

18/1630
22-11-2021



Rheinland-Pfalz

STAATSKANZLEI

Staatskanzlei Rheinland-Pfalz | Postfach 38 80 | 55028 Mainz

Präsidenten des
Landtags Rheinland-Pfalz
Herrn Hendrik Hering
Platz der Mainzer Republik 1
55116 Mainz

DER CHEF DER
STAATSKANZLEI

Peter-Altmeier-Allee 1
Eingang Deutschhausplatz
55116 Mainz
Telefon 06131 16-0
Telefax 06131 16-4771
Mail: Poststelle@stk.rlp.de
www.stk.rlp.de

22. November 2021

Mein Aktenzeichen	Ihr Schreiben vom	Ansprechpartner/-in / E-Mail	Telefon / Fax
0102-0056#2021/32 Bitte immer angeben!	8. Oktober 2021 W 8/GrA 18/1296	Dietmar Brück dietmar.brueck@stk.rlp.de	06131 16-5701 06131 16-17-5701

Große Anfrage der Fraktion FREIE WÄHLER
betr. Facebook-Werbung Ministerium für Klima, Umwelt, Energie und Mobilität
- Drucksache 18/1296 -
- Elektronische Anlage -

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

als Anlage übersende ich Ihnen die Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion FREIE WÄHLER betreffend „Facebook-Werbung Ministerium für Klima, Umwelt, Energie und Mobilität“.

Mit freundlichen Grüßen

Fabian Kirsch

18/1630
22-11-2021



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR
KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität | Postfach 31 60 | 55021 Mainz

Präsident des Landtags Rheinland-Pfalz
Herr Hendrik Hering, MdL
Platz der Mainzer Republik 1
55116 Mainz

nachrichtlich

Staatskanzlei
55116 Mainz

DIE MINISTERIN

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16-0
Poststelle@mkuem.rlp.de
<http://www.mkuem.rlp.de>

22. November 2021

Mein Aktenzeichen
MB-01 427-0/2021-13#13

Ihr Schreiben vom
Ihr Ansprechpartner/-in / E-Mail
MB2-Landtag@mkuem.rlp.de

Telefon / Fax
06131 16-5394
06131 16-175394

Antwort zur Großen Anfrage Drs. 18/1296

Facebook-Werbung Ministerium für Klima, Umwelt, Energie und Mobilität der Fraktion der Freien Wähler

Vorbemerkung:

Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität (MKUEM) Rheinland-Pfalz unterliegt als Teil der Landesregierung der staatlichen Informationspflicht. Das Mediennutzungsverhalten in der Bevölkerung hat sich grundlegend verändert und die Sozialen Medien sind Fixpunkte im Alltag vieler Menschen in Rheinland-Pfalz.

Viele Millionen Bürgerinnen und Bürger in Deutschland nutzen soziale Netzwerke und die Tendenz ist steigend. Social Media Angebote sind niedrigschwellig, dialogorientiert und ermöglichen so einen unmittelbaren Einblick in das Regierungshandeln.

1/17

Verkehrsanbindung

☺ Sie erreichen uns ab Hbf. mit den Linien 6/6A (Richtung Wiesbaden), 64 (Richtung Laubenheim), 65 (Richtung Weisenau), 68 (Richtung Hochheim), Ausstieg Haltestelle „Bauhofstraße“. ☺ Zufahrt über Kaiser-Friedrich-Str. oder Bauhofstraße.

Parkmöglichkeiten

Parkplatz am Schlossplatz
(Einfahrt Ernst-Ludwig-Straße),
Tiefgarage am Rheinufer
(Einfahrt Peter-Altmeier-Allee)



Kommunikation, auch politische Kommunikation, ist heute zunehmend digital und findet somit auch über Soziale Netzwerke statt. Sie sind Teil der Medien- sowie der Kommunikationslandschaft Deutschlands und werden von immer mehr Menschen auch zur politischen Information und Interaktion genutzt.

Das MKUEM muss sich diesem veränderten Kommunikationsverhalten anpassen, um seinem verfassungsmäßigen Auftrag zur Information der Bürgerinnen und Bürger nachzukommen.

Dies vorausgeschickt, beantworte ich die Große Anfrage Drucksache 18/1296 der Fraktion der Freien Wähler namens der Landesregierung wie folgt:

Zu Frage 1:

Um welche rund 130 Werbeanzeigen handelte es sich konkret (Bitte um Aufstellung)?

Laut Facebook Werbeanzeigenmanager hatten die folgenden 129 Anzeigen das betreffende Merkmal als eines von zahlreichen Merkmalen in der Zielgruppenauswahl.

Lfd. Nr.	Thema	Start	Ende
1	Dreckwegtag	20.09.2021	20.09.2021
2	WaldKunst Wettbewerb	20.09.2021	21.09.2021
3	Klimaneutrale Zukunft	17.09.2021	18.09.2021
4	Nationalpark Hunsrück Hochwald	16.09.2021	17.09.2021
5	#packsindiebox	14.09.2021	15.09.2021
6	RhineCleanUp	12.09.2021	15.09.2021
7	Luchstagung	11.09.2021	17.09.2021
8	Waldforum	10.09.2021	11.09.2021



9	Feldhamsterschutz	09.09.2021	10.09.2021
10	Gewässerproben	01.09.2021	02.09.2021
11	Stadtradeln	01.09.2021	01.09.2021
12	Ehrenamtstag	30.08.2021	30.08.2021
13	#Fahrradliebe	28.08.2021	28.08.2021
14	Vielfaltsgarten	27.08.2021	28.08.2021
15	Fachtagung Eisenbahnverkehr	26.08.2021	26.08.2021
16	100 Tage Bilanz	24.08.2021	24.08.2021
17	Fahrradwaschanlage	20.08.2021	20.08.2021
18	Datenschutz	12.08.2021	13.08.2021
19	Sondermessprogramm	04.08.2021	05.08.2021
20	Beratungsangebot	30.07.2021	31.07.2021
21	Weidetierprämie	30.07.2021	30.07.2021
22	Themenheft Klimawandel	29.07.2021	30.07.2021
23	Kläranlage Sinzig	22.07.2021	22.07.2021
24	Förderprogramm	22.07.2021	22.07.2021
25	Hochwasser	18.07.2021	19.07.2021
26	Hochwasser	16.07.2021	19.07.2021
27	Hochwasser	15.07.2021	16.07.2021
28	Hochwasser	15.07.2021	16.07.2021



29	Regiolis	13.07.2021	14.07.2021
30	Ökolandbau	13.07.2021	14.07.2021
31	Fledermausdetektor	11.07.2021	12.07.2021
32	Schäferei	09.07.2021	09.07.2021
33	Bienwald	07.07.2021	08.07.2021
34	EU-Plastikgeschirr-Verbot	03.07.2021	03.07.2021
35	#FürmehrTierschutz	30.06.2021	01.07.2021
36	#yayforKlimaschutzRLP	26.06.2021	27.06.2021
37	Klimaschutzgesetz	25.06.2021	26.06.2021
38	Apollo	22.06.2021	23.06.2021
39	Energiewende Studie	18.06.2021	19.06.2021
40	Stadtradeln	11.06.2021	13.06.2021
41	Badeseen	10.06.2021	11.06.2021
42	Staatssekretär	08.06.2021	09.06.2021
43	Weltumwelttag	05.06.2021	05.06.2021
44	Westwall	01.06.2021	02.06.2021
45	Staatssekretärin	28.05.2021	29.05.2021
46	Klimaschutzministerin	20.05.2021	21.05.2021
47	Lebensmittelbriefe	17.05.2021	19.05.2021
48	UMK	21.04.2021	22.04.2021



49	Ökobetriebe	16.04.2021	18.04.2021
50	RLP isst besser: Frühstücksbrötchen	12.04.2021	14.04.2021
51	RLP isst besser- Zucchini-Schiffchen	25.03.2021	28.03.2021
52	WasserWissensWerk	22.03.2021	24.03.2021
53	20210316 Klimaschutz SP	16.03.2021	18.03.2021
54	Mobilställe	15.03.2021	17.03.2021
55	Furoshiki	22.12.2020	23.12.2020
56	Klimaschutzkonzept	16.12.2020	18.12.2020
57	5 Sterne PowerFrühstück	09.12.2020	11.12.2020
58	Waldzustandsbericht2020	02.12.2020	04.12.2020
59	Klimaschutzkongress2020	20.11.2020	22.11.2020
60	Jugendklimaforum 2020	12.11.2020	13.11.2020
61	SP Indikatorenbericht	04.11.2020	08.11.2020
62	Gewinner Hauptwettbewerb Plastik 4.0	30.10.2020	04.11.2020
63	SavetheDate #jkfrlp2020	08.10.2020	10.10.2020
64	Interesse an Klimaschutz...	mehrfach	geschaltet
65	#ichgebsweiter Clip	29.09.2020	09.10.2020
66	Fair-Teiler-Führungen	24.09.2020	26.09.2020
67	Dürre	27.08.2020	28.08.2020
68	Ökoaktionstage	24.08.2020	27.08.2020



69	#Herdenschutzhunde	21.08.2020	24.08.2020
70	#Verkehrswende	18.08.2020	21.08.2020
71	Wissen rund um den Hund	05.08.2020	07.08.2020
72	EU-Plastikverbot...	30.07.2020	01.08.2020
73	#UmweltSchutzimAlltag	22.07.2020	24.07.2020
74	#tbt Schön war's! Artenschutz-Inspirationen	16.07.2020	21.07.2020
75	Blühflächen anlegen	10.07.2020	14.07.2020
76	Garten der Schmetterlinge	10.07.2020	13.07.2020
77	Hoffnung pflanzen	02.07.2020	06.07.2020
78	Weltklimakonferenz	05.12.2019	08.12.2019
79	Waldzustandsbericht	05.12.2019	10.12.2019
80	#WettbewerbPlastik4.0	03.12.2019	11.12.2019
81	Jugendklimaforum	01.11.2019	04.11.2019
82	Müll nicht rum!	15.10.2019	22.10.2019
83	AKW	16.08.2019	18.08.2019
84	Klimaschutzkonzept	15.08.2019	03.09.2019
85	AKW Mülheim-Kärlich	09.08.2019	11.08.2019
86	Erdüberlastungstag	29.07.2019	31.07.2019
87	Luchsnachwuchs	18.07.2019	22.07.2019



88	#becherbonus	16.05.2019	20.05.2019
89	Becherbonus	13.05.2019	16.05.2019
90	UMK	10.05.2019	12.05.2019
91	Aktion Grün	17.04.2019	19.04.2019
92	Pflanztauschbörse	14.04.2019	16.04.2019
93	Balkonkasten bepflanzt	10.04.2019	11.04.2019
94	Artenvielfalt	01.04.2019	03.04.2019
95	Aktion Grün	29.03.2019	01.04.2019
96	Maria Laach - Auftakt	27.03.2019	01.04.2019
97	Luchs Libre ist frei.	08.03.2019	09.03.2019
98	Tag der Artenvielfalt	03.03.2019	04.03.2019
99	Abriss des Kühlturms	20.02.2019	21.02.2019
100	Fridays For Future	15.02.2019	17.02.2019
101	Luchsweibchen	06.02.2019	07.02.2019
102	Frohe Weihnachten	24.12.2018	26.12.2018
103	Frohe Weihnachten	23.12.2018	26.12.2018
104	Plastik	19.12.2018	20.12.2018
105	Weltklimakonferenz	16.12.2018	17.12.2018
106	Klimaschutz COP24	12.12.2018	13.12.2018
107	Ab in die Freiheit! Jungaale	10.12.2018	11.12.2018



108	Ab in die Freiheit! Jungaale	10.12.2018	11.12.2018
109	Becherbonus	19.11.2018	20.11.2018
110	Weltdiabetes	14.11.2018	15.11.2018
111	Halbzeitbilanz	07.11.2018	08.11.2018
112	Was bedeutet die Energiewende?	06.11.2018	07.11.2018
113	Energiewende jetzt!	06.11.2018	07.11.2018
114	Klimaschutzkonferenz	02.11.2018	03.11.2018
115	Wald erhalten	26.10.2018	27.10.2018
116	WeltEiTag	12.10.2018	13.10.2018
117	Jahresdurchschnittstemperatur	08.10.2018	09.10.2018
118	Welttierschutztag	04.10.2018	05.10.2018
119	#Dieselgipfel	28.09.2018	02.10.2018
120	Bekanntheit	25.09.2018	30.09.2018
121	Interesse an Umwelt...	mehrfach	geschaltet
122	Kinder-Klimaschutzkonferenz	24.09.2018	25.09.2018
123	Im Pfälzerwald geborene Luchse	23.09.2018	25.09.2018
124	Clean River	19.09.2018	21.09.2018
125	Rhine Cleanup	14.09.2018	15.09.2018
126	Luchs Alfi	13.09.2018	14.09.2018
127	Ich bin dabei - 100% Klimaschutz	12.09.2018	13.09.2018



128	Luch Wrano	11.09.2018	12.09.2018
129	#riseforclimate	08.09.2018	09.09.2018

Zu Frage 2:

Welche dieser Anzeigen wurden im Briefwahlzeitraum einer Wahl geschaltet?

Das Klimaschutzministerium hat sich in den betreffenden Zeiträumen an den maßgeblichen Vorgaben zur Öffentlichkeitsarbeit in Vorwahlzeiten orientiert. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil aus dem Jahr 1977 grundlegende Ausführungen zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung vor Bundestagswahlen gemacht. Das Gericht hatte zu entscheiden, ob die Öffentlichkeitsarbeit der damaligen Bundesregierung kurz vor den Bundestagswahlen von 1976 verfassungswidrig war. Es stellte in seiner Entscheidung (Urteil vom 2. März 1977, 2 BvE 1/76) zunächst fest, dass die Öffentlichkeitsarbeit von Staatsorganen notwendig sei, jedoch nicht in Wahlkampfwerbung übergehen dürfe. So darf die Öffentlichkeitsarbeit zum einen nicht plakativ werben. Zum anderen sind die Staatsorgane in zeitlicher Hinsicht zu äußerster Zurückhaltung kurz vor dem Wahltermin angehalten. Wesentliche Differenzierungen ergeben sich bei der Konstellation einer bevorstehenden Bundestagswahl und der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung. In 2006 hatte der Verfassungsgerichtshof Rheinland-Pfalz zu entscheiden, ob eine Öffentlichkeitsveranstaltung der Landesregierung kurz vor der Bundestagswahl sich als zulässige Öffentlichkeitsarbeit oder unzulässige Wahlwerbung darstellte.

Nach der Entscheidung des VGH gilt das Gebot äußerster Zurückhaltung, wonach in der entscheidenden Phase des Wahlkampfes die Öffentlichkeitsarbeit in Form von Leistungs- oder Erfolgsberichten verboten ist, nur bedingt. Denn es handelt sich nicht um die Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung im Vorfeld einer Landtagswahl, sondern einer Bundestagswahl, bei der die Wählerinnen und Wähler kein Votum zur Politik der Landesregierung abgeben.

Zudem wurden in den oben genannten Posts weder Parteien genannt noch auf deren Arbeit oder Programmatik hingewiesen. Informationen über Umwelt und



Klima(schutz) entsprechen vielmehr den originären Zuständigkeitsbereich eines Umwelt- und Klimaschutzministeriums. Den geposteten Inhalten ist daher keine einseitige Parteinahme für oder gegen einzelne politische Strömungen zu entnehmen. Vielmehr stand bei den Anzeigen – entsprechend den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts – der informative Charakter des Publizierten im Vordergrund.

Dies vorausgeschickt ergibt sich folgende Lage:

In der Facebook-Werbebibliothek sind die Details zu den geschalteten Anzeigen ab Mai 2019 einsehbar. Das Umweltministerium Rheinland-Pfalz hat vom 24.12.2020 bis einschließlich 14.03.2021 keine Anzeigen auf Facebook geschaltet. Im Briefwahlzeitraum der Landtagswahl Rheinland-Pfalz wurden somit keine Anzeigen geschaltet. Im Briefwahlzeitraum vor den Kommunalwahlen Rheinland-Pfalz und der Europawahl, die jeweils am 26. Mai 2019 stattfanden wurden laut Werbeanzeigenmanager 6 der betreffenden Anzeigen geschaltet. Hierbei handelt es sich um die Ziffern 88 bis 92 und 64 der Tabelle in der Antwort auf Frage 1. Im Briefwahlzeitraum der Bundestagswahl am 26. September 2021 wurden laut Werbeanzeigenmanager 18 der betreffenden Anzeigen geschaltet. Hierbei handelt es sich um die Ziffern 1 bis 17 und 64 der Tabelle in der Antwort auf Frage 1.

Zu Frage 3: *Welche Zielgruppen wurden konkret mit den Werbeanzeigen angesprochen/welche Zielgruppenmerkmale wurden sonst noch angewählt (Bitte um Aufstellung)?*

Zu Frage 4: *Wie und durch wen wurden die Zielgruppen für die Facebookwerbung ausgewählt?*

Zu Frage 5: *Wer hat die Zielgruppeneinstellungen vorgenommen?*

Zu Frage 7: *Welche Abteilung(en) und Personen hatten von den Vorgängen Kenntnis und/oder waren involviert?*



Die Fragen 3, 4, 5 und 7 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet:

Im Jahr 2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendefinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Um Nutzerinnen und Nutzer zielgerichtet und effizient mit den Social Media-Maßnahmen zu erreichen, wurden Zielgruppen ausgewählt, bei denen ein größeres Interesse an umweltpolitischen Themen vermutet wurde. Es wurden Merkmale, wie etwa Naturschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt, Bienen, Zero Waste, Regionale Lebensmittel und Ökologische Landwirtschaft in die Zielgruppendefinition aufgenommen, um Inhalte des Umweltministeriums für Userinnen und User vermehrt sichtbar zu machen, die sich für diese und ähnliche Inhalte und Themen interessieren. Dies ist gängige Praxis bei der Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook.

Die genannte Überarbeitung führte auf Mitarbeiterebene innerhalb der für die Facebook-Seite zuständigen Pressestelle des Umweltministeriums auch zur Aufnahme des Zielgruppenmerkmals „Nutzerinnen und Nutzer, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für ‚Bündnis 90/Die Grünen‘ interessieren“, welches eines von zahlreichen Merkmalen war.

Zu Frage 6: Wurden die Zielgruppeneinstellungen von der Ministerin abgezeichnet?

Zu Frage 17: Hatte Umweltministerin Anne Spiegel und/oder ihr Mitarbeiterstab Kenntnis von den Methoden der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums?

Die Fragen, 6, und 17 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet:

Die Hausspitze des Klimaschutzministeriums hatte von diesem Verfahren keine Kenntnis. Sie hat das entsprechende Zielgruppenmerkmal nach dem Hinweis der Redaktion des ZDF Magazin Royale sofort entfernen lassen und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.



Zu Frage 8:

Ist die vom SWR angenommene Summe von 9400 € für auf potentielle Grünen-Wählerausgerichtete Facebook-Werbeausgaben korrekt, wenn nein, wie hoch war die Summe?

Die in der Antwort auf Frage 1 aufgeführten 129 Anzeigen haben laut Werbeanzeigenmanager insgesamt 9447,39 Euro netto gekostet.

Zu Frage 9:

Aus welcher Haushaltsposition des Ministeriums wurden die Werbemittel freigegeben?

Kapitel 1401 Titel 53102.

Zu Frage 10:

Wurden die beworbenen Facebook-Posts gezielt für die Zielgruppe „Interessiert an der Partei Bündnis90/Die Grünen“ verfasst und/oder angepasst?

Nein, die Facebook-Beiträge beinhalteten Themen im Zuständigkeitsbereich des Umweltministeriums und wurden zur Information aller Bürgerinnen und Bürger in Rheinland-Pfalz verfasst.

Zu Frage 11:

Gab es eine zeitliche Begrenzung um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen?

Eine zeitliche Begrenzung erfolgte gegebenenfalls inhaltsbezogen, beispielsweise bei Veranstaltungsankündigungen im Vorfeld der jeweiligen Veranstaltung.

Zu Frage 12:



Sind Vorgaben für die Werbung zu unterschiedlichen Tageszeiten vorgenommen worden, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen?

Eine tageszeitliche Begrenzung, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen, erfolgte nicht.

Zu Frage 13:

Gab es noch weitere Detaillierungen im Zielgruppen-Targeting, wenn ja, welche?

Für den Themenkomplex Ernährung wurden beispielsweise Merkmale wie Regionale Lebensmittel, Gesunde Ernährung, Nachhaltigkeit, Bauernmarkt, Organic product und Ethical consumerism aufgenommen.

Für den Themenkomplex Energie wurden beispielsweise Merkmale wie Klimaschutz, Erneuerbare Energien, Energieeinsparung, Energieeffizienz, Sonnenenergie, Elektrizität, Photovoltaik und Nachhaltige Energie aufgenommen.

Für den Themenkomplex Müllvermeidung wurden beispielsweise Merkmale wie Zero Waste, Verwertung von Kunststoffabfällen, Plastik oder Plastic Pollution, Gewässerverschmutzung, Recycling, Upcycling, Umweltverschmutzung, Plastikmüll in den Ozeanen und Mülltrennung aufgenommen.

Für den Themenkomplex Artenvielfalt wurden beispielsweise Merkmale wie Umweltschutz, Naturschutz, Bienen, Bienenstock, Bestäubung und Biodiversität aufgenommen.

Zu Frage 14:

Hat man zusätzliche Verteiler erstellt über die Onboardtools von Facebook hinaus?

Auf Facebook wurden keine zusätzlichen Verteiler über die Onboardtools von Facebook hinaus erstellt.



Zu Frage 15:

Ist der Facebook-Pixel des Ministeriums bei den Werbeanzeigen verwendet worden?

Ein Facebook Pixel wurde nicht eingerichtet.

Zu Frage 16:

Fand diese Praxis bereits vor dem im SWR-Artikel genannten Zeitraum von drei Jahren statt?

Im Jahr 2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendifinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Dabei wurde auf Mitarbeiterebene auch das in Rede stehende Zielgruppenmerkmal aufgenommen.

Nach dem Hinweis der Redaktion des ZDF Magazin Royale hat das MKUEM auch die Zielgruppendifinitionen von Anzeigen im Facebook Werbeanzeigenmanager überprüft, die vor dieser Überarbeitung geschaltet worden waren. Das in Rede stehende Zielgruppenmerkmal wurde in keinem der überprüften Beiträge verwendet.

Zu Frage 18:

Ist erst nach Bekanntwerden der Praxis durch Jan Böhmermann Ende September 2021 die Werbestrategie hinterfragt worden?

Ja, soweit dies die konkrete Ausgestaltung der Zielgruppeneinstellungen betrifft. Das Klimaschutzministerium schaltet aktuell keine Anzeigen mehr auf Facebook.

Die Auswahl und Gestaltung von Inhalten für die Information der Bevölkerung über soziale Medien unterliegt einer ständigen Überprüfung innerhalb der Redaktionsplanung.



Zu Frage 19: *Ist angedacht, weiterhin auf die Praxis des Microtargetings zurückzugreifen, und wenn ja, aus welchen Gründen?*

Das Klimaschutzministerium lässt die aktuellen Vorwürfe prüfen. Ein interdisziplinäres Team im Klimaschutzministerium stellt zudem die gesamte Social-Media-Strategie auf den Prüfstand. Dieses Team wird auch einen Vorschlag erarbeiten, wie das Klimaschutzministerium künftig mit dem Thema Microtargeting umgeht.

Zu Frage 20: *Wurde auch auf anderen Social-Media-Plattformen zielgruppenorientiert geworben, wenn ja auf welchen?*

Zu Frage 21: *Wenn ja, wurden hier ebenfalls mittels Microtargeting potentielle Grünen-Wähler gezielt angesprochen?*

Zu Frage 22: *Wenn ja, in welchem Umfang und Zeitraum hat dies stattgefunden?*

Die Fragen 20, 21 und 22 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Auf Twitter wurden keine Anzeigen geschaltet. Das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz hat keinen Instagram-Account. Ein Teil der in der Antwort auf Frage 1 aufgeführten Anzeigen wurde über Facebook auch auf Instagram ausgespielt.

Zu Frage 23:

Haben auch andere Ministerien/die Staatskanzlei Microtargeting bei Werbeanzeigen verwendet?

Das Ministerium des Innern und für Sport, das Ministerium der Finanzen, das Ministerium der Justiz, das Ministerium für Familie, Frauen, Kultur und Integration und das Ministerium für Bildung haben keine Anzeigen auf Social Media Plattformen geschaltet.

Die Staatskanzlei, das Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung (bis 18. Mai 2021: Ministerium für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demografie),



das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau und das Ministerium für Wissenschaft und Gesundheit haben Anzeigen mit Microtargeting auf Social Media geschaltet.

Zu Frage 24:

Wenn ja, wurden hierbei ebenfalls gezielt bestimmte politische Interessen angesprochen?

Nein.

Zu Frage 25:

Wenn ja, in welchem Umfang und Zeitraum und auf welchen Plattformen ist dies geschehen?

Da die Frage 24 mit Nein beantwortet wurde, entfällt Frage 25.

Zu Frage 26:

Aus welchen Gründen hat das Umweltministerium Stand 8.10.2021 keine offizielle Stellungnahme zu diesem Sachverhalt auf seinen Seiten (Facebook, Internetseite) veröffentlicht?

Das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz hat am 08.10.2021 eine Pressemitteilung mit einer Stellungnahme zu besagtem Sachverhalt versendet sowie online gestellt. Die Pressemitteilung ist unter der folgenden Adresse abrufbar:
https://mkuem.rlp.de/de/presse-meldungen/detail/news/News/detail/zielgruppenauswahl-bei-facebook-war-ein-fehler/?no_cache=1&cHash=4709554f127bba93315625bbbb610897



Zu Frage 27: *Sieht die Landesregierung in der streitgegenständlichen Microtargeting-Praxis des Umweltministeriums einen Verstoß gegen das Neutralitätsgebot?*

Die in der Antwort zu Frage 19 erwähnte Prüfung dauert noch an.

Zu Frage 28:

Sieht die Landesregierung in der streitgegenständlichen Microtargeting-Praxis des Umweltministeriums einen Fall der illegalen Parteienfinanzierung?

Die Facebook-Beiträge beinhalteten keine Werbung für Parteien, sondern Inhalte und Themen im Zuständigkeitsbereich des Umweltministeriums.

Zu Frage 29:

Das MKUEM prüft, wie in der Antwort auf Frage 19 beschrieben, seine Social-Media-Strategie. Weitere Konsequenzen sind aus Sicht der Landesregierung derzeit nicht angezeigt.

In Vertretung

Dr. Erwin Manz
(Staatssekretär)