Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG · 80282 München

Transparenzbe**kanntmachung** politische Werbung

1. Auftraggeber der Anzeige:

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V.
Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin
berlin@ernaehrungsindustrie.de

2. (ggf.) Einrichtung, die den Auftraggeber kontrolliert:

3. (ggf.) abweichende Einrichtung, die die politische Anzeige finanziert:

4. Geplanter Veröffentlichungszeitraum der Anzeige:

Ab 19. Oktober 2026, je Belegung 4 Tage

5. Kosten der Anzeige / Kampagne

a) Preis/Betrag für diese Anzeige: 13.907 EUR (zzgl. MwSt.)

b) Wert sonstiger Leistungen: (z. B. Sachleistungen)

c) Berechnungsmethode:

6. (ggf.) Gesamtbudget der Gesamtkampagne in EUR zzgl. MwSt.

7. Herkunft der Mittel zur Finanzierung der Anzeige/Kampagne:

a) Quelle der Gelder:

☑ *privat*
☐ *öffentlich*

b) Ursprung der Mittel für die Finanzierung:

☑ *innerhalb EU*
☐ *außerhalb EU, nämlich:*

8. Die politische Anzeige steht im Zusammenhang mit:

Gesetzgebungsverfahren zur Einführung einer Steuer auf zuckergesüßte Getränke (Zuckersteuer), Formulierungshilfe der Bundesregierung zum Haushaltsbegleitgesetz 2027, Kabinettsbeschluss vom 14.10.2026

ggf. Link zu Modalitäten der Teilnahme an Wahl:

9. Beschwerdemöglichkeit, falls politische Anzeige nicht der EU-Verordnung 2024/900 entsprechen sollte: transparenz@merkurtz.media

10. Wurde bereits früher eine ähnliche Anzeige wegen eines Verstoßes gegen die o.g. EU-Verordnung 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung ausgesetzt oder eingestellt?

☐ *Ja*
☑ *Nein*

//

Dieser Abschnitt muss nur bearbeitet werden, wenn es sich um eine Online-Anzeige handelt UND es dabei zum Einsatz von Targeting- und/oder Anzeigenschaltungsverfahren kommt

VERWENDUNG VON TARGETING- und/oder ANZEIGENSCHALTUNGSVERFAHREN auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten

11. Bei der politischen Anzeige kamen Targeting- und/oder Anzeigenschaltungs-verfahren zur Anwendung, die auf der Verwendung personenbezogener Daten beruhen.

☐ *Ja*

12. Informationen zu den verwendeten Targeting- und/oder Anzeigenschaltungs-verfahren:

a) Angewandte Analysetechniken:

Entfällt. Keine Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren auf Basis personenbezogener Daten; Ausspielung ausschließlich festplatziert und kontextuell.

b) Spezifische Gruppe(n) gezielt angesprochener Empfänger, einschließlich der Parameter, die zur Bestimmung der Empfänger, an die die Anzeige verbreitet wird, verwendet werden:

c) Kategorien personenbezogener Daten, die für die Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren verwendet wurden:

d) Ziele, Mechanismen und Logik des Targetings, einschließlich der Inklusions- und Ausschlussparameter und der Gründe für die Auswahl dieser Parameter:

e) Informationen über den Einsatz von Systemen der künstlichen Intelligenz beim Targeting und bei der Anzeigenschaltung im Rahmen der politischen Werbung:

f) Anzahl der Interaktionen mit der politischen Anzeige in Form von Klicks, Likes und Kommentaren (falls technisch möglich):

g) Interne Vorgehensweise, wie Targeting- und Anzeigenschaltungstechniken eingesetzt werden: