



EUROPEAN PIRATES
in the European Parliament

Politische Werbung: Schützt die Demokratie vor Manipulation und Überwachungswerbung!

Liebe Freunde,

ich beziehe mich auf das [Schreiben](#), das ihr letztes Jahr an die Bundesregierung zum **Verordnungsentwurf über politische Werbung** gerichtet hattet. Ich war als Mitglied des LIBE-Ausschusses des Europäischen Parlaments und Schattenberichterstatter an den Verhandlungen beteiligt. Mein Ausschuss hat die ausschließliche Zuständigkeit für die Bestimmungen über die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Targeting politischer Werbung.

Ich begrüße eure Initiative, weil wir bisher nur wenig öffentlichen Druck zu diesem Gesetzgebungsverfahren gesehen haben, obwohl es für die Integrität demokratischer Wahlen und Prozesse von außerordentlicher Bedeutung ist. Ich begrüße auch die Forderung nach Einschränkungen bei der Verarbeitung von beobachteten und abgeleiteten personenbezogener Daten und teile die Sorge bezüglich der vom Rat geforderten Ausnahme für Regierungsbotschaften.

Wie ihr vielleicht gehört habt, hat der federführende Ausschuss des Europäischen Parlaments IMCO gerade seinen [Bericht](#) zu dem Verordnungsentwurf angenommen, der nächste Woche im Plenum angenommen werden soll. Die Trilog-Verhandlungen mit dem Rat werden folgen.

Definition von politischer Werbung

Lasst mich auf eure Bedenken bezüglich der Definition von politischer Werbung eingehen, die alle Botschaften erfasst, die geeignet sind, demokratische Prozesse zu beeinflussen. Ihr sorgt euch, Einschränkungen auch unbezahlter politischer Botschaften schafften das „Risiko einer enormen Einschränkung der Möglichkeit der Teilnahme am politischen Diskurs für Individuen und Organisationen“. Ich stimme dem zu, aber tatsächlich droht mit der Verordnung keinerlei Einschränkung unbezahlter politischer Botschaften:

In den Entwürfen von Kommission, des Rates und des Parlaments sind die Transparenzverpflichtungen eindeutig auf politische Werbedienste beschränkt. Nach Artikel 4 gilt das gesamte Kapitel nur für solche Dienstleistungen, die regelmäßig gegen Entgelt erbracht werden, und schließt die Anwendung auf organische Inhalte und politische Botschaften aus, die Einzelpersonen oder die Zivilgesellschaft veröffentlichen.

Bezüglich der Beschränkungen des personenbezogenen Targeting übernehmen die Entwurfstexte von Kommission und Rat im Wesentlichen nur, was Artikel 9 DSGVO bereits in Bezug auf besondere Datenkategorien vorsieht. Der Europäische Datenschutzbeauftragte

[kommentiert](#) zu Recht: "Nach Ansicht des EDSB bietet Artikel 12 des Vorschlags in praktischer Hinsicht keinen zusätzlichen Schutz gegenüber den bestehenden unionsrechtlichen Datenschutzbestimmungen". Aus diesem Grund sehen die Entwürfe der Kommission und des Rates keinerlei neue Einschränkungen der Verbreitung politischer Äußerungen vor, auch wenn sie nicht auf Dienstleistungen beschränkt sind (auch die Datenschutz-Grundverordnung ist dies nicht).

Der Bericht des IMCO-Ausschusses beschränkt die Targeting-Regeln nicht nur eindeutig auf politische Werbedienstleistungen. Er schließt die Amplifizierung und Empfehlungsalgorithmen aus der vorgeschlagenen Verordnung aus (Änderungsantrag 204) und beschränkt die vorgeschlagenen Verbote ausdrücklich auf "ad targeting" und "ad delivery", also Werbung. Organische Inhalte, wie ihr sie postet, fallen ohnehin nicht unter die geplanten Targeting-Regeln, weil unbezahlte Beiträge nicht mithilfe personenbezogener Daten auf ein bestimmtes Publikum ausgerichtet ("getargeted") werden. Daher schränkt auch der Standpunkt des Parlaments die Verbreitung unbezahlte politische Äußerungen in keiner Weise ein.

Schlupflöcher verhindern!

Lasst mich auf einen massiven Nachteil hinweisen, der sich aus der Beschränkung der Targeting-Regeln auf kommerzielle Dienstleistungen ergibt: Je nach Auslegung könnte keine der vom Parlament vorgeschlagenen Beschränkungen für das personenbezogene Targeting politischer Brief-, E-Mail- oder SMS-Botschaften durch politische Akteure selbst gelten. Selbst die Verwendung von Verhaltensdaten (behavioral advertising) und abgeleiteten Informationen (inferred data) in diesem Zusammenhang könnte völlig unreguliert sein.

Die vom Parlament vorgeschlagenen Targeting-Regeln (Artikel 12) sollen nur gelten, wenn externe "politische Werbedienste" in Anspruch genommen werden, also nicht für Briefe, E-Mails und SMS und Textnachrichten, die direkt von Kampagnen verschickt werden. Dies könnte ein massives Schlupfloch schaffen, wenn man bedenkt, wie häufig Briefe, E-Mails und Textnachrichten in politischen Kampagnen verwendet werden. Zum Beispiel erhielten Ungarn unerwünschte Anrufe und Textnachrichten von Orbans Fidesz-Partei, die sie ermutigten für die Partei zu stimmen, [deckte Human Rights Watch auf](#).

Wir haben erreicht, dass Änderungsantrag 21 einen Erwägungsgrund hinzufügt: "Wenn Sponsoren personenbezogene Daten für gezieltes politisches Direktmarketing wie das gezielte Versenden elektronischer Post oder Textnachrichten in großem Umfang und auf systematischer Basis verwenden, sollten die Beschränkungen für Targeting gelten, unabhängig davon, ob ein Dienst beteiligt ist oder nicht". Es gibt jedoch keine Mehrheit dafür, dies in die Artikelbestimmungen der Verordnung selbst einfließen zu lassen, wahrscheinlich weil die politischen Akteure selbst diese Praktiken weiterhin unreguliert selbst anwenden möchten.

Es wäre daher sehr wichtig und willkommen, wenn ihr eure Stimme erheben könntet, damit personenbezogenes politisches Direktmarketing im Zuge der Trilogverhandlungen eindeutig in die neue Verordnung einbezogen wird. Wir dürfen nicht zulassen, dass die geplanten Regeln zum Schutz unserer Demokratie umgangen werden, indem einfach von manipulativen Facebook-Anzeigen auf manipulative Messenger-Nachrichten, E-Mails oder SMS umgestiegen wird.

Stoppen wir überwachungsgestützte politische Werbung!

Mit dem vorgeschlagenen Artikel 12 **kämpft das Europäische Parlament für ein Verbot der Verwendung von Überwachungswerbung zur Manipulation unserer demokratischen Wahlen.** Eine Zusammenfassung der vorgeschlagenen Regeln findet ihr in meiner [Pressemitteilung](#). Aus den Kampagnen von Donald Trump und dem Brexit haben wir gelernt, dass man einen Wähler sehr effektiv und unbewusst manipulieren kann, wenn man weiß, welche Botschaft bei ihm wirkt. Zwar nutzen viele Parteien das personalisierte Targeting, doch kommt es in der Praxis vor allem populistischen und antidemokratischen Kräften wie der AfD zugute.

Die von der Kommission vorgeschlagenen und kürzlich **von den Regierungen im Rat gebilligten Targeting-Regeln sind jedoch nur eine Fassade.** Der Europäische Datenschutzbeauftragte [kommentiert](#) zu Recht: "Nach Ansicht des EDSB bietet Artikel 12 des Vorschlags in praktischer Hinsicht keinen zusätzlichen Schutz gegenüber den bestehenden unionsrechtlichen Datenschutzbestimmungen". Der Rat nahm den Vorschlag der Kommission ohne wesentliche Änderungen in dieser Hinsicht an. Nach diesen Vorschriften würde das überwachungsgestützte Microtargeting in keiner Weise eingeschränkt, und selbst bei der Verwendung besonderer Datenkategorien gäbe es Ausnahmen vom Verbot wie die Einwilligung, die online leicht zu bekommen ist.

Dieser Ansatz würde es ermöglichen, dass die digitale Manipulation von Wahlen und Volksabstimmungen unvermindert fortgesetzt werden kann. Antidemokratische radikale Kräfte würden weiterhin Überwachungsanzeigen nutzen, um gezielt Hassbotschaften und Lügen an Wähler zu senden, die dafür empfänglich sind, und so die Grundlage unserer Demokratie gefährden. Wir erleben im Rat eine gefährliche Mischung aus dem kurzsichtigen Eigeninteresse der Mächtigen, Überwachungswerbung für sich selbst zu nutzen, und den Geschäftsinteressen der großen Technologiekonzerne.

Daher wird es bei den anstehenden Trilog-Verhandlungen sehr vom Druck der Zivilgesellschaft abhängen, ob wir einen nennenswerten Schutz gegen manipulatives Targeting erreichen können. Es wäre daher sehr wichtig und willkommen, wenn ihr weiterhin und erneut eure Stimme für Demokratie und Integrität erheben könntet.

Bei Fragen stehen mein Team und ich jederzeit zu eurer Verfügung.

Beste Grüße

Dr. Patrick Breyer

Piratenpartei, Schattenberichterstatter von Grüne/EFA im LIBE-Ausschuss