrn Professor Dr. Michael Soiné für seine wertvollen Anregungen im Laufe der Entstehung dieser Arbeit sowie für die rasche Erstellung des Zweitgutachtens.

Danken möchte ich ferner dem Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz, dem Hessischen Ministerium der Justiz, dem Senator für Inneres der Freien Hansestadt Bremen, dem Senator für Justiz und Verfassung der Freien Hansestadt Bremen, der Staatsanwaltschaft Bremen sowie dem Landeskriminalamt Schleswig-Holstein für die Überlassung wichtiger Rechtsquellen. Mein Dank gebührt auch meinen Gesprächspartnern bei der Polizei Brandenburg, PHK Anja Resmer, Leiterin des Sachbereichs Soziale Medien, und EKHK Klaus-Peter Wich, sowie bei der Polizei Berlin, Social Media Team, insbes. KHK Monique Pilgrimm und GOK Matthias Klein, die mir einen praktischen Einblick „hinter die Kulissen“ der Internetfahndung ermöglicht haben.

Nicht zuletzt danke ich meinem Ehemann, der mir auf dem Promotionsweg unermüdlichen Beistand geleistet hat.

Ihm und meinen Eltern ist diese Arbeit gewidmet.

Frankfurt (Oder), im August 2020

*Joanna Melz*



# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	15
<i>1. Teil</i>	
<b>Genese der Internetfahndung</b>	
	21
A. Recht und Praxis im „analogen“ Zeitalter .....	21
I. Repressiver Bereich .....	21
1. § 131 StPO a.F. und Anlage B RiStBV .....	21
2. Volkszählungsurteil des BVerfG und Begründung des (Grund-)Rechts auf informationelle Selbstbestimmung .....	26
3. Gesetzgebungsarbeiten der 1980er- und frühen 1990er-Jahre .....	27
II. Präventiver Bereich .....	28
B. „Pionierzeit“ der Internetfahndung .....	31
I. Internetfahndung im Web 1.0 .....	31
II. Legislatorische Arbeiten .....	34
1. Strafprozessrecht .....	34
2. Polizeirecht .....	37
C. Erste Dekade des 21. Jahrhunderts: Ära des stationären Internets .....	37
I. Rechtliches .....	37
II. Internetfahndung in der Praxis: Die Web 1.0-Ära .....	39
D. Zweite Dekade des 21. Jahrhunderts: Akzentverschiebung .....	41
I. Entwicklung in der Praxis .....	42
1. Einsatz sozialer Netzwerke zur Internetfahndung .....	42
a) Pilotprojekt der Polizeidirektion Hannover und die Reaktion des Landes- beauftragten für den Datenschutz Niedersachsen .....	42
b) Allmählicher Einsatz sozialer Netzwerke zur Fahndung in anderen Bundes- ländern .....	45
2. App-Anwendungen für mobile Endgeräte .....	48
II. Weiterentwicklung des rechtlichen Rahmens .....	50
1. Erarbeitung neuer Regelungen in Anlage B RiStBV .....	50
2. Polizeirecht .....	52
3. Europarecht .....	53



## 2. Teil

<b>Internetfahndung im System des Strafprozessrechts und Polizeirechts</b>	<b>54</b>
A. Repressiver Bereich	54
I. Personenfahndung	55
1. Internetfahndung als Inlandsfahndung	55
2. Begriffsbestimmung der Ausschreibung	57
3. Öffentlichkeitsfahndung zur Festnahme, § 131 Abs. 3 StPO	59
a) Allgemeines	59
b) Zur Sicherung der Strafverfolgung	62
c) Zur Sicherung der Strafvollstreckung	67
4. Öffentlichkeitsfahndung zur Aufenthaltsermittlung, § 131a Abs. 3 StPO	70
a) Allgemeines	70
b) Zur Sicherung der Strafverfolgung	71
c) Zur Sicherung der Strafvollstreckung	73
d) Sachlicher Anwendungsbereich	74
e) Bedeutung in der Praxis	76
5. Öffentlichkeitsfahndung zur Aufklärung/Identitätsfeststellung, § 131b StPO	77
a) Allgemeines	77
b) Entstehungsgeschichte	79
c) Begriffsbestimmung	81
d) Identitätsfahndung	82
e) Aufklärungsfahndung	86
f) Problematische Fälle im Zusammenhang mit § 131b StPO	88
aa) Veröffentlichung von Personalien ohne Abbildung	88
bb) Abbildung von (verstorbenen) Tatopfern	89
6. Anwendungsbereich der Ermittlungsgeneralklausel, §§ 161 Abs. 1 S. 1, 163 Abs. 1 S. 2 StPO	90
a) Allgemeines	90
b) Allgemeine Zeugenaufrufe	91
c) Beschreibungen gesuchter Personen	92
d) Abbildung von verstorbenen Tatopfern bzw. Tatverdächtigen	93
e) Unterscheidung je nach gewählter Internetplattform?	94
II. Sachfahndung	95
1. Nach einer Sache	95
2. Mittels einer Sache nach Personen	97
3. Rechtsgrundlage	99

B. Präventiver Bereich	101
I. Personenfahndung	102
1. Bestehende Gefahr für eine Person	103
2. Von einer Person ausgehende Gefahr	106
3. Sonderfall: Fahndung zur Identifizierung von unbekanntem Toten	107
II. Sachfahndung	109

3. Teil

**Medien der Internetfahndung**

	111
A. Polizeiliche Internetfahndung	112
I. Web 1.0	112
1. Homepage	112
a) Allgemeines	112
b) Gestaltung	113
c) Social-Plugins	115
d) Schutzmaßnahmen	116
2. Nachrichtenplattform presseportal.de	117
3. Polizei-App	118
4. E-Mail	119
II. Web 2.0	120
1. Spezifik sozialer Medien aus der Sicht virtueller Fahnder	120
2. Übersicht über die zur Öffentlichkeitsfahndung eingesetzten sozialen Netzwerke	122
a) Facebook	122
b) Twitter	126
c) Google+	130
d) YouTube	130
e) Exkurs: Flickr	131
f) Ausblick: Instant-Messengers	132
3. Betreuung der Auftritte in sozialen Netzwerken in Bezug auf Fahndungsauftrufe	134
a) Personelle Seite – Social Media Teams	134
b) Inhalt der Betreuung im Einzelnen	135
aa) Ausgangspunkt: Verweis auf die Fahndung	136
bb) Überwachung von Kommentaren	137
(1) Besonderheiten der Kommentarfunktion	137
(2) Umgang mit problematischen Beiträgen	140

(3) Kommunikationsstil .....	144
cc) Betreuung „rund um die Uhr“ .....	146
(1) Hintergrund .....	146
(2) Umsetzung .....	147
dd) „Hinweis zur Hinweisgabe“ .....	148
ee) Information zur Fahndungsbeendigung .....	151
4. Datenschutzrechtliche Anforderungen .....	152
a) Zulässigkeit eines Social-Media-Auftritts .....	152
aa) Mitverantwortlichkeit für die Datenverarbeitung .....	152
bb) Rechtsfolge des EuGH-Urteils .....	154
cc) Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung .....	157
b) Impressum .....	160
c) Verweis auf die Homepage .....	161
aa) Link-Lösung .....	163
bb) i-frame-Lösung .....	163
cc) Praxis .....	164
dd) Problemfälle .....	165
B. Internetfahndung unter Zuhilfenahme von Massenmedien .....	167
I. Pressemeldungen mit Fahndungscharakter .....	168
II. Online-Fernsehsendungen mit Fahndungsinformationen .....	172
1. Begriffsbestimmung und Rechtslage .....	172
2. Abrufbarkeit über sog. Mediatheken .....	175
a) Fernsehfahndung .....	175
b) Fahndungssendungen .....	176
III. Internetfahndung im Rundfunk .....	180
C. Phänomen der „Privatfahndung“ .....	180
I. „Fahndung“ Privater .....	180
1. Nachahmen polizeilicher Accounts .....	180
2. Fahndungsauftritte mit Presseberichten .....	182
3. Situationsbedingte Privatfahndung .....	183
4. Rechtsfolgen .....	185
5. Gefahr für Ermittlungen .....	186
II. Sonderfall: Fahndungsaufrufe eines Strafverteidigers .....	188

## 4. Teil

<b>Vorzüge und Gefahren der Internetfahndung</b>	191
A. Vorzüge	191
I. Effektivität des Mittels Internet	191
1. Effiziente Strafverfolgung und Gefahrenabwehr	191
2. Erreichen angezielter Adressatengruppen	196
3. Entstehung eines Fahndungsdrucks	198
4. Präventive Wirkung	199
II. Bessere Kommunikation und Vertrauensaufbau im Verhältnis Bürger-Staat	199
III. Mediale Unabhängigkeit	202
B. Gefahren	204
I. Gefahr für die gesuchte Person	204
1. (Mutmaßlicher) Straftäter	204
a) Virtuelle und reale Brandmarkung	204
aa) Problemumriss	204
bb) Intensität und Plattformen	206
cc) Jugendliche	209
dd) Soziales Umfeld	210
ee) Unschuldige	211
b) „Das Internet vergisst nichts“ und eventuelle Gegenmaßnahmen	212
aa) Problemumriss	212
bb) Recht auf Vergessenwerden	215
cc) Netzwerkdurchsetzungsgesetz	217
c) Erschwerte Resozialisierung	219
2. Zeuge	220
a) Brandmarkung	220
b) Gefährdung seitens des gesuchten Tatverdächtigen	224
c) Wiederholte Traumatisierung	224
d) Suche nach Opfern von Straftaten	225
3. Präventiv Gesuchte	226
II. Gefahr für Behörden	226
1. „Überfahndung“	226
2. Warneffekt	227
3. Arbeitsaufwand	228
4. Eigenmächtige Fahndungen von Privaten	229
5. Hackerangriff	229
III. Gefahr für die Allgemeinheit	230

## 5. Teil

<b>Voraussetzungen der Internetfahndung</b>		
<b>nach Personen und ihre praktische Umsetzung</b>		231
A. Repressiver Bereich		231
I. „Ob“-Voraussetzungen		231
1. Vorfrage: Voraussetzungen für die Öffentlichkeitsfahndung generell		232
a) Straftat von erheblicher Bedeutung		232
aa) Genese des Begriffes bezogen auf die Fahndungsvorschriften		232
bb) Begriffsbestimmung		235
(1) Ausgangspunkt: Gesetzesmaterialien		236
(2) Weitere Konkretisierungen		238
cc) Praxis		242
b) Verdachtsgrad		247
c) Subsidiaritätsklausel		251
aa) Allgemeines		251
bb) Genese bezogen auf die Fahndungsvorschriften		252
cc) Begriffsbestimmung		254
dd) Kritik		256
ee) Umsetzung in der Praxis		258
ff) Besonderheiten bei der Zeugenfahndung		263
gg) Sonderfall: Subsidiaritätsklausel in Nr. 3.2 Abs. 1 S. 2 VwV-L (Anlage B RiStBV in der Länderfassung)		265
2. Im Speziellen: Einhalten des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes bzgl. der Auswahl des Mediums Internet als konkretes Fahndungsmittel		267
a) Allgemeines		267
b) Legitimer Zweck		268
c) Geeignetheit		268
d) Erforderlichkeit		269
aa) Zu berücksichtigende Faktoren		269
bb) Exkurs: Schulfahndung		274
e) Angemessenheit		276
aa) Entgegenstehende Positionen		276
bb) Besonderheiten bei der Zeugenfahndung		279
cc) Flüchtige Verurteilte		282
dd) Massenfahndungen		283
II. „Wie“-Voraussetzungen: Inhalt eines Fahndungsaufrufs		284
1. Bezeichnung		285
2. Beschreibung		287

3. Abbildung	290
a) Arten	290
b) Besonderheiten bei Abbildungen von Zeugen	294
4. Angaben zum Tatgeschehen	294
5. Ausdrücklicher Hinweis auf die Zeugenfahndung	300
6. Auswirkungen der Verhältnismäßigkeit auf den Inhalt des Fahndungsaufrufs	302
a) Abbildung und Personalien	302
b) „Spezialeffekte“ in Fahndungsvideos	306
7. Ausgesetzte Belohnung für Hinweise	307
III. Zuständigkeit und Umsetzung	312
1. Primäre Anordnungscompetenz	312
2. Subsidiäre Anordnungscompetenz	315
a) Gefahr im Verzug	316
b) Bestätigungspflicht	318
aa) Fahndung zur Festnahme	318
bb) Fahndung zur Aufenthaltsermittlung, Identitäts- und Aufklärungsfahndung	319
cc) Kritik	323
3. Inhalt der Anordnung	324
4. Umsetzung	326
a) Aufnahme der Internetfahndung	326
b) Beendigung	327
IV. Rechtsschutz	332
B. Präventiver Bereich	332
I. „Ob“-Voraussetzungen	333
1. Spezielle gesetzliche Regelung zur Öffentlichkeitsfahndung	333
a) Bestehende Gefahrenlage	333
aa) Gefahr für eine Person	333
bb) Von einer Person ausgehende Gefahr	334
(1) Annahme der bevorstehenden Begehung einer Straftat von erheblicher Bedeutung	334
(2) Sonstige Fälle	336
b) Subsidiaritätsklausel	336
c) Im Speziellen: Einhalten des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes bzgl. der Auswahl des Mediums Internet als konkretes Fahndungsmittel	339
2. Allgemeine Regelung zur Datenübermittlung an Personen oder Stellen außerhalb des öffentlichen Bereichs	339
a) Zur Erfüllung polizeilicher Aufgaben/zur Gefahrenabwehr	340

b) Erforderlich .....	341
II. „Wie“-Voraussetzungen: Inhalt des Fahndungsaufrufs .....	342
1. Personenbezogene Daten, insbesondere Abbildungen .....	342
2. Wertende Angaben über die gesuchte Person .....	344
3. Darstellung des Sachverhalts .....	345
III. Zuständigkeit und Umsetzung .....	345
 <i>6. Teil</i>  	
<b>Ausblick <i>de lege ferenda</i></b> .....	
A. Repressiver Bereich .....	347
I. Gesamtbetrachtung der geltenden Regelung .....	347
II. Änderungs-/Ergänzungsvorschläge .....	348
1. Internetfahndung .....	348
a) StPO .....	348
b) Anlage B RiStBV .....	352
2. Verstärkung des Zeugenschutzes .....	353
3. Konstruktion und Inhalt des § 131b StPO .....	353
a) Fokussierung auf inhaltliche Elemente .....	353
b) Einfacher Tatverdacht .....	354
4. Gestaltung der Anordnungskompetenzen .....	356
5. Beendigung der Maßnahme .....	359
B. Präventiver Bereich .....	360
<b>Fazit</b> .....	364
 <b>Literaturverzeichnis</b> .....	 368
<b>Sachverzeichnis</b> .....	398

## Einleitung

„Die Polizei soll den inneren Frieden wahren und insbesondere strafbare Handlungen verhüten und verfolgen. In einem Rechtsstaat kann und will sie nicht allgegenwärtig sein, um diese Aufgabe zu erfüllen. Sie bedarf vielmehr – wie kaum eine andere Institution – der Unterstützung durch die Bevölkerung.“<sup>1</sup> – Diese Überlegung von Hamacher, bezogen allgemein auf die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit, betrifft *a maiori ad minus* auch die Quintessenz der Öffentlichkeitsfahndung. Schon seit der Antike sahen die Hüter des Gesetzes die Notwendigkeit, bei der Ermittlung des Aufenthalts eines Tatverdächtigen bzw. Vermissten oder bei einer erforderlichen Personenidentifizierung auf die Mithilfe der Bevölkerung zurückzugreifen<sup>2</sup>. Diese behördliche Nachforschung nach Personen oder Sachen unter Einbeziehung der engeren oder breiteren Öffentlichkeit, die um sachdienliche Hinweise ersucht wird, also die Öffentlichkeitsfahndung<sup>3</sup>, war in Deutschland bereits im 16. Jahrhundert unter der Bezeichnung „Steckbrief“ bekannt<sup>4</sup>.

Rückblickend auf das letzte Jahrhundert bemerkt man, dass die Kontaktkanäle der Ermittlungsbehörden zur Bevölkerung immer vielfältiger wurden. Unter diesem Aspekt betrachtet kann durchaus von einem Zivilisationsprung gesprochen werden. Setzte man anfangs zur Verbreitung eines Fahndungsaufrufs über Jahrzehnte hinweg (auch bis heute) die Presse oder Aushänge an Litfaßsäulen ein<sup>5</sup>, war mit dem Anbruch der Ära des Rundfunks das Radio und seit den 1930er-Jahren das Fernsehen mit unterschiedlichen Formaten ein populäres Fahndungsmedium. Mit dem Zeitalter der „digitalen Revolution“ und Computerisierung<sup>6</sup>, vor allem durch Verbreitung des Internets, wurde in den 1990er-Jahren auch dieses neue Medium

---

<sup>1</sup> Hamacher, Kriminalistik 1968, 361.

<sup>2</sup> Zur Geschichte der Öffentlichkeitsfahndung ausführlich *Soiné*, Öffentlichkeitsfahndung, S. 27 ff.; *ders.*, Kriminalistik 1995, 361.

<sup>3</sup> Zu diesem Ansatz bzgl. des Personenkreises vgl. *Meyer-Goßner/Schmitt*, § 131 Rn. 2; *S/S/W/Satzger*, § 131 Rn. 16; *L-R/Gleiß*, § 131 Rn. 17; *Radtke/Hohmann/Kretschmer*, § 131 Rn. 6. Andere Autoren stellen auf Offenheit und Unbestimmtheit des Adressatenkreises ab, vgl. *Gerhold*, ZIS 2015, 156 (166); *Pfeiffer*, § 131 Rn. 4; *Graf/Niesler*, § 131 Rn. 5; *BeckOK/Niesler*, § 131 Rn. 5; *SK/Paeffgen*, § 131 Rn. 6; *KK/Schultheis*, § 131 Rn. 15; *KMR/Wankel*, § 131 Rn. 7. Siehe auch Nr. 5.6.1.1. und 5.6.1.2 PDV 384.1 – zielgruppengerichtete und an einen unbestimmten Teil der Bevölkerung gerichtete Öffentlichkeitsfahndung, zitiert nach *Ackermann/Clages/Roll/Clages*, IX Rn. 70.

<sup>4</sup> *Soiné*, Öffentlichkeitsfahndung, S. 58; *ders.*, Kriminalistik 1995, 361 (362). Es wird moniert, diese Bezeichnung sei angesichts der Vielfältigkeit heutiger Verbreitungsformen überholt, dazu *Soiné*, Kriminalistik 2001, 173 (174); *ders.*, in: Schriftenreihe der Polizei-Führungsakademie 1/2001, S. 128 (129); *Pfeiffer*, § 131 Rn. 2; *SK/Paeffgen*, § 131 Rn. 3a; *Gusy*<sup>10</sup>, Rn. 272.

<sup>5</sup> Zu weiteren Formen der Öffentlichkeitsfahndung siehe etwa *L-R/Gleiß*, § 131 Rn. 17.

<sup>6</sup> Dazu *Berthel*, in: Polizei im digitalen Zeitalter I, S. 5.



zur Öffentlichkeitsfahndung erprobt. War damals, als sich die Zugänglichkeit des Internets erst langsam entwickelte<sup>7</sup>, das Betreiben einer Homepage durch das BKA und Polizeibehörden ein absolutes Novum, das dem neuesten Stand der Technik entsprach, gehört es inzwischen zum polizeilichen Alltagsgeschäft. Gleichwohl war es für die Pioniere dieser Fahndungsmethode kaum voraussehbar, dass sich das Internet innerhalb der nächsten zwei Jahrzehnte zu einem unverzichtbaren, ja selbstverständlichen Bestandteil des Alltags entwickeln würde, die reale und virtuelle Welt nebeneinander existieren und teilweise ineinandergreifen<sup>8</sup>, Informationen überall und jederzeit bezogen werden können und es möglich ist, mit anderen Nutzern in einem Rund-um-die-Uhr-Kontakt zu stehen. Genauso wenig war es für die Wegbereiter der Internetfahndung in den 1990er-Jahren absehbar, dass die Regeln der zwischenmenschlichen Kommunikation ein Jahrzehnt später durch soziale Netzwerke, etwa das seit März 2008 in deutscher Sprachversion präsente Facebook, neu definiert werden würden und dass sich die Polizeibehörden diesem Trend, auch in Bezug auf den „Steckbrief 2.0“<sup>9</sup> werden anpassen müssen<sup>10</sup>.

In der Internetfahndung, die *expressis verbis* als eine der Erscheinungsformen der Öffentlichkeitsfahndung in Nr. 1.1. Abs. 2 Anl. B RiStBV genannt wird, treffen somit eine jahrhundertealte Ermittlungsmethode und eine relativ neue Technologie aufeinander. Unter dem Gesichtspunkt der Reichweite kann sie als ein in Erfüllung gegangener Traum eines jeden Ermittlers bezeichnet werden: Durch die Veröffentlichung eines Fahndungsaufrufs im World Wide Web besteht zumindest die theoretische Möglichkeit, mittlerweile neun Zehntel der Bevölkerung in Deutschland<sup>11</sup> sowie im Ausland lebende Personen<sup>12</sup> als potentielle Hinweisgeber

<sup>7</sup> Nach der ARD/ZDF Onlinestudie waren 1997 ca. 6,5 % der Deutschen (4,1 Millionen) gelegentliche Internetnutzer, vgl. *van Eimeren/Frees*, *Media Perspektiven* 2007, 362 (363).

<sup>8</sup> Eine unmittelbare Verknüpfung realer mit virtuellen Elementen war z. B. in dem 2016 herausgebrachten Video-Spiel Pokémon Go! zu beobachten, in dem die sog. Augmented-Reality-Technik eingesetzt wurde. Diese Methode wird auch im Fußballspiel bei Ziehung einer „virtuellen“ Linie für einen Freistoß verwendet.

<sup>9</sup> Begriff von *Schiffbauer*, *NJW* 2014, 1052.

<sup>10</sup> Zur Unverzichtbarkeit des Einsatzes Sozialer Netzwerke aus polizeilicher Sicht etwa *Abchlussbericht Projektgruppe Neue Medien*, S. 25; *Schmitt*, in: *Polizei im digitalen Zeitalter I*, S. 37 (49; 51); *dies.*, *Die Polizei* 2014, 153 (158); *Berthel*, in: *Polizei im digitalen Zeitalter III*, S. 207 (235); *Kahr*, in: *Polizei im digitalen Zeitalter I*, S. 133 (152).

<sup>11</sup> Laut der ARD/ZDF Onlinestudie waren 2016 83,8 % der deutschsprachigen Bewohner (58 Millionen) zumindest gelegentliche Internetnutzer, *Koch/Frees*, *Media Perspektiven* 2016, 418 (420 f.). 2017 wurde das Internet von 89,8 % der deutschsprachigen Bevölkerung zumindest selten genutzt, darunter von 72,2 % täglich, vgl. *Koch/Frees*, *Media Perspektiven* 2017, 434 (435). 2018 wurde das Internet von 90,3 % der Bevölkerung zumindest selten genutzt, darunter von 77 % täglich, *Frees/Koch*, *Media Perspektiven* 2018, 398 (399); 2019 von 90 % (63 Millionen), die Tagesreichweite betrug 71 %, *Beisch/Koch/Schäfer*, *Media Perspektiven* 2019, 374 (374, 375). In der Bevölkerungsgruppe der 14–49-Jährigen ist mittlerweile jedermann online, unter den 50–59-Jährigen 95 %, unter den 60–69-Jährigen 85 %, unter den über 70-Jährigen 58 %, *Beisch/Koch/Schäfer*, *Media Perspektiven* 2019, 374 (375). So ist das Offline-Sein heutzutage fast gleichbedeutend mit dem Ausschluss aus dem sozialen Leben.

<sup>12</sup> Ob diese Möglichkeit tatsächlich wahrgenommen wird, hängt von mehreren Faktoren ab, insbesondere von den Sprachkenntnissen der potentiellen Empfänger.

zu erreichen. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Fahndungsaufruf seinen Zweck erfüllt, also die Fahndungsinformation von der Bevölkerung aufgenommen, die Strafverfolgungsbehörden benachrichtigt<sup>13</sup> und/oder die Fahndungsinformation weitergegeben wird<sup>14</sup>, ist damit unvergleichbar größer als etwa bei der Aufhängung eines traditionellen Steckbriefes im öffentlichen Raum. Durch die rasante Verbreitung mobiler Endgeräte mit Internetzugang wie Smartphones und Tablets in der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts<sup>15</sup> kann das polizeiliche Ersuchen einen potenziellen Hinweisgeber auch unterwegs erreichen und dieser vermag darauf entsprechend schnell zu reagieren. Während in der Literatur vereinzelt die Ansicht vertreten wird, die Internetfahndung habe wegen ihrer Unkompliziertheit traditionelle Fahndungsmethoden überholt, wird diese Auffassung von der Polizei nicht ausdrücklich bestätigt<sup>16</sup>. In der Tat sind im heutigen Stadtbild traditionelle Fahndungsplakate hauptsächlich in Polizeidienststellen oder an Bahnhöfen anzutreffen, größere Verbreitung finden Fahndungsplakate nach vermissten Personen, die auch in öffentlichen Gebäuden aufgehängt werden<sup>17</sup>.

Gleichzeitig muss auf die Kehrseite der Medaille hingewiesen werden, die bereits 1875 im Laufe der Arbeiten der 47. Sitzung der Kommission an § 131 RStPO triftig erkannt wurde: Der Steckbrief sei, so die Motive zur RStPO, „die öffentlichste und schwerste Ehrenkränkung eines Unschuldigen“<sup>18</sup>. Etwa hundert Jahre später urteilte Botke vor dem Hintergrund der Fahndungssendungen im Fernsehen, durch „die ‚breitstreuende‘ Inanspruchnahme von Massenmedien zu textgetreuem Verbreiten von Steckbriefen und zu sinngemäßen Fahndungsaufrufen oder die Mitarbeit in ‚spannend‘ gestalteten Sendungen vor einem Millionenpublikum“ sei der Beschuldigte „in dissozialisierender Weise weit eher“ diffamiert, „als es Steckbriefe auf Polizeistationen, an Litfaßsäulen oder in Zeitungen konnten“<sup>19</sup>. Der Zweck der Internetfahndung ist der gleiche wie in der Sendereihe „Aktenzeichen XY ... ungelöst“, nämlich „den Bildschirm zur Verbrechensbekämpfung

---

<sup>13</sup> Wegen der Rolle der Strafverfolgungsbehörden als Rezipienten von Informationen aus der Öffentlichkeit schreibt *Valerius*, S. 30f. von einer „passiven Fahndung“, auch in Bezug auf die Internetfahndung.

<sup>14</sup> *H. Schneider*, Deutsche Polizei 1/2003, 24 (25).

<sup>15</sup> 2009 hatten 11 % der Bevölkerung in Deutschland einen solchen mobilen Internetzugang, 2012 lag die Zahl bei 23 % und stieg 2016 auf 84 %, vgl. *van Eimeren/Frees*, Media Perspektiven 2012, 362 (368); *Koch/Frees*, Media Perspektiven 2016, 418 (426).

<sup>16</sup> *Baumhöfener*, K&R 2015, 625. Die Praktiker äußerten sich gegenüber der Verfasserin vorsichtiger zu der Frage, ob die Internetfahndung inzwischen zur wichtigsten Methode der Öffentlichkeitsfahndung geworden ist (Gespräch mit dem Social Media Team der Polizei Berlin am 24.1.2017); die Internetfahndung diene als Ergänzung der traditionellen Fahndungsmethoden (Gespräch mit dem Social Media Team der Polizei Brandenburg am 15.1.2016).

<sup>17</sup> Wie 2015 das Fahndungsplakat nach dem in Potsdam vermissten sechsjährigen Elias, das auch in Frankfurt (Oder), etwa im Hauptgebäude der Universität, aufgehängt war. Wie es sich bei Ermittlungen der Kriminalpolizei herausstellte, war der Junge entführt worden und einem Tötungsdelikt zum Opfer gefallen.

<sup>18</sup> *Gneist*, in: Hahn, Erste Abtheilung, S. 694.

<sup>19</sup> *Botke*, ZStW 93 (1981), 425 (446).