

## **Wahl(werbungs)prüfsteine -**

### **Fragen zum digitalen Bundestagswahlkampf 2021**

Hamburg, 22. Dezember 2020

Sehr geehrte Frau Heidi Glowatzki,

digitale oder personalisierte Wahlwerbung war bei der Abstimmung zum Brexit, beim Trump-Wahlkampf 2016 oder in Brasilien erfolgreich. Wir stellen uns daher folgende Fragen. Wird der Bundestagswahlkampf durch Filterblasen und Echokammer negativ oder positiv beeinflusst oder müssten wir freie und gleiche Wahlen vor digitaler Wahlbeeinflussung schützen?

Ihre Kontaktdaten haben wir bei der telefonische Kontakthanfrage von der CDU Geschäftsstelle erhalten.

Ob Politikberater\*innen, Stiftungen oder zivilgesellschaftliche Akteure, viele warnen vor den Gefahren und fordern Maßnahmen.<sup>1</sup> Die Berliner Stiftung Neue Verantwortung hat in ihrer Politikempfehlung mögliche Maßnahmen zusammengestellt:

<https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/regeln-fuer-faire-digitale-wahlkaempfe>

Auch die Netflix-Dokumentation „The Social Dilemma“ hat diese Fragen popularisiert und die die Autobiographie der Cambridge Analytica-Whistleblowerin Brittney Kaiser „Die Daten-Diktatur“ zeigt die realen Wirkungen von digitaler Wahlbeeinflussung. Der Suchmaschinenmanipulationseffekt (z.B. durch Google) wurde in einigen Wahlen nachgewiesen. Für uns muss die Wahlwerbung im Internet ähnlichen Anforderungen wie Rundfunk oder Straßenwahlkampf erfüllen. Wir sehen die digitalen Gefahren manipulativer Wahlwerbung, Steigerung von Fake und Hate und die Entstehungen von immer stärker getrennten Öffentlichkeiten (Echokammern/Blasen).

Wir, von der konzernkritischen Nichtregierungsorganisation Goliathwatch aus Hamburg, setzen uns für Demokratie und Wirtschaft, wo Menschen und planetare Grenzen im Mittelpunkt stehen. In der wachsenden Marktmacht von (digitalen) Konzernriesen sehen wir Gefahren für Wirtschaft, Demokratie und Gesellschaft. In unserer ersten Kampagne „Google, Stop #HateSearch“ haben wir 30% der Hass/Fake-Autocomplete-Begriffe wie „Klimawandel –Lüge“, „Klima – Gretel“ oder

---

<sup>1</sup> Auswahl: Heinrich-Böll-Stiftung (Nov 2020): Lügen, Hass und Desinformation – Lateinamerika in postfaktischen Zeiten. Perspectivas Lateinamerika #6, [https://www.boell.de/de/2020/11/30/luegen-hass-und-desinformation-lateinamerika-postfaktischen-zeiten?dimension1=division\\_la](https://www.boell.de/de/2020/11/30/luegen-hass-und-desinformation-lateinamerika-postfaktischen-zeiten?dimension1=division_la)

Konrad Adenauer Stiftung (Nov 2020): Das Hacken der Wählerschaft - Die Nutzung personenbezogener Daten in politischen Kampagnen, <https://www.kas.de/de/einzeltitel/-/content/das-hacken-der-waehlerschaft>

„~~Flüchtlinge erschießen und nicht entkommen lassen~~“ auf Google Search durch Proteste und Aktionen entfernt.

Ähnlich wie zu Wahlprüfsteinen wollen wir den digitalen Wahlkampf der Parteien zur Bundestagswahl 2021 vergleichen und der Wählerinnen und Wähler die Regeln und Unterschiede der Parteien im digitalen Wahlkampf transparent machen. Über ein vertrauliches Hintergrundgespräch würden wir uns auch freuen.

Wir fordern Transparenz bezüglich des Wahlkampfs, welcher sich insbesondere durch die Corona-Kontaktbeschränkungen immer mehr auf die digitale Welt verlagern wird. Es ist bekannt, dass die Ausgaben für den digitalen Wahlkampf stetig wachsen und somit ein Blick auf die Möglichkeiten und Herausforderungen, welche der digitale Raum bietet, geschärft sein muss.

Eine offene Kommunikation zwischen den Parteien und Wählern muss gewährt bleiben, so dass die Anzeigen und Wahlwerbungen für alle Bürger\*innen gleichermaßen zugänglich sind. Wir von Goliathwatch machen uns nun stark, für eine stärkere Regulierung der Wahlwerbung insbesondere im digitalen Bereich und für einen fairen Verzicht der Nutzung von Micro-Targeting. Die freiwilligen Datenbanken von Google oder Facebook haben sich auch im letzten US-Wahlkampf Trump-Biden als mangelhaft erwiesen.

Hier unsere Fragen zum digitalen Wahlkampf:

- 1) Welche Herausforderungen für einen fairen Wahlkampf mit digitalen Medien sehen sie? Welche Gefahren bestehen besonders bei Sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Instagramm?
- 2) Welche Wahlkampf-Standards legt ihre Partei im digitalen Bundestagswahlkampf 2021 zu Grunde? Sind diese verschriftlicht? Auch öffentlich? (z.B. hatten im Bundestagswahlkampf 2017 Bündnis 90/Die Grünen eine Selbstverpflichtung in Bezug auf (Micro)Targeting<sup>2</sup>)
- 3) Benutzen Sie Mikrotargeting (personalisierte Online-Werbung)?
  - 3.1 Falls ja, welche Datenstrukturen verwenden Sie zur Personalisierung? (Ort, Einkommen, Parteipräferenzen, psychologische Profile, Sinus-Milieus, usw.)? Wo beginnen für ihre Partei bei zielgruppengerechter und professioneller Bürgeransprache durch Profiling und (Micro)Targeting der unlautere Bereich bzw. was halten sie für legitim?
  - 3.2. Welche Möglichkeiten nutzen sie bewusst nicht?
  - 3.3 In Irland fordern zivilgesellschaftliche Akteure eine Selbstverpflichtung (<https://fairplaypledge.org>). Würden sie einer solchen Selbstverpflichtung zustimmen, wenn dort Behavioral Microtargeting und Einschränkungen bei Target Metriken beinhaltet sind – ja oder nein? Über eine Begründung würden wir uns freuen.
- 4) Der Hauptberater der EU-Kommission für Justiz und Verbraucher, Herr Paul Nemitz, sieht hohen Bedarf der gesetzlichen Regulierung. Viele Akteure aus Demokratie- und Netzpolitik sehen Handlungsbedarf. Welche Regulierung schlägt ihre Partei vor? Für Plattformen und Digitalkonzerne für eine demokratische und politische Öffentlichkeit?
- 5) Welche Rolle würde dabei Kartellpolitik bzw. Entflechtung spielen? (Vgl. US-Entflechtungsverfahren gegen Facebook)

---

<sup>2</sup> <https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2017/02/2017-02-13-Beschluss-Selbstverpflichtung-Gruene.pdf>

Über eine Beantwortung der Fragen bis Mitte Januar würden wir uns sehr freuen. Anfang Februar würden wir die Analyse der Antworten und den Vergleich der Parteien publizieren.

Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihrer Partei

Gute Weihnachtstage, guten Start ins demokratische Bundestagswahljahr 2021 und gesunde Tage

Dr. Thomas Dürmeier

Geschäftsführer