

Antrag

der Fraktionen von CDU und FREIE WÄHLER

Gutachtliche Prüfung der Facebook-Werbepaxis des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität Rheinland-Pfalz, vormalig bezeichnet als Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten durch den Landesrechnungshof

Der Landtag ersucht gemäß § 88 Absatz 3 Landeshaushaltsordnung den Rechnungshof Rheinland-Pfalz, sich gutachtlich zur Werbepaxis des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität Rheinland-Pfalz, vormalig bezeichnet als Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten, der letzten 5 Jahre insbesondere hinsichtlich der Abgrenzung zwischen legitimer Information der Öffentlichkeit und darüber hinaus gehender Sympathie-/Parteienwerbung, zu äußern.

Schwerpunktmäßig möge der Landesrechnungshof dabei auf folgende Fragen eingehen:

- Waren die in sozialen Netzwerken wie Facebook geschalteten Werbeanzeigen des Ministeriums innerhalb einer Zeitperiode der letzten 5 Jahre von einem allgemeinen Informationsinteresse gedeckt oder sollten damit bestimmte Wählergruppen angesprochen werden?
- Handelte es sich um allgemeine Informationen oder wurde sog. Sympathie- bzw. Parteienwerbung betrieben?
- Bei welchen Postings wurde diese Schwelle überschritten und wie hoch war der dafür eingesetzte Betrag zu Lasten der Steuerzahlerinnen und Steuerzahler?
- Ob und wenn ja unter welchen Bedingungen Facebookwerbung mittels „Microtargeting“ zulässig war?

Begründung:

Durch die Fernsehsendung „ZDF Magazin Royale“ wurde die Werbepaxis des Ministeriums im September 2021 erstmals thematisiert. Laut Bericht hat das Klimaschutzministerium Facebook-Werbung auf Steuerzahlerkosten so geschaltet, dass diese unter anderem vermehrt einer grünen Zielgruppe angezeigt wurde - also Nutzern, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für die Partei „Die Grünen“ interessieren – was eine Parteiwerbung auf Steuerzahlerkosten darstellen könnte. Es geht ferner um ‚emotionale Posts‘, die auch die damalige Ministerin Spiegel in gutem Licht dastehen ließen und einen Fall von sogenannter Sympathiewerbung im Sinne der Person darstellen könnten.

SWR-Recherchen haben zusätzlich ergeben, dass dies drei Jahre (seit 2018) lang gängige Praxis gewesen sein soll. Das könnte darauf hindeuten, dass die mutmaßlich rechtswidrige Werbepaxis in die Amtszeit der früheren Umweltministerin Höfken zurückreicht und von ihrer Nachfolgerin über Monate fortgeführt wurde.

Durch die Überprüfung soll eine mögliche Überschreitung der geltenden Vorschriften qualitativ wie quantitativ ausgewertet werden.

Für die Fraktionen: Martin Brandl, CDU

Stephan Wefelscheid, FREIE WÄHLER