



ELEKTRONISCHER BRIEF

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

08.11.2021

Mein Aktenzeichen	Ihr Schreiben vom	Ansprechpartner/-in / E-Mail	Telefon/Fax
MB-02 05/2021-7#9 Referat MB3	06.10.2021	Frau Josephine Keller josephine.keller@mkuem.rlp.de	06131 16-4645 06131 16-174645

Antwort Anfrage Social Media

Sehr geehrter 

unter Bezugnahme auf Ihre Anfrage nach dem Landestransparenzgesetz Rheinland-Pfalz (LTranspG) per E-Mail vom 06.10.2021 das Targeting bei Facebook betreffend, teile ich Ihnen mit, dass Ihrer Anfrage stattgegeben wird. Im Anhang sende ich Ihnen die angeforderten Unterlagen.

Der Bescheid ergeht kostenfrei.

Gegen diesen Bescheid kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe Widerspruch erhoben werden.

Dieser ist beim Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität, 55116 Mainz, einzulegen.

Der Widerspruch kann schriftlich, in elektronischer Form oder zur Niederschrift erhoben werden.

Die elektronische Form wird durch E-Mail mit qualifizierter elektronischer Signatur gewährt, die an folgende Adresse zu richten ist mkuem@poststelle.rlp.de. Eine Anleitung, wie sie diese qualifizierte elektronische Signatur nutzen können, finden Sie unter <https://mdi.rlp.de/de/service/kontakt/virtuelle-poststelle/>.

Wenn Sie sich in Ihrem Recht auf Informationszugang nach dem Landestransparenzgesetz als verletzt ansehen, können Sie sich an den Informationsfreiheitsbeauftragten des Landes Rheinland-Pfalz wenden.

Kontaktdaten:

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz,
Postfach 30 40, 55020 Mainz
www.datenschutz.rlp.de

1/2

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-Altmeyer-Allee)



Bitte beachten Sie, dass die Anrufung der oder des Landesbeauftragten keine aufschiebende Wirkung gegenüber dem Widerspruchsbescheid hat.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag
Josephine Keller



ELEKTRONISCHER BRIEF

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

27.10.2021

Mein Aktenzeichen	Ihr Schreiben vom	Ansprechpartner/-in / E-Mail	Telefon/Fax
101-99 651/2021-3#3 Referat MB 3		Josephine Keller presse@mkuem.rlp.de	06131 16-4645 06131 16-174645

Anfrage Social Media Anzeigen

Sehr geehrte [REDACTED]

unter Bezugnahme auf Ihre Anfrage nach dem Landestransparenzgesetz Rheinland-Pfalz (LTranspG) per E-Mail vom 26.09.2021 betreffend Social Media Anzeigen unseres Hauses, teile ich Ihnen mit, dass die von Ihnen gewünschte Auskunft erteilt wird.

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 der meisten Menschen in Deutschland. Viele Millionen Bürgerinnen und Bürger in Deutschland nutzen soziale Netzwerke. Kommunikation, auch politische Kommunikation, ist heute zunehmend digital und findet somit auch über Soziale Netzwerke statt.

1/4

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)



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

Die in dieser Legislaturperiode vom Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz auf Facebook geschalteten Anzeigen sind in der Facebook Werbebibliothek öffentlich einsehbar und haben laut Facebook Webeanzeigenmanager bisher 3383,59 Euro netto gekostet.

2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendefinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Es wurden Merkmale, wie etwa Naturschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt, Bienen, Zero Waste, Regionale Lebensmittel oder Ökologische Landwirtschaft aufgenommen, um Inhalte des Umweltministeriums für Nutzerinnen und Nutzer vermehrt sichtbar zu machen, die sich für diese und ähnliche Inhalte und Themen interessieren. Dies ist gängige Praxis bei der Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook.

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. Dies führte auf Mitarbeiterebene 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. Eine solche Zielgruppenauswahl ist falsch und inakzeptabel.

Bis auf eine Ausnahme ist diese Zielgruppenauswahl in dieser Legislaturperiode bei allen Anzeigen verwendet worden. Die neue Hausspitze des Klimaschutzministeriums hatte von diesem Verfahren keine Kenntnis und hat es nach dem Hinweis der Redaktion ZDF Magazin Royale daher und aus Gründen der Neutralität sofort



entfernen lassen und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Der Bescheid ergeht kostenfrei.

Gegen diesen Bescheid kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe Widerspruch erhoben werden.

Dieser ist beim Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität, 55116 Mainz, einzulegen.

Der Widerspruch kann schriftlich, in elektronischer Form oder zur Niederschrift erhoben werden.

Die elektronische Form wird durch E-Mail mit qualifizierter elektronischer Signatur gewahrt, die an folgende Adresse zu richten ist mkuem@poststelle.rlp.de. Eine Anleitung, wie sie diese qualifizierte elektronische Signatur nutzen können, finden Sie unter <https://mdi.rlp.de/de/service/kontakt/virtuelle-poststelle/>.

Wenn Sie sich in Ihrem Recht auf Informationszugang nach dem Landestransparenzgesetz als verletzt ansehen, können Sie sich an den Informationsfreiheitsbeauftragten des Landes Rheinland-Pfalz wenden.

Kontaktdaten:

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz, Postfach 30 40, 55020 Mainz

www.datenschutz.rlp.de

Bitte beachten Sie, dass die Anrufung der oder des Landesbeauftragten keine aufschiebende Wirkung gegenüber dem Widerspruchsbescheid hat.



Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

Josephine Keller

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Groos, Anna (MKUEM)
Gesendet: Dienstag, 2. November 2021 13:33
An: Keller, Josephine (MKUEM)
Betreff: WG: Targeting im Wahlkampf bzgl. Böhmermann-Recherche [#230638]

Kategorien: Rote Kategorie

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: Poststelle (MKUEM) <Poststelle@mkuem.rlp.de>
Gesendet: Mittwoch, 6. Oktober 2021 15:05
An: MB3 (MKUEM) <mb3@mkuem.rlp.de>
Betreff: WG: Targeting im Wahlkampf bzgl. Böhmermann-Recherche [#230638]

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: [REDACTED]
Gesendet: Mittwoch, 6. Oktober 2021 12:15
An: Poststelle (MKUEM) <Poststelle@mkuem.rlp.de>
Betreff: Targeting im Wahlkampf bzgl. Böhmermann-Recherche [#230638]

Antrag nach dem LTranspG, VIG

Sehr geehrte Damen und Herren,

bitte senden Sie mir Folgendes zu:

Jegliche Kommunikation wie E-Mails und Notizen sowie (interne) Schriftsätze zu den Vorgängen und Konsequenzen wegen Targeting im Wahlkampf bzgl. der Böhmermann-Recherche, wie nachzulesen bei Horizont (<https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/nach-kritik-von-jan-boehmermann-arbeitsministerium-trennt-sich-wegen-spd-targetingvonwerbedienstleister-194904>)

Dies ist ein Antrag auf Auskunft bzw. Einsicht nach § 2 Abs. 2 Landestransparenzgesetz (LTranspG) bzw. nach § 2 Abs. 1 des Gesetzes zur Verbesserung der gesundheitsbezogenen Verbraucherinformation (VIG), soweit Verbraucherinformationen nach § 2 Abs. 1 VIG betroffen sind.

Sollte diese Anfrage wider Erwarten keine einfache Anfrage sein, bitte ich Sie darum, mich vorab über den voraussichtlichen Verwaltungsaufwand sowie die voraussichtlichen Kosten für die Akteneinsicht bzw. Aktenauskunft zu informieren. Soweit Verbraucherinformationen betroffen sind, bitte ich Sie zu prüfen, ob Sie mir die erbetene Akteneinsicht bzw. Aktenauskunft nach § 7 Abs. 1 Satz 2 VIG auf elektronischem Wege kostenfrei gewähren können.

Mit Verweis auf § 12 Abs. 3 Satz 1 LTranspG möchte ich Sie bitten, unverzüglich über den Antrag zu entscheiden. Soweit Umwelt- oder Verbraucherinformationen betroffen sind, verweise ich auf § 12 Abs. 3 Satz 2 Nr. 2 LTranspG bzw. § 5 Abs. 2 VIG und bitte Sie, mir die erbetenen Informationen baldmöglichst, spätestens bis zum Ablauf eines Monats nach Antragszugang zugänglich zu machen.

Sollten Sie für diesen Antrag nicht zuständig sein, bitte ich Sie, ihn an die zuständige Behörde weiterzuleiten und mich darüber zu unterrichten. Ich widerspreche ausdrücklich der Weitergabe meiner Daten an Dritte.

Ich bitte Sie um eine Antwort in elektronischer Form (E-Mail) und möchte Sie um eine Empfangsbestätigung bitten. Vielen Dank für Ihre Mühe!

Mit freundlichen Grüßen



Laden Sie große Dateien zu dieser Anfrage hier hoch:
<https://fragdenstaat.de/anfrage/230638/upload/aae2995f599e2c32f52823cf3263c1f10a077be6/>

--

Rechtshinweis: Diese E-Mail wurde über den Webservice fragdenstaat.de versendet. Antworten werden ggf. im Auftrag der Antragstellenden auf dem Internet-Portal veröffentlicht. Falls Sie Fragen dazu haben oder eine Idee, was für eine Anfrage bei Ihnen im Haus notwendig wäre, besuchen Sie:
<https://fragdenstaat.de/fuer-behoerden/>

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Keller, Josephine (MKUEM)
Gesendet: Dienstag, 5. Oktober 2021 14:58
An: [REDACTED]
Cc: Presse (MKUEM)
Betreff: AW: dpa-Anfrage Böhmermann/FB-Werbung

Kennzeichnung: Zur Nachverfolgung
Kennzeichnungsstatus: Gekennzeichnet

Liebe Frau [REDACTED]

hier die Antwort aus dem Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz auf Ihre Anfrage:

Microtargeting auf Facebook ist ein gängiges Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Der besagte Beitrag zu Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität in Rheinland-Pfalz wurde so auf Facebook unter anderem auch Nutzerinnen und Nutzern vermehrt angezeigt, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für „Grüne“ interessieren. Die Kritik an dieser Praxis ist berechtigt. Daher haben wir sie nach dem Hinweis sofort abgestellt und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Parteienwerbung hat nicht stattgefunden. Der Facebook-Beitrag beinhaltete keine Werbung für Parteien. Das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz hat in seiner Öffentlichkeitsarbeit daher nicht gegen Schlussfolgerungen aus dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 02.03.1977 (AZ: 2 BvE 1/76) verstoßen.

Mit besten Grüßen

Josephine Keller
Pressesprecherin

MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16- 4645
josephine.keller@mkuem.rlp.de

www.mkuem.rlp.de
<http://twitter.com/UmweltRLP>
<http://www.facebook.com/UmweltRLP>

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: [REDACTED]
Gesendet: Dienstag, 5. Oktober 2021 13:21
An: josephine.keller@mkuem.rlp.de; Ohs, Manuela (MKUEM) <Manuela.Ohs@mkuem.rlp.de>;
Presse (MKUEM) <presse@mkuem.rlp.de>
Betreff: dpa-Anfrage Böhmermann/FB-Werbung
Priorität: Hoch

Liebe Frau Keller, liebe Frau Ohs,

wir sammeln die Stellungnahmen zum von Böhmermann thematisierten Mikrotargeting/Werbung. Da war doch auch Ihr Haus dabei, wie ich im Urlaub gesehen habe. Sie haben das aber beendet, oder? Könnten Sie mir bitte möglichst bald, ein, zwei Sätze dazu mailen?

Danke und Gruß,



dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Neubrunnenstraße 3 * 55116 Mainz
www.dpa.com<<http://www.dpa.com>>

Twitter<<https://twitter.com/dpa>> *
Facebook<<https://www.facebook.com/DeutschePresseAgenturGmbH>> *
Instagram<https://www.instagram.com/dpa_com/> *
LinkedIn<<https://www.linkedin.com/company/deutsche-presse-agentur/>> *
Xing<<https://www.xing.com/pages/dpa>> * dpa ID<<https://www.dpa.com/de/portale>>

Geschäftsführer: Peter Kropsch (Vors.) * Matthias Mahn * Andreas Schmidt
Chefredakteur: Sven Gösmann
Aufsichtsratsvorsitzender: David Brandstätter * Würzburg
Sitz: Hamburg HRB 68431 * USt.-Ident.-Nr. DE118543436

Hinweise zum Datenschutz: <https://www.dpa.com/de/datenschutzerklaerung>

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Knapp, Joachim (MKUEM)
Gesendet: Dienstag, 12. Oktober 2021 14:18
An: Presse (MKUEM)
Betreff: WG: Facebook-Werbung des Umweltministeriums
Anlagen: 7_PM_Facebook.docx

Kennzeichnung: Zur Nachverfolgung
Kennzeichnungsstatus: Gekennzeichnet

Von: Knapp, Joachim (MKUEM)
Gesendet: Montag, 11. Oktober 2021 15:24
An: [REDACTED]
Betreff: WG: Facebook-Werbung des Umweltministeriums

Sehr geehrter Herr [REDACTED]
vielen Dank für Ihre Anfrage. Anbei die Antwort des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität. Zur weiteren Information haben wir noch die Pressemitteilung unseres Hauses vom 08.10.2021 zu diesem Thema beigefügt.

Frage:

Wie wir der Reportage der ZDF-Sendung "Magazin Royal", aber auch der des SWR entnehmen konnten, soll das Umweltministerium in mindestens einem Fall eine Werbeanzeige auf Facebook geschaltet haben, deren Zielgruppe bewusst Nutzer waren, die sich für die Grünen interessieren. Zwar soll es auch andere Suchbegriffe für die Werbeanzeige gegeben haben, aber darunter keine anderen Parteien. Laut SWR soll das Umweltministerium diese Praxis bedauert haben und will so eine Zielgruppenauswahl zukünftig nicht mehr vornehmen.

Der obige Sachverhalt ist für den Bund der Steuerzahler von Interesse. Da wir planen, das Thema ggf. in der nächsten Ausgabe unseres Magazins "Der Steuerzahler" aufzugreifen, bitten wir Sie höflich um Stellungnahme und Beantwortung der folgenden Fragen:

- 1) Entspricht der geschilderte Sachverhalt den Tatsachen? Falls nicht, so bitten wir um Richtigstellung.*
- 2) Wann wurde der besagte Facebook-Artikel beworben? Welche Suchbegriffe wurden genutzt? Wie hoch waren die Werbekosten?*
- 3) Warum wurden nur die Grünen als Partei für die Zielgruppe ausgewählt?*
- 4) Wie steht das Klimaschutzministerium zum Vorwurf der Parteiwerbung?*
- 5) Gab es in diesem Jahr noch weitere Werbeanzeigen des Ministeriums bei Facebook, die sich speziell an Nutzer mit bestimmten Partei-Interessen gewendet haben?*

Falls ja, dann bitten wir um Auskunft zum Facebook-Artikel (Link oder Screenshot), Zeitraum der Anzeige, Zielgruppenauswahl und Werbekosten.

Antwort des MKUEM

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.

Facebook hat auf Basis des Facebook-Algorithmus beim Erstellen der Zielgruppenauswahl damals Begriffe vorgeschlagen, die laut Algorithmus zu den bereits eingegebenen Begriffen passen. Dies führte auf Mitarbeiterebene 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. Eine solche Zielgruppenauswahl ist falsch und inakzeptabel.

Bis auf wenige Ausnahmen ist diese Zielgruppenauswahl in diesem Jahr bei allen Anzeigen verwendet worden. Die Verwendung dieses Zielgruppenmerkmals wird zurecht kritisch gesehen und war ein Fehler. Die neue Hausspitze des Klimaschutzministeriums hatte von diesem Verfahren keine Kenntnis und hat es nach dem Hinweis der Redaktion ZDF Magazin Royale daher und aus Gründen der Neutralität sofort entfernen lassen und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Parteienwerbung hat nicht stattgefunden. Die Facebook-Beiträge beinhalteten keine Werbung für Parteien, sondern Inhalte und Themen des Klimaschutzministeriums. Das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz hat in seiner Öffentlichkeitsarbeit daher nicht gegen Schlussfolgerungen aus dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 02.03.1977 (AZ: 2 BvE 1/76) verstoßen.

Die in diesem Jahr vom Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz auf Facebook geschalteten Anzeigen sind in der Facebook Werbebibliothek öffentlich einsehbar und haben laut Webeanzeigenmanager bisher 3383,59 Euro netto gekostet.

Die Schaltung des oben genannten Beitrags mit der ID: 779728956071991 im genannten Zeitraum vom 02.07.2021 bis 06.07.2021 hat laut Werbeanzeigenmanager 78,07 Euro netto gekostet.

Mit freundlichen Grüßen

Joachim Knapp
Pressesprecher

MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16- 5509
joachim.knapp@mkuem.rlp.de

www.mkuem.rlp.de
<http://twitter.com/UmweltRLP>
<http://www.facebook.com/UmweltRLP>

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: [REDACTED]
Gesendet: Dienstag, 28. September 2021 11:43 An:
Presse (MKUEM) <presse@mkuem.rlp.de> Betreff:
Facebook-Werbung des Umweltministeriums

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie wir der Reportage der ZDF-Sendung "Magazin Royal", aber auch der des SWR entnehmen konnten, soll das Umweltministerium in mindestens einem Fall eine Werbeanzeige auf Facebook geschaltet haben, deren Zielgruppe bewusst Nutzer waren, die sich für die Grünen interessieren. Zwar soll es auch andere Suchbegriffe für die Werbeanzeige gegeben haben, aber darunter keine anderen Parteien. Laut SWR soll das Umweltministerium diese Praxis bedauert haben und will so eine Zielgruppenauswahl zukünftig nicht mehr vornehmen.

Der obige Sachverhalt ist für den Bund der Steuerzahler von Interesse. Da wir planen, das Thema ggf. in der nächsten Ausgabe unseres Magazins "Der Steuerzahler" aufzugreifen, bitten wir Sie höflich um Stellungnahme und Beantwortung der folgenden Fragen:

- 1) Entspricht der geschilderte Sachverhalt den Tatsachen? Falls nicht, so bitten wir um Richtigstellung.
- 2) Wann wurde der besagte Facebook-Artikel beworben? Welche Suchbegriffe wurden genutzt? Wie hoch waren die Werbekosten?
- 3) Warum wurden nur die Grünen als Partei für die Zielgruppe ausgewählt?
- 4) Wie steht das Klimaschutzministerium zum Vorwurf der Parteiwerbung?
- 5) Gab es in diesem Jahr noch weitere Werbeanzeigen des Ministeriums bei Facebook, die sich speziell an Nutzer mit bestimmten Partei-Interessen gewendet haben? Falls ja, dann bitten wir um Auskunft zum Facebook-Artikel (Link oder Screenshot), Zeitraum der Anzeige, Zielgruppenauswahl und Werbekosten.

Für Ihre Bemühungen um eine Beantwortung unseres Schreibens bis zum 12. Oktober 2021 danken wir Ihnen im Voraus bereits vielmals.

Mit freundlichen Grüßen



Bund der Steuerzahler Rheinland-Pfalz e.V.
Löwenhofstraße 5
55116 Mainz

www.steuerzahler-rheinland-pfalz.de<<http://www.steuerzahler-rheinland-pfalz.de/>>
www.facebook.com/bdstrlp<<http://www.facebook.com/bdstrlp>>

Der Bund der Steuerzahler finanziert sich hauptsächlich durch Mitgliedsbeiträge. Bitte unterstützen auch Sie unsere Arbeit durch Ihre Mitgliedschaft. Stärken Sie das "Finanzgewissen der Nation".

Diese E-Mail enthält vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen. Sie ist ausschließlich für den vorgesehenen Adressaten bestimmt. Wenn Sie nicht der richtige Adressat sind oder diese E-Mail irrtümlich erhalten haben, informieren Sie bitte den Absender und vernichten Sie die E-Mail. Das unerlaubte Veröffentlichen, Vervielfältigen oder die Weitergabe der E-Mail oder des Inhaltes dieser E-Mail ist nicht gestattet.

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Keller, Josephine (MKUEM)
Gesendet: Samstag, 25. September 2021 17:15
An: [REDACTED]
Cc: Presse (MKUEM)
Betreff: Ihre Anfrage

Hallo Herr [REDACTED]

wie besprochen hier einige Infos aus dem Klimaschutzministerium:

Microtargeting auf Facebook ist ein gängiges Marketinginstrument. Der besagte Beitrag zu Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität in Rheinland-Pfalz wurde so auf Facebook unter anderem auch Nutzerinnen und Nutzern vermehrt angezeigt, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für „Grüne“ interessieren. Die Kritik an dieser Praxis ist berechtigt. Daher haben wir sie nach dem Hinweis sofort abgestellt und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Beste Grüße
Josephine Keller

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Lipani, Giuseppe (MKUEM)
Gesendet: Freitag, 1. Oktober 2021 14:25
An: [REDACTED]
Cc: Keller, Josephine (MKUEM)
Betreff: WG: FB-Werbeanzeigen
Anlagen: FBAnzeigen04bis09_2021.pdf

Kennzeichnung: Zur Nachverfolgung
Kennzeichnungsstatus: Gekennzeichnet

Lieber Herr [REDACTED]

ich hoffe, Sie hatten ein paar schöne Tage in Paris.

Anbei sende ich Ihnen unsere Antwort auf Ihre Fragen (inkl. des Anhangs).

2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendefinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Es wurden Merkmale, wie etwa Naturschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt, Bienen, Zero Waste, Regionale Lebensmittel, Ökologische Landwirtschaft, 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.

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. Dies führte zur Aufnahme des Zielgruppenmerkmals „Userinnen und User, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für Bündnis 90/Die Grünen interessieren“ in das Zielgruppen-Profil. Die Verwendung dieses Zielgruppenmerkmals wird zurecht kritisch gesehen. Wir haben es daher vor wenigen Tagen entfernt und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgen wird.

Parteienwerbung hat nicht stattgefunden. Die Facebook-Beiträge beinhalteten keine Werbung für Parteien. Das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz hat in seiner Öffentlichkeitsarbeit daher nicht gegen Schlussfolgerungen aus dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 02.03.1977 (AZ: 2 BvE 1/76) verstoßen.

Die vom Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz auf Facebook geschalteten Anzeigen ab Mai 2019 sind in der Facebook Werbebibliothek öffentlich einsehbar. Seit 2019 hat das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz laut Facebook-Werbeanzeigenmanager auf Facebook 9.715,35 € Netto für 129 Anzeigen ausgegeben. Davon wurden im letzten halben Jahr laut Werbeanzeigenmanager 3.045,88 € für 52 Anzeigen ausgegeben.

Eine detaillierte Aufstellung der Beiträge des Klimaschutzministeriums Rheinland-Pfalz auf Facebook für die Jahre 2018 und 2019 liefert Ihnen eine große Anfrage der CDU.

Die Antwort aus 2019 ist abrufbar unter:

<https://dokumente.landtag.rlp.de/landtag/drucksachen/10465-17.pdf>

Die Antwort aus 2020 ist abrufbar unter:

<https://dokumente.landtag.rlp.de/landtag/drucksachen/12969-17.pdf>

Die für 2021 gestellte große Anfrage an die Landesregierung zu diesem Thema wird gerade bearbeitet und wie in den Vorjahren entsprechend beantwortet.

Für Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Viele Grüße
Giuseppe Lipani

--
Giuseppe Lipani
Leiter des Ministerinbüros

MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16-4494
giuseppe.lipani@mkuem.rlp.de

www.mkuem.rlp.de
<http://twitter.com/UmweltRLP>
<http://www.facebook.com/UmweltRLP>

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: [REDACTED]
Gesendet: Dienstag, 28. September 2021 16:22
An: Keller, Josephine (MKUEM) <Josephine.Keller@mkuem.rlp.de>; Presse (MKUEM) <presse@mkuem.rlp.de>
Betreff: FB-Werbeanzeigen

Liebe Frau Keller,

vielen Dank für das Zulieferin der Reaktion des MKUEM am vergangen Samstag. Dennoch würde ich Sie bitten mir die detaillierten Fragen bis Freitag 1.10. 12h zu beantworten.

Wie viele FB-Anzeigen wurden in der laufenden und in der vergangenen Wahlperiode vom Ministerium geschaltet?

Mit welchem Inhalt?

Wie viele User wurden damit erreicht?

Wurden die FB-Anzeigen über den nun bekannt gewordenen Fall hinaus per Microtargeting an bestimmte Zielgruppen gerichtet?

Wenn ja, an welche?

Wurden FB-Anzeigen über den bekannten Fall hinaus an an einer bestimmten Partei Interessierte gerichtet?

Wenn ja, um wie viele Fälle und um welche Partei/Parteien handelte es sich jeweils?

Was haben die FB-Anzeigen in der laufenden und in der vergangenen Legislaturperiode gekostet?

Viele Grüße



SWR
Südwestrundfunk
Am Fort Gonsenheim 139
55122 Mainz



Anzahl	Anzeigenname	Reichweite	Impressionen	Kosten(EUR)	Start	Ende
1	Dreckwegtag	1818	2198	15,00	2021-09-20	2021-09-20
2	WaldKunst Wettbewerb	2186	3322	20,00	2021-09-20	2021-09-21
3	Klimaneutrale Zukunft	1844	2777	20,00	2021-09-17	2021-09-18
4	Nationalpark Hunsrück Hochwald	2940	3717	20,00	2021-09-16	2021-09-17
5	#packsindiebox	11822	16403	60,00	2021-09-14	2021-09-15
6	RhineCleanUp	7612	10900	40,00	2021-09-12	2021-09-15
7	Luchstagung	20553	39947	120,00	2021-09-11	2021-09-17
8	Waldforum	5092	6367	30,00	2021-09-10	2021-09-11
9	Feldhamsterschutz	8393	12509	40,00	2021-09-09	2021-09-10
10	Gewässerproben	4492	5850	30,00	2021-09-01	2021-09-02
11	Stadtradeln	6626	8307	30,00	2021-09-01	2021-09-01
12	Ehrenamtstag	2784	3488	20,00	2021-08-30	2021-08-30
13	#Fahrradliebe	2703	2746	15,00	2021-08-28	2021-08-28
14	Vielfaltsgarten	1997	2221	15,00	2021-08-27	2021-08-28
15	Fachtagung Eisenbahnverkehr	2171	2802	15,00	2021-08-26	2021-08-26
16	100 Tage Bilanz	3665	3732	20,00	2021-08-24	2021-08-24
17	Fahrradwaschanlage	2944	3352	10,00	2021-08-20	2021-08-20
18	Datenschutz ist wichtig	27050	51453	345,85	2021-08-12	2021-08-13
19	Sondermessprogramm	4200	5742	26,33	2021-08-04	2021-08-05
20	Beratungsangebot	5502	7643	30,00	2021-07-30	2021-07-31
21	Weidetierprämie	4220	5116	35,00	2021-07-30	2021-07-30
22	Themenheft Klimawandel	9924	12147	40,00	2021-07-29	2021-07-30
23	Förderprogramm	10456	12821	50,00	2021-07-22	2021-07-22
24	Kläranlage Sinzig	7760	7873	40,00	2021-07-22	2021-07-22
25	Hochwasser	13740	18446	50,00	2021-07-18	2021-07-19
26	Hochwasser	12988	17383	30,00	2021-07-16	2021-07-19
27	Hochwasser	12706	15724	40,00	2021-07-15	2021-07-16
28	Hochwasser	5132	6905	22,90	2021-07-15	2021-07-16
29	Ökolandbau	5080	6208	40,00	2021-07-13	2021-07-14
30	Regiolis	6230	8756	50,00	2021-07-13	2021-07-14
31	Fledermausdetektor	8388	12866	50,00	2021-07-11	2021-07-12
32	Schäferei	5270	5779	20,00	2021-07-09	2021-07-09

33	Bienwald	8608	13414	60,00	2021-07-07	2021-07-08
34	EU-Plastikgeschirr-Verbot	8416	10206	60,00	2021-07-03	2021-07-03
35	#FürmehrTierschutz	3739	4977	40,00	2021-06-30	2021-07-01
36	#yayforKlimaschutzRLP	3507	5690	30,00	2021-06-26	2021-06-27
37	Klimaschutzgesetz	2775	4554	30,00	2021-06-25	2021-06-26
38	Apollo	4032	4878	30,00	2021-06-22	2021-06-23
39	Energiewende Studie	3408	5811	44,67	2021-06-18	2021-06-19
40	Stadtradeln	4904	7673	40,00	2021-06-11	2021-06-13
41	Badeseen	3058	4289	30,00	2021-06-10	2021-06-11
42	#TrikoTag	21432	22650	40,00	2021-06-09	2021-06-09
43	Interesse an Klimaschutz, Umwelt...	71074	263983	916,15	mehrfach	geschaltet
44	Staatssekretär	6913	9643	40,00	2021-06-08	2021-06-09
45	Weltumwelttag	7182	9241	60,00	2021-06-05	2021-06-05
46	Westwall	3633	4722	25,00	2021-06-01	2021-06-02
47	Staatssekretärin	7262	8911	40,00	2021-05-28	2021-05-29
48	Klimaschutzministerin	8368	11354	40,00	2021-05-20	2021-05-21
49	Lebensmittelbriefe	5068	7415	40,00	2021-05-17	2021-05-19
50	UMK	2669	3288	19,98	2021-04-21	2021-04-22
51	Ökobetriebe	3951	5520	30,00	2021-04-16	2021-04-18
52	RLP isst besser: Frühstücksbrötchen	7982	9810	40,00	2021-04-12	2021-04-14
	Gesamt	416269	743529	3045,88		

Groos, Anna (MKUEM)

Von: Keller, Josephine (MKUEM)
Gesendet: Dienstag, 5. Oktober 2021 13:24
An: [REDACTED]
Cc: Presse (MKUEM)
Betreff: AW: FB-Werbeanzeigen
Anlagen: FB-Anzeigen_29-09-2020_bis_01-10-2021.pdf

Guten Tag [REDACTED]

anbei schicke ich Ihnen Informationen zu Ihren Nachfragen sowie die ergänzte Tabelle:

Bei der Auflistung handelt es sich in allen Fällen um beworbene FB-Anzeigen, von denen jede Anzeige auch an die Zielgruppe "Interesse an Bündnis90/Die Grünen" gerichtet war. Korrekt? Laut Facebook-Werbeanzeigenmanager ist das für den Zeitraum Oktober 2020 bis September 2021, mit Ausnahme der Anzeigen mit den Anzeigenamen „#TrikotTag“ und „Plastik 4.0 2.Platz“, korrekt.

Im Zeitraum vom 24.12.2020 bis einschließlich 14.03.2021 wurden keine Anzeigen geschaltet.

"2018" bedeutet: Seit wann genau galt die neue Zielgruppendefinition? 1.1.18 oder 1.12.18 z.B.? Laut Facebook-Werbeanzeigenmanager wurde die überarbeitete Zielgruppendefinition ab September 2018 verwendet.

Seit diesem Zeitpunkt gehörte das Zielgruppenmerkmal "Interesse an Bündnis90/Die Grünen" zum Standard? Es wurde also bei jeder bezahlten FB-Werbeanzeige genutzt? Mit einigen Ausnahmen ist das laut Facebook-Werbeanzeigenmanager korrekt (siehe z.B. Antwort 1).

Warum hat das Ministerium das Zielgruppenmerkmal benutzt? Was war das Ziel?

Gibt es hierüberhinaus

"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."

weitere Gründe?

Facebook hat auf Basis des Facebookalgorithmus beim Erstellen der Zielgruppenauswahl einer Anzeige damals Begriffe vorgeschlagen, die laut Algorithmus zu den bereits eingegebenen Begriffen passen. Auf diese Weise ist das Merkmal „Userinnen und User, von denen Facebook annimmt, dass sie sich für Bündnis 90/Die Grünen interessieren“ 2018 ausgewählt und – ohne es kritisch zu hinterfragen – in die Zielgruppenauswahl mitaufgenommen worden.

Mit besten Grüßen

Josephine Keller
Pressesprecherin

MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16- 4645
josephine.keller@mkuem.rlp.de

www.mkuem.rlp.de
http://twitter.com/UmweltRLP
http://www.facebook.com/UmweltRLP

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: 
Gesendet: Montag, 4. Oktober 2021 13:57
An: Lipani, Giuseppe (MKUEM) <Giuseppe.Lipani@mkuem.rlp.de>
Cc: Keller, Josephine (MKUEM) <Josephine.Keller@mkuem.rlp.de>
Betreff: AW: FB-Werbeanzeigen

Lieber Herr Lipani,

besten Dank für Ihre Mail. Folgende Rückfragen habe ich dazu:

- Bei der Auflistung handelt es sich in allen Fällen um beworbene FB-Anzeigen, von denen jede Anzeige auch an die Zielgruppe "Interesse an Bündnis90/Die Grünen" gerichtet war. Korrekt?
- "2018" bedeutet: Seit wann genau galt die neue Zielgruppendefinition? 1.1.18 oder 1.12.18 z.B.?
- Seit diesem Zeitpunkt gehörte das Zielgruppenmerkmal "Interesse an Bündnis90/Die Grünen" zum Standard? Es wurde also bei jeder bezahlten FB-Werbeanzeige genutzt?
- Warum hat das Ministerium das Zielgruppenmerkmal benutzt? Was war das Ziel?
Gibt es hierüberhinaus
"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."
weitere Gründe?

+++

Da es sich nicht um Einzelfälle handelt, bitte ich Sie die Auflistung zu erweitern und mir eine Übersicht über die vom Ministerium geschalteten FB-Werbeanzeigen vom 1.10.2020 bis 12.4.2021 (letzter Tag auf der bisherigen Liste) zu geben.

Um die Beantwortung der Fragen und das Übermitteln der erweiterten Liste bitte ich Sie bis Morgen Dienstag, 5.10.21, 12 Uhr.

Besten Dank im Voraus und viele Grüße


SWR
Südwestrundfunk
Am Fort Gonsenheim 139
55122 Mainz


Anzahl	Anzeigenname	Reichweite	Impressionen	Ausgegebene	Start	Ende
1	WaldKunst Wettbewerb	2186	3322	20,00	2021-09-20	2021-09-21
2	Dreckwegtag	1818	2198	15,00	2021-09-20	2021-09-20
3	Klimaneutrale Zukunft	1844	2777	20,00	2021-09-17	2021-09-18
4	Nationalpark Hunsrück Hochwald	2940	3717	20,00	2021-09-16	2021-09-17
5	#packsindiebox	11822	16403	60,00	2021-09-14	2021-09-15
6	RhineCleanUp	7612	10900	40,00	2021-09-12	2021-09-15
7	Luchstagung	20553	39947	120,00	2021-09-11	2021-09-17
8	Waldforum	5092	6367	30,00	2021-09-10	2021-09-11
9	Feldhamsterschutz	8393	12509	40,00	2021-09-09	2021-09-10
10	Gewässerproben	4492	5850	30,00	2021-09-01	2021-09-02
11	Stadtradeln	6626	8307	30,00	2021-09-01	2021-09-01
12	Ehrenamtstag	2784	3488	20,00	2021-08-30	2021-08-30
13	#Fahrradliebe	2703	2746	15,00	2021-08-28	2021-08-28
14	Vielfaltsgarten	1997	2221	15,00	2021-08-27	2021-08-28
15	Fachtagung Eisenbahnverkehr	2171	2802	15,00	2021-08-26	2021-08-26
16	100 Tage Bilanz	3665	3732	20,00	2021-08-24	2021-08-24
17	Fahrradwaschanlage	2944	3352	10,00	2021-08-20	2021-08-20
18	Datenschutz	27050	51453	345,85	2021-08-12	2021-08-13
19	Sondermessprogramm	4200	5742	26,33	2021-08-04	2021-08-05
20	Beratungsangebot	5502	7643	30,00	2021-07-30	2021-07-31
21	Weidetierprämie	4220	5116	35,00	2021-07-30	2021-07-30
22	Themenheft Klimawandel	9924	12147	40,00	2021-07-29	2021-07-30
23	Kläranlage Sinzig	7760	7873	40,00	2021-07-22	2021-07-22
24	Förderprogramm	10456	12821	50,00	2021-07-22	2021-07-22
25	Hochwasser	13740	18446	50,00	2021-07-18	2021-07-19
26	Hochwasser	12988	17383	30,00	2021-07-16	2021-07-19
27	Hochwasser	12706	15724	40,00	2021-07-15	2021-07-16
28	Hochwasser	5132	6905	22,90	2021-07-15	2021-07-16
29	Regiolis	6230	8756	50,00	2021-07-13	2021-07-14
30	Ökolandbau	5080	6208	40,00	2021-07-13	2021-07-14
31	Fledermausdetektor	8388	12866	50,00	2021-07-11	2021-07-12
32	Schäferei	5270	5779	20,00	2021-07-09	2021-07-09

33	Bienwald	8608	13414	60,00	2021-07-07	2021-07-08
34	EU-Plastikgeschirr-Verbot	8416	10206	60,00	2021-07-03	2021-07-03
35	#FürmehrTierschutz	3739	4977	40,00	2021-06-30	2021-07-01
36	#yayforKlimaschutzRLP	3507	5690	30,00	2021-06-26	2021-06-27
37	Klimaschutzgesetz	2775	4554	30,00	2021-06-25	2021-06-26
38	Apollo	4032	4878	30,00	2021-06-22	2021-06-23
39	Energiewende Studie	3408	5811	44,67	2021-06-18	2021-06-19
40	Stadtradeln	4904	7673	40,00	2021-06-11	2021-06-13
41	Badeseen	3058	4289	30,00	2021-06-10	2021-06-11
42	#TrikoTag	21432	22650	40,00	2021-06-09	2021-06-09
43	Staatssekretär	6913	9643	40,00	2021-06-08	2021-06-09
44	Weltumweltag	7182	9241	60,00	2021-06-05	2021-06-05
45	Westwall	3633	4722	25,00	2021-06-01	2021-06-02
46	Staatssekretärin	7262	8911	40,00	2021-05-28	2021-05-29
47	Klimaschutzministerin	8368	11354	40,00	2021-05-20	2021-05-21
48	Lebensmittelbriefe	5068	7415	40,00	2021-05-17	2021-05-19
49	UMK	2669	3288	19,98	2021-04-21	2021-04-22
50	Ökobetriebe	3951	5520	30,00	2021-04-16	2021-04-18
51	RLP isst besser: Frühstücksbrötchen	7982	9810	40,00	2021-04-12	2021-04-14
52	RLP isst besser- Zucchini Schiffchen	12007	21909	80,00	2021-03-25	2021-03-28
53	WasserWissensWerk	6630	10646	35,00	2021-03-22	2021-03-24
54	20210316 Klimaschutz SP	2825	3620	30,00	2021-03-16	2021-03-18
55	Mobilställe	2378	3466	30,00	2021-03-15	2021-03-17
56	Furoshiki	2101	2197	40,00	2020-12-22	2020-12-23
57	Klimaschutzkonzept	3122	3486	40,00	2020-12-16	2020-12-18
58	5 Sterne PowerFrühstück	3923	4695	68,06	2020-12-09	2020-12-11
59	PAMINA-Klima-Challenge	3772	5311	35,00	2020-12-07	2020-12-08
60	Waldzustandsbericht2020	7722	8756	59,99	2020-12-02	2020-12-04
61	Klimaschutzkongress2020	2995	3154	37,06	2020-11-20	2020-11-22
62	Jugendklimaforum 2020	5387	6176	60,00	2020-11-12	2020-11-13
63	Plastik 4.0 2 Platz	7480	8182	30,00	2020-11-12	2020-11-15
64	SP Indikatorenbericht	10028	11743	60,00	2020-11-04	2020-11-08
65	Gewinner Hauptwettbewerb Plastik 4.0	13576	25113	60,00	2020-10-30	2020-11-04

66	SavetheDate #jkfrlp2020	2620	2982	28,20	2020-10-08	2020-10-10
67	#ichgebsweiter Clip	16329	31450	115,13	2020-09-29	2020-10-09
68	Interesse an Klimaschutz, Umwelt...	98755	440641	1617,84	mehrfach	geschaltet
	Gesamt	546845	1073073	4556,01		

Von: [Keller, Josephine \(MKUEM\)](#)
An: [REDACTED]
Cc: [Presse \(MKUEM\)](#)
Betreff: AW: Microtargeting des Klimaschutzministeriums Rheinland-Pfalz | Aufforderung zur Stellungnahme
Datum: Donnerstag, 23. September 2021 10:45:07

Sehr geehrte [REDACTED]

danke für Ihre Nachricht. Wir werden das gründlich prüfen und bitten um Verständnis, dass dies nicht in der von Ihnen gesetzten Frist erfolgen kann. Ich melde mich so schnell wie möglich bei Ihnen.

Mit besten Grüßen

Josephine Keller
Pressesprecherin

MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT,
ENERGIE UND MOBILITÄT

Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Telefon 06131 16- 4645
josephine.keller@mkuem.rlp.de

www.mkuem.rlp.de
<http://twitter.com/UmweltRLP>
<http://www.facebook.com/UmweltRLP>

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: [REDACTED]
Gesendet: Mittwoch, 22. September 2021 22:10
An: Keller, Josephine (MKUEM) <Josephine.Keller@mkuem.rlp.de>
Cc: Presse (MKUEM) <presse@mkuem.rlp.de>
Betreff: Re: Microtargeting des Klimaschutzministeriums Rheinland-Pfalz | Aufforderung zur Stellungnahme

Sehr geehrte Frau Keller.

sind Sie sich sicher, dass es sich nicht um eine von Ihnen geschaltete Anzeige handelt? Die Werbe-ID zeigt in der Facebook AdLibrary eindeutig eine Anzeige des verifizierten Facebook-Accounts "Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz". Anbei sende ich Ihnen einen Screenshot der Anzeige. Über diesen Link kommen Sie direkt zur Anzeige:

<https://www.facebook.com/ads/library/?id=779728956071991>.

Ich bitte um Antwort bis morgen, Donnerstag, den 23. September, 12 Uhr.

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]
Am Mi., 22. Sept. 2021 um 20:15 Uhr schrieb Keller, Josephine (MKUEM) <Josephine.Keller@mkuem.rlp.de>:

> Sehr geehrte [REDACTED]
>
> die von Ihnen genannte Anzeige mit der FB Werbe-ID: 779728956071991
> ist uns nicht bekannt und wurde von uns nicht geschaltet.
>
> Mit besten Grüßen
>

> Josephine Keller
> Pressesprecherin
>
> MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT, ENERGIE UND MOBILITÄT
> Kaiser-Friedrich-Straße 1
> 55116 Mainz
>
> Telefon +49 6131 16 4645
> josephine.keller@mkuem.rlp.de
>
> Internet: www.mkuem.rlp.de
> Twitter: <http://twitter.com/UmweltRLP>
> Facebook: <http://www.facebook.com/UmweltRLP>
>

> -----Ursprüngliche Nachricht-----

> Von: [REDACTED]
> Gesendet: Dienstag, 21. September 2021 17:05
> An: Keller, Josephine (MKUEM) <Josephine.Keller@mkuem.rlp.de>; Ohs,
> Manuela (MKUEM) <Manuela.Ohs@mkuem.rlp.de>
> Betreff: Microtargeting des Klimaschutzministeriums Rheinland-Pfalz |
> Aufforderung zur Stellungnahme

> Sehr geehrte Frau Keller,
> sehr geehrte Frau Ohs

> mein Name ist [REDACTED]. Ich bin Journalist und recherchiere im
> Auftrag des "ZDF Magazin Royale" zum Thema "Microtargeting" auf Facebook.

> Hierzu möchten ich Sie zu folgenden Punkten um eine Stellungnahme bitten:

> *Sie haben eine Anzeige zum Thema "Klimaschutz" vom 02. bis zum 06.
> Juli
> 2021 geschaltet (FB Werbe-ID: 779728956071991). Die Anzeigen haben sie
> gezielt an Menschen gerichtet, die sich laut Facebook für
> "Bündnis 90/Die Grünen" interessieren. Warum? Ihr Ministerium hat also
> während des Wahlkampfs staatliche Mittel verwendet, um potentielle
> Bündnis 90/Die Grünen-Wähler:innen anzusprechen. Es liegt nahe, dass
> Sie damit gegen das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom
> 02.03.1977 (AZ: 2 BvE 1/76) verstoßen ('Einsatz staatlicher Mittel zur
> Unterstützung einer Partei durch Werbung'). Was sagen Sie dazu? *

> Ich bitte Sie, mir hierzu eine Stellungnahme bis Mittwoch, 22.
> September,
> 21 Uhr zuzusenden.

> Vielen Dank im Voraus und freundliche Grüße

> [REDACTED]

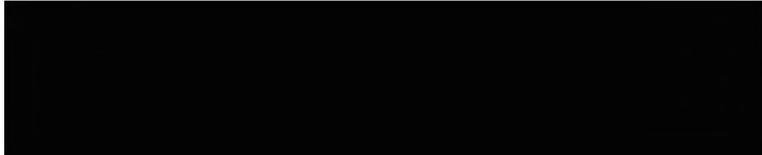
> **>

> [REDACTED]

> Unterhaltungsfernsehen Ehrenfeld UE GmbH Oskar-Jäger-Straße 160

> >Rechnungsanschrift:*

> Unterhaltungsfernsehen Ehrenfeld UE GmbH Kartäuserwall 20
> 50678 Köln
>
> www.ufe.de
>
>
> Sitz: Köln, Registergericht: Amtsgericht Köln, HRB 103610
> Geschäftsführung: Alexander Hesse
>
> Diese Mail wurde automatisch vom MKUEM-Virens scanner geprüeft.
>



*Büroanschrift: *
Unterhaltungsfernsehen Ehrenfeld UE GmbH
Oskar-Jäger-Straße 160
50825 Köln

*Rechnungsanschrift: *
Unterhaltungsfernsehen Ehrenfeld UE GmbH
Kartäuserwall 20
50678 Köln

www.ufe.de

Sitz: Köln, Registergericht: Amtsgericht Köln, HRB 103610
Geschäftsführung: Alexander Hesse



08.10.2021 | Social Media

Zielgruppenauswahl bei Facebook war ein Fehler

Zielgruppenmerkmal sofort entfernt, Anzeigenschaltung von Hausspitze gestoppt / Interdisziplinäres Team stellt gesamte Social Media-Strategie auf den Prüfstand.

2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendefinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Es wurden Merkmale, wie etwa Naturschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt, Bienen, Zero Waste, Regionale Lebensmittel oder Ökologische Landwirtschaft aufgenommen, um Inhalte des Umweltministeriums für Nutzerinnen und Nutzer vermehrt sichtbar zu machen, die sich für diese und ähnliche Inhalte und Themen interessieren. Dies ist gängige Praxis bei der Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook.

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. Dies führte auf Mitarbeiterebene 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. Eine solche Zielgruppenauswahl ist falsch und inakzeptabel.

Die Verwendung dieses Zielgruppenmerkmals wird zurecht kritisch gesehen und war ein Fehler. Die neue Hausspitze des Klimaschutzministeriums hatte von diesem Verfahren keine Kenntnis und hat es nach dem Hinweis der Redaktion ZDF Magazin Royale daher und aus Gründen der Neutralität sofort entfernen lassen und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Die Hausspitze hat umgehend ein interdisziplinäres Team eingerichtet, um die gesamte Social Media-Strategie auf den Prüfstand zu stellen. Dieses Team wird auch einen Vorschlag erarbeiten, wie das Klimaschutzministerium künftig mit dem Thema Microtargeting umgeht. Um das System neu aufzusetzen, wird das Klimaschutzministerium die aktuellen Vorwürfe prüfen lassen und externen juristischen Sachverstand hinzuziehen.

Seit September 2018 hat das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz laut Facebook-Werbeanzeigenmanager rund 10.600 Euro netto für 174 Anzeigen ausgegeben. Gut zwei Drittel der Anzeigen (129 Anzeigen, davon 24 nicht mehr nachvollziehbar) enthielten laut Facebook Werbeanzeigenmanager das zurecht kritisierte Zielgruppenmerkmal. Aktuell schaltet das Klimaschutzministerium keine Anzeigen mehr auf Facebook.

Das Klimaschutzministerium hat in der Vorwahlzeit des Landtages die Anzeigen ausgesetzt, da es insgesamt seine Öffentlichkeitsarbeit reduziert hat. Dies, um dem Gebot der äußersten

Zurückhaltung in Vorwahlzeiten zu genügen. Im Zeitraum vom 24. Dezember 2020 bis einschließlich 14. März 2021 wurden keine Anzeigen geschaltet.

E: 27.09.2021
18/1201

LANDTAG
RHEINLAND-PFALZ



Peter Moskopp MdB – Schnürstraße 5 – 56220 Kettig

An den Landtag von

Rheinland-Pfalz
18. Wahlperiode

Eingangsdatum:
27.09.2021
Fristablauf beim Landtag:
18.10.2021

Ministerium für
Klimaschutz, Umwelt,
Energie und Mobilität

Peter Moskopp, MdB.

Wahlkreisbüro
Schnürstraße 5
56220 Kettig
Telefon: 02637- 942 66 58
Fax: 02637- 944 79 99
Mobil: 0160- 714 65 28
Email: buero@peter-moskopp.de
www.peter-moskopp.de

Dienstanschrift
Kaiser-Friedrich-Straße 3
55116 Mainz
Telefon: 06131- 208- 33 44
Teletax: 06131- 208- 43 44
Email: Peter.Moskopp@cdu.landtag.rlp.de
www.landtag.rlp.de

27.09.2021

KLEINE ANFRAGE

des Abgeordneten
Peter Moskopp (CDU)

Spiegel-Ministerium ändert Werbepaxis nach Böhmermann-Kritik

Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität unter der Leitung von Ministerin Anne Spiegel, Bündnis 90/Die Grünen, hat ihre Werbepaxis nach Kritik des Satirikers Jan Böhmermann geändert. Nach Angaben des SWR wurde das grün-geführte Umweltministerium unter der Leitung von Ministerin Anne Spiegel wegen ihrer Zielgruppen-Werbepaxis bei Facebook kritisiert. Das Ministerium hält auf Anfrage des SWR diese Kritik für berechtigt.

Vor diesem Hintergrund frage ich die Landesregierung:

1. Hat das Umweltministerium unter der Leitung von Ministerin Anne Spiegel diese Zielgruppen-Werbepaxis auch bei anderen Portalen wie beispielsweise Twitter oder Instagram angewandt? Wenn ja, wann wurde diese Werbepaxis dort ebenfalls eingestellt?
2. In welcher Höhe belaufen sich die Kosten dieser Parteiwerbung in Facebook bzw. Twitter und Instagram?
3. Jan Böhmermann warf der Ministerin Parteiwerbung bezahlt aus Steuergeldern vor. Wird das Umweltministerium diese Kosten tragen oder werden diese von der Partei Bündnis90/Die Grünen übernommen/erstattet?

Peter Moskopp, MdL



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

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

18. Okt. 2021

nachrichtlich

Staatskanzlei
55116 Mainz

Mein Aktenzeichen
MB-01 427-1/2021-162#7

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

Telefon / Fax
06131 16-5394
06131 16-175394

**Kleine Anfrage Drs. 18/1201 des Abgeordneten Peter Moskopp (CDU)
Spiegel-Ministerium ändert Werbepaxis nach Böhmermann-Kritik**

Vorbemerkung:

Im Jahr 2018 hat das Social Media-Management im Umweltministerium die Basis-Zielgruppendefinition für die Facebook-Platzierung ministerieller Inhalte überarbeitet. Es wurden Merkmale, wie etwa Naturschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt, Bienen, Zero Waste, Regionale Lebensmittel oder Ökologische Landwirtschaft, aufgenommen, um Inhalte des Umweltministeriums für Nutzerinnen und Nutzer vermehrt sichtbar zu machen, die sich für diese und ähnliche Inhalte und Themen interessieren. Dies ist gängige Praxis bei der Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook.

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. Dies führte auf Mitarbeiter-ebene auch zur Aufnahme des Zielgruppenmerkmals „Nutzerinnen und Nutzer, von

Verkehrsanzbindung

① Sie erreichen uns ab Hbf. mit den Linien 6/6A (Richtung Wiesbaden), 64 (Richtung Laubenheim), 65 (Richtung Weisenau), 68 (Richtung Hochheim), Ausstieg Haltestelle „Bauhofstraße“. ② Zufahrt über Kaiser-Friedrich-Str. oder Bauhofstraße.

Parkmöglichkeiten

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

denen Facebook annimmt, dass sie sich für ‚Bündnis 90/Die Grünen‘ interessieren“, welches eines von zahlreichen Merkmalen war. Die Verwendung dieses Zielgruppenmerkmals war ein Fehler. Die neue Hausspitze des Klimaschutzministeriums hatte von diesem Verfahren keine Kenntnis. Sie hat es nach dem Hinweis der Redaktion des ZDF Magazin Royale aus Gründen der Neutralität sofort entfernen lassen und sichergestellt, dass eine solche Zielgruppenauswahl künftig nicht mehr erfolgt.

Das Klimaschutzministerium wird die aktuellen Vorwürfe prüfen lassen und externen juristischen Sachverständigen hinzuziehen. Ein interdisziplinäres Team im Klimaschutzministerium wird zudem die gesamte Social-Media-Strategie auf den Prüfstand zu stellen. Dieses Team wird auch einen Vorschlag erarbeiten, wie das Klimaschutzministerium künftig mit dem Thema Microtargeting umgeht.

Dies vorausgeschickt, beantworte ich die Kleine Anfrage Drucksache 18/1201 des Abgeordneten Peter Moskopp (CDU) namens der Landesregierung wie folgt:

Zu Frage 1:

Das Umweltministerium hat neben der Facebook-Seite einen Twitter-Account, auf dem keine Anzeigen geschaltet werden. Das Umweltministerium hat keinen Instagram-Account oder weitere Social-Media-Accounts. Es wurden jedoch bei Facebook geschaltete Werbeanzeigen zum Teil auch über Instagram ausgespielt.

Zu Fragen 2 und 3:

Der in Rede stehende Facebookbeitrag beinhaltet keine Werbung für Parteien, sondern Themen und Inhalte des Umweltministeriums. Für die Öffentlichkeitsarbeit der Landesministerien sind in den jeweiligen Einzelplänen des Landeshaushalts entsprechende Ausgabetitel vorgesehen.

Die Schaltung des oben genannten Beitrags mit der genannten ID: 779728956071991 hat laut Werbeanzeigenmanager 78,07 Euro gekostet.

In Vertretung

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'E. Manz', written in a cursive style.

Dr. Edwin Manz
(Staatssekretär)