



Rat der  
Europäischen Union

124473/EU XXVII. GP  
Eingelangt am 12/12/22

Brüssel, den 6. Dezember 2022  
(OR. en)

15669/22

---

---

**Interinstitutionelles Dossier:**  
**2021/0381(COD)**

---

---

AG 150  
COMPET 1002  
INST 443  
PE 147  
DATAPROTECT 349  
FREMP 258  
CONSOM 326  
TELECOM 514  
AUDIO 131  
MI 917  
DISINFO 103  
FIN 1307  
CODEC 1938

#### VERMERK

---

Absender:	Generalsekretariat des Rates
Empfänger:	Rat

---

Nr. Vordok.:	15200/22
Nr. Komm.dok.:	14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1 REV 1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final

---

Betr.:	Vorschlag für eine VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung – Allgemeine Ausrichtung
--------	--

---

## **I. ERLÄUTERUNGEN ZUR SACHE**

1. Die Kommission hat dem Europäischen Parlament und dem Rat am 25. November 2021 den Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (im Folgenden „Vorschlag“)<sup>1</sup> vorgelegt. Dieser Vorschlag ist eines der Elemente des Pakets zur Demokratie und Integrität der EU-Wahlen (im Folgenden „Demokratiepaket“).
2. Im Europäischen Parlament ist der Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz (IMCO) der federführende Ausschuss, gemeinsam mit dem Ausschuss für bürgerliche Freiheiten, Justiz und Inneres (LIBE) und dem Ausschuss für Kultur und Bildung (CULT). Die ernannten Berichterstatter sind Sandro GOZI (Renew Europe, Frankreich) für IMCO, Anna Julia DONATH (Renew Europe, Ungarn) für LIBE und Sabine VERHEYEN (PPE, Deutschland) für CULT. Die Arbeit im Europäischen Parlament ist noch nicht abgeschlossen.
3. Der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss hat seine Stellungnahme<sup>2</sup> am 27. Februar 2022 abgegeben.
4. Der Ausschuss der Ständigen Vertreter (2. Teil) (AStV) hat sich am 21. Dezember 2021 auf die fakultative Anhörung des Ausschusses der Regionen geeinigt<sup>3</sup>. Der Ausschuss der Regionen hat seine Stellungnahme<sup>4</sup> auf seiner Plenartagung vom 27./28. April 2022 angenommen.

## **II. ARBEITEN IM RAT**

5. Die Kommission hat das Demokratiepaket am 30. November 2021 der Gruppe „Allgemeine Angelegenheiten“ vorgelegt. Die Ministerinnen und Minister haben auf der Tagung des Rates (Allgemeine Angelegenheiten) vom 25. Januar 2022 eine erste Orientierungsaussprache über alle vier Legislativvorschläge des Demokratiepakets geführt.
6. Auf dieser Grundlage wurde der Vorschlag auf Gruppenebene eingehend geprüft. Seither fanden achtzehn Sitzungen der Gruppe „Allgemeine Angelegenheiten“ und drei Beratungen im AStV statt, und sechs Kompromisstexte des Vorsitzes wurden insgesamt erstellt.

---

<sup>1</sup> Dok. 14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1 REV 1; + ADD 2-4 – COM(2021) 731 final.

<sup>2</sup> Dok. 6609/22.

<sup>3</sup> Dok. 14928/21.

<sup>4</sup> Dok. 8821/22.

7. Der jüngste Kompromisstext des Vorsitzes (siehe Anlage zu Dokument 15200/22) wurde vom AStV auf seiner Tagung vom 1. Dezember 2022 geprüft. Insgesamt könnte die Mehrheit der Delegationen den Kompromisstext des Vorsitzes als Grundlage für eine allgemeine Ausrichtung unterstützen und den Vorsitz ermächtigen, auf dieser Grundlage Verhandlungen mit dem Europäischen Parlament aufzunehmen. Eine Delegation hat zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch einen Parlamentsvorbehalt. Die wichtigsten Bemerkungen der Delegationen in dieser Sitzung lauten wie folgt:

- i. **Artikel 12:** Einige Delegationen forderten einen ehrgeizigeren Ansatz, der die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten zu Zwecken des Targeting und des Amplifizierens verbietet. Einige dieser Delegationen zogen zwar einen strengeren Ansatz vor, wiesen aber darauf hin, dass sie im Geiste eines Kompromisses den Text des Vorsitzes im Hinblick auf die Aufnahme der Verhandlungen zu diesem Zeitpunkt unterstützen könnten.
- ii. **Anwendungsbereich:** Einige Delegationen baten um Klarstellung in Bezug auf die nationalen Vorschriften, insbesondere in Bezug auf Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Erwerb von Gewerbeflächen für politische Werbezwecke, Tätigkeiten im Vorfeld von Wahlen und die Kommunikation der Regierung im Zusammenhang mit Gesetzgebungs- und Regulierungsinitiativen.
- iii. **Geltungsdauer:** Einige Delegationen forderten eine längere Geltungsdauer nach der Veröffentlichung im Amtsblatt, wie vom Vorsitz vorgeschlagen.

Weitere Bemerkungen betrafen die Rechtsgrundlage, Begriffsbestimmungen, Subsidiarität, Pflichten für Sponsoren und mögliche Belastungen für Kleinstunternehmen.

8. Im Anschluss an die oben genannte Aussprache kam der der Vorsitzende zu dem Schluss, dass der Vorsitz zwar einige Klarstellungen prüfen werde, die sich nicht auf den Inhalt des Textes auswirken würden, der Kompromisstext jedoch die erforderliche politische Unterstützung gefunden habe, um den Rat (Allgemeine Angelegenheiten) zu ersuchen, auf dieser Grundlage auf seiner Tagung am 13. Dezember 2022 eine allgemeine Ausrichtung festzulegen.

### III. WICHTIGSTE ELEMENTE DES KOMPROMISSTEXTES DES VORSITZES

9. Vor diesem Hintergrund hat der Vorsitz einen überarbeiteten Kompromisstext (siehe Anlage) erstellt. An dem vom AStV am 1. Dezember geprüften Kompromisstext (siehe Anlage zu Dokument 15200/22) wurden folgende Änderungen vorgenommen:
- i. **Erwägungsgrund 13:** Es wurde zusätzlicher Text eingefügt, um klarzustellen, dass diese Verordnung nationale Vorschriften, die sich unter anderem auf Verbote oder Beschränkungen politischer Werbung während bestimmter Zeiträume oder auf das Verbot der Nutzung von gewerblichem Raum zu Wahlkampzzwecken beziehen, nicht ändert.
  - ii. **Erwägungsgrund 18:** Es wurde Text eingefügt, um weiter klarzustellen, dass die Kommunikation von Behörden oder Regierungsmitgliedern in Bezug auf Gesetzgebungs- und Regulierungsinitiativen in der Regel keine politische Werbung im Sinne dieser Verordnung darstellt.
  - iii. **Erwägungsgrund 23:** Es wurde eine fachliche Anpassung an Artikel 2 Absatz 4 Buchstabe g vorgenommen.
  - iv. **Artikel 20 Absatz 2:** Es wird nun vorgeschlagen, dass die Verordnung zwölf Monate nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt Anwendung findet.
10. Der Vorsitz ist der Auffassung, dass mit diesem Kompromisstext das richtige Gleichgewicht zwischen den Standpunkten der Delegationen hergestellt wird, und hält ihn für eine gute Grundlage, auf der die Ministerinnen und Minister eine allgemeine Ausrichtung zu diesem Vorschlag festlegen können und die dem Vorsitz als Verhandlungsmandat dienen kann, um Verhandlungen mit dem Europäischen Parlament aufzunehmen, damit eine Einigung in erster Lesung erzielt werden kann.
11. Inbesondere werden die Ministerinnen und Minister ersucht, die folgenden Schlüsselemente des Kompromisstextes des Vorsitzes in Bezug auf den ursprünglichen Kommissionsvorschlag zu prüfen:
- i. **Ziele und Anwendungsbereich (Artikel 1 und 1a):** Diese Elemente wurden in zwei Artikel aufgeteilt, um besser zwischen ihnen unterscheiden zu können und den Anwendungsbereich näher zu erläutern.

- ii. **Begriffsbestimmungen (Artikel 2, Erwägungsgründe 5, 16, 18, 18a, 19 und 26b):**  
Einige Begriffsbestimmungen wurden begründet, um mehr Rechtsklarheit zu schaffen, u. a. darüber, was als politische Werbung gilt (und was nicht) und welche Einrichtungen als politische Akteure zu betrachten sind, und um klarzustellen, dass ein Sponsor eine natürliche oder juristische Person sein kann, die in eigener Eigenschaft oder im Namen eines anderen Akteurs handelt. Die Begriffsbestimmungen der Verfahren zum Targeting und Amplifizieren wurden ebenfalls getrennt, um die Unterschiede zwischen den beiden Techniken hervorzuheben.
- iii. **Transparenzanforderungen (Artikel 7, Erwägungsgründe 38, 39, 40 und 41):**  
Diese Anforderungen wurden verschärft und weiter präzisiert, insbesondere durch die Anforderung, dass der Herausgeber der politischen Werbung mehr Informationen beifügen muss, gegebenenfalls unter Angabe ihres Charakters in Bezug auf Targeting oder Amplifizieren und durch Straffung der Informationen, die in die Transparenzbekanntmachung aufzunehmen sind. Der Text ermöglicht außerdem mehr Flexibilität in Bezug auf die mindestens bereitzustellenden Informationen.
- iv. **Bestimmungen über das Targeting und Amplifizieren (Artikel 12 und 12a, Erwägungsgrund 48):** Der Artikel wurde in zwei Teile aufgeteilt, um zwischen den Verboten und den spezifischen Anforderungen an Verfahren zum Targeting und Amplifizieren für politische Werbung zu unterscheiden. Darüber hinaus wird die Einwilligung für die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten gesondert und speziell für die Zwecke politischer Werbung erteilt, um den fundierten Charakter der Entscheidungen der betroffenen Person zu stärken.
- v. **Bevollmächtigter Vertreter (Artikel 14, Erwägungsgründe 55 und 55a):** Dieser Artikel wurde weiter untermauert, um seine Umsetzung und insbesondere die Folgen für den Fall zu klären, dass die Diensteanbieter in anderen Mitgliedstaaten, in denen sie ihre Dienste anbieten, keinen bevollmächtigten Vertreter benennen. Darüber hinaus wurde die Verpflichtung eingeführt, Aufzeichnungen über die in jedem Mitgliedstaat benannten bevollmächtigten Vertreter zu führen und zu veröffentlichen, um die Aufsicht zu verbessern und die Durchführung der Verordnung, insbesondere im Zusammenhang mit grenzüberschreitenden Dienstleistungen, zu erleichtern.
- vi. **Zuständige Behörden (Artikel 15 und 15a, Erwägungsgründe 59a, 59b, 59c und 60):** Der ursprüngliche Artikel wurde in zwei Teile aufgeteilt, um die Aufgaben der zuständigen Behörden besser zu definieren und die Zusammenarbeit zwischen ihnen bei grenzüberschreitenden Dienstleistungen im Einzelnen festzulegen. Das Verfahren der Zusammenarbeit wurde an das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act),

DSA)<sup>5</sup> angeglichen, unter anderem indem die zuständige Behörde der Hauptniederlassung in erster Linie zuständig gemacht wurde und gemeinsame Untersuchungen vorgesehen wurden.

- vii. **Sanktionen (Artikel 15 Absatz 5 Buchstabe c und Artikel 16, Erwägungsgrund 63):** Ein gewisses Maß an Harmonisierung wurde durch die Festlegung eines Höchstwerts im Einklang mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)<sup>6</sup> eingeführt. Weitere Änderungen in Bezug auf „Geldbußen“ wurden eingeführt, um die Vereinbarkeit mit den nationalen Vorschriften in allen Mitgliedstaaten zu gewährleisten.
- viii. **Bewertung und Überprüfung (Artikel 18, Erwägungsgrund 67):** In ihrem Bericht ist die Kommission nun verpflichtet, bestimmte Aspekte der Verordnung zu prüfen, darunter mögliche weitere Beschränkungen der Verwendung personenbezogener Daten bei Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, Auswirkungen auf kleine und mittlere Unternehmen und die Einrichtung öffentlicher Register.
- ix. **Delegierte Rechtsakte (Artikel 19, Erwägungsgrund 66):** Die Verpflichtung zur Konsultation der von den Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen wurde eingeführt, und die übertragenen Befugnisse sind auf drei Jahre begrenzt und können verlängert werden.

Alle Änderungen gegenüber dem ursprünglichen Kommissionsvorschlag sind durch **Fettdruck und Kursivschrift** kenntlich gemacht und Streichungen sind durch [...] gekennzeichnet. Darüber hinaus sind Änderungen gegenüber dem vorherigen Kompromisstext des Vorsitzes (siehe Anlage zu Dokument 15200/22) durch Unterstreichung gekennzeichnet.

#### IV. FAZIT

- 12. Vor diesem Hintergrund wird der Rat (Allgemeine Angelegenheiten) ersucht,
  - i. eine Einigung über eine allgemeine Ausrichtung auf Grundlage des Kompromisstextes des Vorsitzes (siehe Anlage) zu erzielen, und
  - ii. den Vorsitz zu ermächtigen, auf dieser Grundlage Verhandlungen mit dem Europäischen Parlament aufzunehmen, um eine Einigung in erster Lesung zu erzielen.

<sup>5</sup> Verordnung (EU) 2022/2065 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (ABl. L 277 vom 27.10.2022, S. 1).

<sup>6</sup> Verordnung (EU) 2016/679 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

Vorschlag für eine  
**VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES**  
**über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung**

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, insbesondere auf die Artikel 16 und 114,

auf Vorschlag der Europäischen Kommission,

nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses<sup>7</sup>,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen<sup>8</sup>,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren,

---

<sup>7</sup> ABl. C ... vom ..., S. ....

<sup>8</sup> ABl. C ... vom ..., S. ....

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Angebot und Nachfrage nach politischer Werbung nehmen zu und haben mehr und mehr grenzüberschreitenden Charakter. Damit einher geht eine große, vielfältige und wachsende Zahl von Dienstleistungen, wie politische Beratungsfirmen, Werbeagenturen, Adtech-Plattformen, PR-Agenturen, Influencer und verschiedene Datenanalyse- und Maklerunternehmen. Politische Werbung hat viele Facetten, darunter bezahlte Inhalte, gesponserte Suchergebnisse, bezahlte gezielte Botschaften, Werbung in Ranglisten, Bewerbung von Produkten oder Personen in Inhalten von Produktplatzierungen, Influencer und andere Befürwortungen. Damit verbundene Aktivitäten können beispielsweise die Verbreitung politischer Werbung auf Verlangen eines Sponsors oder die Veröffentlichung von Inhalten gegen Bezahlung umfassen.
- (2) Politische Werbung kann über verschiedene Kanäle und Medien grenzüberschreitend veröffentlicht oder verbreitet werden. Sie kann über traditionelle Offline-Medien wie Zeitungen, Fernsehen oder Rundfunk verbreitet werden und wird zunehmend auch über Online-Plattformen, Websites, mobile Anwendungen, Computerspiele oder andere digitale Schnittstellen verbreitet. Letztere sind nicht nur besonders prädestiniert für grenzüberschreitende Anwendungen, sondern stellen auch neuartige und schwierige Herausforderungen an die Regulierung und Durchsetzung. Der Einsatz politischer Online-Werbung nimmt stark zu und bestimmte lineare Offline-Formen politischer Werbung wie Rundfunk und Fernsehen werden auch online auf Abruf („on demand“) angeboten. Politische Werbekampagnen werden in der Regel über eine Reihe von Medien und in verschiedenen Formen organisiert.
- (3) Da Werbung, einschließlich politischer Werbung, in der Regel gegen Entgelt erfolgt, **wozu auch Sachleistungen gehören können**, stellt sie eine Dienstleistungstätigkeit im Sinne von Artikel 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) dar. In der dem Vertrag von Amsterdam beigefügten Erklärung Nr. 22 zu Personen mit einer Behinderung kam die Konferenz der Vertreter der Regierungen der Mitgliedstaaten überein, dass die Organe der Union bei der Ausarbeitung von Maßnahmen nach Artikel 114 AEUV den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderungen Rechnung tragen müssen.



- (4) Die Notwendigkeit, Transparenz zu gewährleisten, ist ein legitimes Ziel des Allgemeininteresses im Einklang mit den gemeinsamen Werten der EU und der Mitgliedstaaten gemäß Artikel 2 des Vertrags über die Europäische Union (EUV). Es ist nicht immer einfach für Bürger, politische Anzeigen zu erkennen und ihre demokratischen Rechte in informierter Weise auszuüben. **Die zunehmende Komplexität der Desinformation, die Diversifizierung der Akteure, die rasche Entwicklung neuer Technologien und die verstärkte Verbreitung manipulativer Einflussnahme stellen für die Union und die Mitgliedstaaten wichtige Herausforderungen dar. Politische Werbung kann ein Vektor für Desinformation sein, insbesondere wenn der politische Charakter nicht aus der Werbung hervorgeht und wenn sie gezielt eingesetzt oder „amplifiziert“ wird.** Ein hohes Maß an Transparenz ist unter anderem erforderlich, um eine offene und faire politische Debatte **bei der Gewährleistung demokratischer politischer Kampagnen** sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen und gegen Desinformation und widerrechtliche Eingriffe, auch aus dem Ausland, vorzugehen. [...] Eine transparente politische Werbung trägt dazu bei, dass Wähler besser erkennen können, wenn ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird, wer der Anbieter der Anzeige ist und wie sie von einem Anbieter von Werbedienstleistungen erreicht werden, sodass Wähler besser in der Lage sind, fundierte Entscheidungen zu treffen.
- (4a) **Mit dieser Verordnung soll sichergestellt werden, dass politische Werbung unter uneingeschränkter Achtung der Grundrechte, unter anderem der Datenschutzrechte, erbracht wird.**

- (5) Im Zusammenhang mit politischer Werbung werden häufig Verfahren zum Targeting und Amplifizieren eingesetzt, **die auf der Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen, einschließlich beobachteter und abgeleiteter personenbezogener Daten, wie etwa Daten, die Aufschluss über politische Meinungen geben, und andere besondere Datenkategorien.** Verfahren zum Targeting [...] sind als Verfahren zu verstehen, die verwendet werden, um eine [...] politische Anzeige nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten, **in der Regel mit maßgeschneiderten Inhalten, und die auf der Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen, unabhängig davon, wie die personenbezogenen Daten erlangt wurden. Verfahren zum Amplifizieren, zu denen ein breites Spektrum an Optimierungs- und Anzeigenschaltungstechniken gehört, zielen darauf ab, den Umlauf, die Reichweite oder die Sichtbarkeit einer politischen Anzeige auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten zu erhöhen, unabhängig davon, wie die personenbezogenen Daten erlangt wurden.** Angesichts der Macht und des Potenzials des Missbrauchs personenbezogener Daten durch Targeting, einschließlich durch Mikrotargeting und andere fortgeschrittene Verfahren, können solche Verfahren eine besondere Bedrohung für legitime öffentliche Interessen wie Fairness, Gleichbehandlung und Transparenz im Wahlverfahren und das Grundrecht auf objektive, transparente und pluralistische Informationen darstellen.
- (6) Der Regelungsrahmen für politische Werbung ist derzeit in den Mitgliedstaaten sehr fragmentiert und konzentriert sich in vielen Fällen tendenziell auf traditionelle Medien. Konkrete Beschränkungen gibt es für die grenzüberschreitende Bereitstellung politischer Werbedienstleistungen. Während des Wahlzeitraums untersagen einige Mitgliedstaaten Diensteanbietern in der EU, die in anderen Mitgliedstaaten ansässig sind, die Erbringung von politischen Dienstleistungen oder Dienstleistungen zu politischen Zwecken. Gleichzeitig dürften Lücken und Schlupflöcher in nationalen Rechtsvorschriften einiger Mitgliedstaaten dazu führen, dass politische Werbung mitunter ohne Rücksicht auf die einschlägigen nationalen Vorschriften verbreitet wird und damit das Ziel der Transparenz politischer Werbung zu unterlaufen droht.
- (7) Zur Verbesserung der Transparenz politischer Werbung, einschließlich der Berücksichtigung der Anliegen von Bürgern, haben einige Mitgliedstaaten bereits zusätzliche Maßnahmen geprüft bzw. erwägen diese, um die Transparenz politischer Werbung anzugehen und eine faire politische Debatte sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen. Diese nationalen Maßnahmen werden insbesondere für online veröffentlichte und verbreitete Werbung erwogen und können weitere Verbote umfassen. Sie reichen von weichen bis hin zu verbindlichen Maßnahmen und beinhalten verschiedene Transparenzaspekte.

- (8) Diese Situation führt zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts, mindert die Rechtssicherheit für Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die politische Anzeigen ausarbeiten, platzieren, **fördern**, veröffentlichen oder verbreiten, schafft Hindernisse für den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen, verzerrt den Wettbewerb im Binnenmarkt, darunter auch zwischen Offline- und Online-Diensteanbietern, und erfordert komplexe Anstrengungen zur Einhaltung der Vorschriften und zusätzliche Kosten für die betreffenden Diensteanbieter.
- (9) Dieser Umstand hält Anbieter politischer Werbedienstleistungen wahrscheinlich davon ab, ihre politischen Werbedienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten. Dies gilt insbesondere für Kleinunternehmen und KMU, die oftmals nicht die Ressourcen haben, die hohen Befolgungskosten im Zusammenhang mit der Ausarbeitung, Platzierung, **Förderung**, Veröffentlichung oder Verbreitung politischer Werbung in mehr als einem Mitgliedstaat aufzufangen oder weiterzugeben. Damit wird die Verfügbarkeit von Dienstleistungen und die Möglichkeit für Diensteanbieter, innovativ zu sein und multimediale und multinationale Kampagnen im Binnenmarkt anzubieten, eingeschränkt.
- (10) Daher sollten politische Werbedienstleistungen in der gesamten Union ein einheitliches und hohes Maß an Transparenz politischer Werbung gewährleisten. Gleichzeitig sollten Unterschiede, die den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes einschränken, verhindert werden, indem einheitliche Transparenzpflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen festgelegt werden, die einen einheitlichen Schutz der Rechte von Personen und die Überwachung des Binnenmarkts auf der Grundlage von Artikel 114 AEUV garantieren.
- (11) Die Mitgliedstaaten sollten von den Bestimmungen dieser Verordnung abweichende innerstaatliche Rechtsvorschriften **über die Transparenz politischer Werbung** weder aufrechterhalten noch einführen; dies gilt insbesondere für strengere oder weniger strenge Rechtsvorschriften zur Gewährleistung eines anderen Transparenzniveaus politischer Werbung. Eine vollständige Harmonisierung der Transparenzanforderungen für politische Anzeigen steigert die Rechtssicherheit und verringert die Fragmentierung der von Diensteanbietern im Zusammenhang mit politischer Werbung zu erfüllenden Pflichten.

- (12) Die vollständige Harmonisierung der Transparenzanforderungen sollte die Freiheit der Anbieter politischer Werbedienstleistungen unberührt lassen, auf freiwilliger Basis weitere Informationen über politische Werbung, *etwa die Durchklickrate einer bestimmten politischen Online-Anzeige*, als Teil des nach Artikel 11 der Charta der Grundrechte geschützten Rechts auf freie Meinungsäußerung *und auf Informationsfreiheit* zur Verfügung zu stellen.
- (13) Diese Verordnung *beschränkt sich auf die Harmonisierung der Vorschriften über die Transparenz, das Targeting und das Amplifizieren politischer Werbung. Sie lässt* sowohl den [...] Inhalt politischer Werbung als auch die Vorschriften *der Union oder der Mitgliedstaaten zur Regelung von Aspekten im Zusammenhang mit* politischer Werbung, *die nicht unter diese Verordnung fallen*, unberührt [...]. *Somit ändert diese Verordnung nichts an den Vorschriften zur Regelung der Durchführung und Finanzierung politischer Kampagnen, einschließlich allgemeiner Verbote oder Beschränkungen politischer Werbung während bestimmter Zeiträume, der sogenannten Schweigefristen, Spenden einzelner Wahlkampfspender oder Verbote in Bezug auf die Nutzung kommerzieller Werbung für Wahlkampfszwecke.*
- (13a) *Bei der Anwendung und Durchsetzung dieser Verordnung sollte den besonderen Bedürfnissen von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen im Einklang mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit Rechnung getragen werden. Der Begriff „Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen“ sollte im Sinne von Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU verstanden werden.*

- (14) Diese Verordnung sollte [...] harmonisierte **Transparenzanforderungen** für Wirtschaftsakteure vorsehen, die politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen erbringen (d. h. Tätigkeiten, die normalerweise gegen ein Entgelt erbracht werden, *wozu auch Sachleistungen gehören können*); diese Dienstleistungen umfassen insbesondere die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung politischer **Anzeigen**. Die Vorschriften dieser Verordnung betreffend hohe Transparenzstandards für politische Werbedienstleistungen stützen sich auf Artikel 114 AEUV. Diese Verordnung sollte auch den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit [...] politischer Werbung [...] berücksichtigen, *die auf der Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen, unabhängig davon, ob dies mit einer Dienstleistung verbunden ist*. Die Vorschriften dieser Verordnung, die den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren behandeln, stützen sich auf Artikel 16 AEUV. An Einzelpersonen in einem Mitgliedstaat gerichtete politische Werbung sollte Werbung berücksichtigen, die in Gänze von Diensteanbietern außerhalb der Union ausgearbeitet, platziert, *gefördert*, veröffentlicht *oder verbreitet* wird, sich jedoch an Einzelpersonen in der Union richtet. Um zu ermitteln, ob eine politische Anzeige an Einzelpersonen in einem Mitgliedstaat gerichtet ist, sollten Faktoren berücksichtigt werden, die diese Anzeige mit diesem Mitgliedstaat verknüpfen, wie die Sprache, der Kontext, das Ziel der Anzeige und die Verbreitungswege.
- (14a) *Bei der Anwendung dieser Verordnung sollte den Besonderheiten des Mediums für die Veröffentlichung oder Verbreitung der politischen Anzeige Rechnung getragen werden, vor allem zur Anpassung der Modalitäten an Fernsehen, Rundfunk bzw. Zeitungen im Einklang mit dem EU-Recht.*
- (15) Auf Unionsebene gibt es keine Definition der Begriffe „politische Werbung“ oder „politische Anzeige“. Eine einheitliche Definition ist erforderlich, um den Anwendungsbereich der harmonisierten Transparenzpflichten und -regelungen zum Targeting und Amplifizieren festzulegen. Diese Definition sollte viele Formen politischer Werbung sowie alle Mittel und Arten der Veröffentlichung oder Verbreitung innerhalb der Union berücksichtigen, unabhängig davon, ob die Quelle dafür in der Union oder einem Drittstaat liegt.

- (16) Die Definition politischer Werbung sollte Werbung umfassen, die direkt oder indirekt durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen *ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet* wird. *Politische Werbung unterliegt in der Regel direkt oder indirekt der Kontrolle eines Sponsors, der ein politischer Akteur sein könnte und der insbesondere in der Lage wäre, den politischen Charakter, den Inhalt oder die Veröffentlichung der politischen Werbung zu bestimmen, die ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird. In manchen Fällen kann eine andere Stelle letztlich die tatsächliche Kontrolle über die einschlägigen Entscheidungen des Sponsors ausüben, indem sie Finanzmittel bereitstellt oder andere Formen der Kontrolle, einschließlich Unternehmenskontrolle, ausübt. Daher sollte sichergestellt werden, dass die in dieser Verordnung vorgesehenen Transparenzstandards solche Situationen abdecken.* Da Anzeigen durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen nicht von seiner Tätigkeit als politischer Akteur losgelöst werden können, sind sie geeignet, die politische Debatte zu beeinflussen, es sei denn, es handelt sich um Mitteilungen rein privater oder rein kommerzieller Art. *Um festzustellen, ob eine Mitteilung rein privater oder rein kommerzieller Art ist, sollten alle relevanten Faktoren berücksichtigt werden, wie etwa ihr Inhalt, die verwendete Sprache, der Kontext der Mitteilung, einschließlich des Zeitraums der Verbreitung, das Ziel der Mitteilung und die Mittel, mit denen die Mitteilung gefördert wird, die veröffentlicht oder verbreitet werden, sowie die Zielgruppe. Mitteilungen für oder im Namen eines politischen Akteurs, die gefördert, veröffentlicht oder an eine potenziell unbegrenzte Zahl von Dritten verbreitet werden, sollten nicht als rein privat betrachtet werden.*

- (17) Die **Förderung**, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Mitteilung durch andere Akteure, die geeignet **und darauf ausgerichtet** ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums **oder ein Abstimmungsverhalten** oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess **auf Unionsebene, auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene oder auf Ebene einer politischen Partei** zu beeinflussen, sollte auch unter politische Werbung fallen. **Es sollte eine eindeutige und wesentliche Verbindung zwischen der Mitteilung und ihrem Potenzial bestehen, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen.** Um das Vorliegen einer solchen Verbindung festzustellen, [...] sollten alle relevanten Faktoren berücksichtigt werden, wie **der Sponsor der Mitteilung**, der Inhalt der Mitteilung, die verwendete Sprache, der Kontext der Mitteilung – **einschließlich des Zeitraums der Verbreitung wie ein Wahlzeitraum** –, das Ziel der Mitteilung, [...] die Mittel, mit denen die Mitteilung **gefördert**, veröffentlicht oder verbreitet wird, **sowie die Zielgruppe**. Mitteilungen zu gesellschaftlichen oder kontroversen Belangen (**sogenannte „themenbezogene Anzeigen“**) können [...] geeignet **und darauf ausgerichtet** sein, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen.
- (18) **Im Interesse einer wirksamen Kommunikation mit der breiten Öffentlichkeit sollte die öffentliche Kommunikation durch, für oder im Namen einer Behörde eines Mitgliedstaats, einschließlich Regierungsmitgliedern, z. B. Pressemitteilungen oder Konferenzen, in denen Rechtsetzungs- oder Regulierungsinitiativen angekündigt werden und die diesen Initiativen zugrunde liegende politische Entscheidung erläutert wird, keine politische Werbung darstellen, sofern sie nicht dazu bestimmt sind, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen. Ebenso sollten praktische Informationen aus amtlichen Quellen der Mitgliedstaaten oder der Union, die sich ausschließlich auf die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden beziehen, einschließlich der Kandidaturen oder des Gegenstands der im Referendum gestellten Frage, keine politische Werbung darstellen.**



- (18a) *Diese Verordnung sollte nicht gelten, wenn ein bestimmter öffentlicher Raum für die Vorstellung von Kandidaten ausdrücklich gesetzlich vorgesehen und kostenlos zur Verfügung gestellt wird, z. B. durch die Zuweisung von Flächen für eine solche Präsentation in den Gemeinden und anderen öffentlichen Bereichen oder einer bestimmten Sendezeit im Fernsehen, sofern dies fair und diskriminierungsfrei auf der Grundlage transparenter und objektiver Kriterien erfolgt.*
- (19) Politische Ansichten, die in *beliebigen Medien unter redaktioneller Verantwortung, unter anderem in Programmen audiovisueller Mediendienste im Sinne von Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a der Richtlinie 2010/13/EU, im linearen und nicht linearen Rundfunk und in Print- oder Onlinemedien* geäußert werden, sollten nicht unter diese Verordnung fallen, *es sei denn, für oder im Zusammenhang mit der Äußerung dieser politischen Ansicht wird ein spezifisches Entgelt geleistet.*
- (20) Zu Zwecken dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck „Wahl“ sowohl die Wahlen zum Europäischen Parlament als auch alle Wahlen oder Referenden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene in den Mitgliedstaaten und für Führungspositionen innerhalb einer politischen Partei. Andere Wahlformen wie *berufsbezogene oder* privat organisierte Stimmabgaben sollten nicht berücksichtigt werden.
- (21) Politische Anzeigen müssen als Fall politischer Werbung definiert werden. Unter den Begriff „Anzeige“ fallen auch die Mittel, über die Werbung kommuniziert wird, darunter Printmedien, Rundfunkmedien oder Online-Plattformdienste.
- (22) Der Begriff „politische Akteure“ im Sinne dieser Verordnung sollte sich auf Konzepte nach Unionsrecht sowie nach nationalem Recht im Einklang mit internationalen Rechtsinstrumenten wie jenen des Europarats beziehen. Der Begriff der politischen *Akteure* sollte *rechtsfähige* und nicht *rechtsfähige* Einrichtungen *einer politischen Partei* umfassen, die sie unterstützen oder ihre Ziele verfolgen, beispielsweise durch die Zusammenarbeit mit einer bestimmten Wählergruppe oder zu einem konkreten Wahlzweck.



- (23) Der Begriff der politischen Akteure sollte auch [...] Kandidaten *für ein Wahlamt oder Inhaber eines solchen sowie Mitglieder der Regierung eines Mitgliedstaats* auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene *oder eines Organs der Union, mit Ausnahme des Gerichtshofs der Europäischen Union, der Europäischen Zentralbank und des Rechnungshofs, umfassen.* [...]
- (24) Eine Werbekampagne sollte sich auf die Ausarbeitung, *Platzierung, Förderung,* Veröffentlichung und Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage einer gemeinsamen Ausarbeitung, eines gemeinsamen Sponsorings und einer gemeinsamen Finanzierung beziehen. [...]
- (25) Die Definition des Begriffs „politische Werbung“ sollte *weder* nationale Definitionen für politische Parteien, politische Ziele oder *Kampagnen berühren noch Kampagnenregeln* auf nationaler Ebene *ändern oder in sie eingreifen.*
- (25a) *Die Definition des Begriffs „politischer Akteur“ greift nicht in nationale Vorschriften darüber ein, wer eine politische Kampagne durchführen darf, und sollte die Mitgliedstaaten nicht verpflichten, solche Vorschriften festzulegen.*
- (26) Damit ein breites Spektrum relevanter Diensteanbieter im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen abgedeckt wird, sollte der Begriff der Anbieter politischer Werbedienstleistungen auch Anbieter umfassen, die an der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung *oder* Verbreitung politischer *Anzeigen* beteiligt sind. *Anbieter, die reine Nebendienstleistungen im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen erbringen, sollten nicht als Anbieter politischer Werbedienstleistungen im Sinne dieser Verordnung verstanden werden. Nebendienstleistungen sind Dienstleistungen, die in der Regel von einer politischen Werbedienstleistung abhängen und diese ergänzen, aber weder direkten Einfluss auf den Inhalt oder die Darstellung der politischen Anzeige noch eine direkte Kontrolle über ihre Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung ausüben. Zu solchen Dienstleistungen gehören beispielsweise Postdienstleistungen, Druckdienstleistungen, grafisches, akustisches oder fotografisches Design, „reine Durchleitung“, „Caching“- und „Cloud-Computing“-Dienste im Sinne der Verordnung (EU) 2022/xxx [Gesetz über digitale Dienste].*

- (26a) *Herausgeber politischer Werbung sollten als Anbieter politischer Werbedienstleistungen verstanden werden, die üblicherweise am Ende der Kette von Diensteanbietern politische Werbung veröffentlichen und verbreiten, indem sie sie senden, über eine Schnittstelle bereitstellen oder auf andere Weise öffentlich zugänglich machen.*
- (26b) *Als Sponsor sollte die Person oder Einrichtung verstanden werden, in deren Namen die politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird, z. B. ein einzelner Kandidat bei einer Wahl, ein registrierter Dritter oder eine politische Partei, und bei der es sich in der Regel um die Person oder Einrichtung handelt, die im Austausch für politische Werbedienstleistungen ein Entgelt leistet.*
- (27) Der Begriff „politische Werbedienstleistungen“ sollte keine Botschaften umfassen, die von Einzelpersonen rein privat geteilt werden. Einzelpersonen sollten **jedoch** nicht als Privatpersonen gelten, wenn sie von **einem Dritten** bezahlte Botschaften veröffentlichen oder verbreiten.
- (28) Sobald **der Sponsor erklärt**, dass eine **Werbung politisch** ist, sollte dies anderen Diensteanbietern, die an politischen Werbedienstleistungen beteiligt sind, eindeutig angegeben werden. **Der Sponsor sollte diese Erklärung wahrheitsgemäß abgeben.** Darüber hinaus sollte **Werbung**, die als **politisch** identifiziert wurde, bei ihrer weiteren Verbreitung weiterhin den Transparenzanforderungen entsprechen. **Wird eine politische Anzeige im Sinne dieser Verordnung beispielsweise organisch geteilt**, so sollte die Werbung weiterhin als politische Werbung gekennzeichnet werden. **Im Rahmen eines Vertrags sollte das Versäumnis, nach Treu und Glauben zu handeln, eine vertragliche Haftung nach sich ziehen.**

- (28a) *Angesichts der Bedeutung der Gewährleistung der Wirksamkeit der Transparenzanforderungen im Besonderen sollten Sponsoren und Anbieter von politischen Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, relevante Informationen nach Treu und Glauben vollständig, genau und ohne ungebührliche Verzögerung übermitteln, damit die anderen Anbieter politischer Werbedienstleistungen in der Kette diese Verordnung einhalten können. Ist der Herausgeber politischer Werbung der einzige Anbieter politischer Werbedienstleistungen, so sollte der Sponsor diese Informationen an den Herausgeber politischer Werbung übermitteln. Im Falle einer Erklärung oder Information, die offensichtlich fehlerhaft ist, sollten Anbieter von Werbedienstleistungen die Sponsoren und die Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, auffordern, ihre Erklärung zu berichtigen.*
- (28b) *Eine Erklärung oder Information sollte als offensichtlich fehlerhaft angesehen werden, wenn dies aus dem Inhalt der Werbung, der Identität des Sponsors oder dem Kontext, in dem die betreffende Dienstleistung erbracht wird, hervorgeht, ohne dass weitere Überprüfungen oder Nachforschungen durchgeführt werden.*
- (29) Die in dieser Verordnung festgelegten Transparenzvorschriften sollten nur für politische Werbedienstleistungen, d. h. Werbedienstleistungen, die normalerweise gegen Entgelt erbracht werden, gelten; dazu können auch Entgelte in Form von Sachleistungen gehören. Die Transparenzanforderungen sollten nicht für von einem Nutzer eines Online-Vermittlungsdienstes, wie einer Online-Plattform, hochgeladene Inhalte gelten, die von einem Online-Vermittlungsdienst ohne Gegenleistung für die Platzierung, Veröffentlichung oder Verbreitung der betreffenden Botschaft verbreitet werden, es sei denn, der Nutzer wird von einem Dritten für die politische Anzeige bezahlt.
- (30) Die Transparenzanforderungen sollten ferner nicht für den Austausch von Informationen über elektronische Kommunikationsdienste wie elektronische Nachrichtendienste oder Telefonanrufe gelten, solange kein Anbieter politischer Werbedienstleistungen daran beteiligt ist.

- (31) Die in Artikel 11 der Charta der Grundrechte verankerte Meinungs- **und Informationsfreiheit** umfasst das Recht des Einzelnen auf eine freie politische Meinungsäußerung, einschließlich des Rechts, politische Informationen zu empfangen und weiterzugeben sowie politische Ideen zu teilen. Jegliche Einschränkung dieser Freiheit muss mit Artikel 52 der Charta der Grundrechte im Einklang stehen. [...] **Diese** Freiheit kann Differenzierungen oder Einschränkungen unterliegen, sofern sie zur Verwirklichung eines legitimen Ziels gerechtfertigt sind und die allgemeinen Grundsätze des EU-Rechts, wie Verhältnismäßigkeit und Rechtssicherheit, gewahrt werden. Dies ist unter anderem der Fall, wenn politische Ideen über Anbieter von Werbedienstleistungen kommuniziert werden.
- (31a) *Diese Verordnung verpflichtet die Mitgliedstaaten nicht dazu, Maßnahmen zu ergreifen, die im Widerspruch zu Grundprinzipien stehen, die sich aus Verfassungsüberlieferungen ergeben und die Freiheit der Meinungsäußerung, insbesondere die Pressefreiheit und die Freiheit der Meinungsäußerung in anderen Medien, betreffen; oder die in Widerspruch zu Bestimmungen stehen, die die Rechte und Verantwortlichkeiten sowie die Verfahrensgarantien für die Presse oder andere Medien regeln, wenn diese Bestimmungen sich auf die Feststellung oder Begrenzung der Verantwortlichkeit beziehen.*
- (32) Was Online-Vermittlungsdienste anbelangt, so gilt die Verordnung (EU) 2022/XX [Gesetz über digitale Dienste] für politische Anzeigen, die durch Online-Vermittlungsdienste in Anwendung der für alle Arten von Online-Werbung, darunter kommerzielle und politische Anzeigen, geltenden horizontalen Vorschriften veröffentlicht oder verbreitet werden. Auf der Grundlage der in dieser Verordnung festgelegten Begriffsbestimmung für „politische Werbung“ ist es angemessen, zusätzliche Granularität der Transparenzanforderungen für Herausgeber von Werbung, insbesondere für sehr große **Online-Plattformen**, vorzusehen, die in den Anwendungsbereich der Verordnung (EU) 2022/XX [Gesetz über digitale Dienste] fallen. Dies gilt insbesondere für Informationen über die Finanzierung politischer Anzeigen. Die Anforderungen dieser Verordnung lassen die Bestimmungen des Gesetzes über digitale Dienste unberührt, darunter auch die für sehr große Online-Plattformen in Bezug auf ihre Werbesysteme geltenden Risikobewertungs- und Risikominderungspflichten.

- (33) An der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung politischer **Anzeigen** [...] kann eine komplexe Kette von Diensteanbietern beteiligt sein. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Auswahl von Werbeinhalten, die Auswahl von **Kriterien für das Targeting und Amplifizieren**, die Bereitstellung von Daten für das Targeting **und Amplifizieren** einer Anzeige, die Bestimmungen über **Verfahren für das Targeting und Amplifizieren**, die Erbringung einer Anzeige und ihre Verbreitung unterschiedlichen Diensteanbietern obliegen können. So können automatisierte Dienste den Abgleich von Profilen der Nutzer einer Schnittstelle anhand von personenbezogenen Daten, die direkt von den Nutzern des Dienstes und vom Online-Verhalten der Nutzer des Dienstes sowie anhand abgeleiteter Daten erhoben werden, mit den bereitgestellten Werbeinhalten unterstützen.
- (34) Angesichts der Bedeutung der Gewährleistung der Wirksamkeit der Transparenzanforderungen im Besonderen, einschließlich der Erleichterung ihrer Aufsicht, sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen sicherstellen, dass die von ihnen im Rahmen ihrer Dienstleistung erhobenen einschlägigen Informationen, einschließlich der Angabe, dass es sich um eine politische Anzeige handelt, **vollständig und genau sind und** dem Herausgeber der politischen Werbung zur Verfügung gestellt werden, der die politische Anzeige veröffentlicht. Um die wirksame Umsetzung dieser Anforderung und die rechtzeitige und genaue Bereitstellung dieser Information zu unterstützen, sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen **die Informationen zeitgleich mit der Bereitstellung der betreffenden Dienstleistung übermitteln** und die Automatisierung der Informationsübermittlung zwischen Anbietern politischer Werbedienstleistungen erwägen und unterstützen. **Stellt ein Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass von ihm übermittelte Informationen aktualisiert wurden, so sollte er dafür sorgen, dass diese aktualisierten Informationen dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden.**
- (34a) **Es sollte davon ausgegangen werden, dass Anbieter politischer Werbedienstleistungen Kenntnis davon haben, dass Informationen aktualisiert werden sollten, wenn der Sponsor oder der Diensteanbieter, der in seinem Namen handelt, den Anbieter politischer Werbedienstleistungen über eine relevante Änderung unterrichtet. Herausgeber politischer Werbung können auch über den in der vorliegenden Verordnung vorgesehenen Meldemechanismus erfahren, dass eine Aktualisierung erforderlich ist.**

- (34b) *Stellen Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass die übermittelten Informationen offensichtlich fehlerhaft, ungenau oder unvollständig sind, so sollten sie angemessene Anstrengungen unternehmen, um sicherzustellen, dass ein solcher offensichtlicher Fehler oder eine solche offensichtliche Ungenauigkeit oder Unvollständigkeit behoben wird, insbesondere durch Bestätigung der vom Anbieter politischer Werbedienstleistungen oder gegebenenfalls des Sponsoren selbst bereitgestellten Informationen. Dies sollte nicht zu einer allgemeinen Verpflichtung der Anbieter politischer Werbedienstleistungen führen, den Wahrheitsgehalt der Erklärungen über den politischen Charakter zu überwachen oder exzessive oder kostspielige Nachforschungen anzustellen. Angemessene Anstrengungen können sich gegebenenfalls auch in den vertraglichen Vereinbarungen zwischen Anbietern politischer Werbedienstleistungen und mit dem Sponsor niederschlagen. Vertragliche Vereinbarungen zwischen Diensteanbietern und Sponsoren sollten die Übermittlung von Informationen zwischen Herausgeber und Sponsor ermöglichen, beispielsweise im Falle fehlender Informationen oder der Einstellung politischer Werbung.*
- (34c) *Angemessene Anstrengungen sollten sorgfältige und objektive Maßnahmen umfassen, wie die Kontaktaufnahme mit dem betreffenden Sponsor oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen, um die Informationen zu vervollständigen oder zu berichtigen. Der Art und der Bedeutung der fehlerhaften oder fehlenden Informationen sollte im Hinblick auf die Anforderungen dieser Verordnung Rechnung getragen werden.*
- (35) Besteht die Gefahr, dass die Wirksamkeit der in **dieser** [...]Verordnung festgelegten Transparenzpflichten durch ein künstliches kommerzielles oder vertragliches Konstrukt umgangen wird, so sollten diese Pflichten für alle Unternehmen gelten, die die Werbedienstleistung dem Wesen nach erbringen.
- (36) [...]



- (37) Wenngleich spezielle Anforderungen festgelegt werden, sollte keine der in dieser Verordnung festgelegten Pflichten als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten zur Überwachung der von natürlichen oder juristischen Personen geteilten politischen Inhalte ausgelegt werden, noch sollten sie als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten ausgelegt werden, proaktive Maßnahmen in Bezug auf illegale Inhalte oder Handlungen zu ergreifen, die diese Anbieter übermitteln oder speichern.
- (38) Transparente politische Werbung sollte ermöglichen, dass die Bürger erkennen können, dass ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird. Herausgeber politischer Werbung sollten sicherstellen, dass [...] zusammen mit jeder politischen Anzeige eine deutliche Erklärung dahin gehend veröffentlicht wird, dass es sich um politische Werbung handelt, und die Identität des Sponsors angegeben wird. Der Name des Sponsors könnte gegebenenfalls ein politisches Logo enthalten. **Jede politische Anzeige sollte gegebenenfalls zusammen mit einer Erklärung bereitgestellt werden, aus der hervorgeht, dass die politische Anzeige gezielt eingesetzt oder „amplifiziert“ wurde.** Herausgeber politischer Werbung sollten eine wirksame Kennzeichnung verwenden und dabei Entwicklungen in der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung und bewährte Verfahren zur Gewährleistung der Transparenz bei der Kennzeichnung von Werbung berücksichtigen. **Die Wiedergabe der Erklärung und des Namens des Sponsors kann je nach den verwendeten Mitteln variieren. Bei Rundfunkdienstleistungen könnte etwa eine vorherige oder eine nachherige Erklärung verwendet werden. Zusammen** mit jeder politischen Anzeige sollten [...] **Herausgeber politischer Werbung** auch für die Veröffentlichung von Informationen sorgen, damit der weitere Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele verständlich werden; diese Informationen können entweder in der Anzeige selbst oder auf der Website des Herausgebers, über einen Link, **einen QR-Code (Quick-Response-Code)** oder eine gleichwertige klare, benutzerfreundliche Anweisung in der Anzeige bereitgestellt werden.

- (39) Diese Informationen sollten in einer Transparenzbekanntmachung enthalten sein, der auch die Identität des Sponsors **und gegebenenfalls die Organisation, die den Sponsor letztlich kontrolliert**, zu entnehmen ist, um die Rechenschaftspflicht im politischen Prozess zu unterstützen. Der Ort der Niederlassung des Sponsors und die Angabe, ob es sich bei dem Sponsor um eine natürliche oder juristische Person handelt, sollten klar angegeben werden. Personenbezogene Daten von Einzelpersonen, die an politischer Werbung beteiligt sind, aber nicht mit dem Sponsor oder einem anderen beteiligten politischen Akteur in Verbindung stehen, sollten nicht in der Transparenzbekanntmachung angegeben werden. Die Transparenzbekanntmachung sollte auch Angaben zum Verbreitungszeitraum, damit verbundene Wahlen, die aufgewendeten Beträge oder sonstigen Gegenleistungen, die teilweise oder vollständig für die betreffende Anzeige sowie für die gesamte Werbekampagne geleistet wurden, die Quellen für die aufgewendeten Beträge und andere Informationen enthalten, um die Fairness bei der Verbreitung der politischen Anzeige zu gewährleisten. Die Angabe der Quellen für die aufgewendeten Beträge bezieht sich beispielsweise auf deren öffentliche oder private Herkunft und ob sie aus der Europäischen Union oder von außerhalb stammen. Angaben zu damit verbundenen Wahlen oder Referenden sollten nach Möglichkeit einen Link zu Informationen aus offiziellen Quellen über die Organisation und die Modalitäten für die Teilnahme oder die Förderung der Teilnahme an diesen Wahlen oder Referenden enthalten. **Die Transparenzbekanntmachung sollte unmittelbar bei der Veröffentlichung oder Verbreitung der Werbung verfügbar sein, und die darin enthaltenen Informationen sollten gegebenenfalls auf dem aktuellen Stand gehalten werden.** Die Transparenzbekanntmachung sollte ferner Informationen darüber enthalten, wie politische Anzeigen im Einklang mit dem in dieser Verordnung festgelegten Verfahren gemeldet werden können. Diese Anforderung sollte die Bestimmungen über Meldungen im Einklang mit Artikel 14, 15 und 19 der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] unberührt lassen. **Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten angemessene Anstrengungen unternehmen, um zu gewährleisten, dass die Informationen vollständig und genau sind.**



- (40) Die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen sollten in der Anzeige selbst oder anhand eines Hinweises in der Anzeige leicht abrufbar sein. *Die Darstellung der Informationen kann je nach den verwendeten Mitteln variieren. Um die Informationen der Transparenzbekanntmachung in einer Offline-Anzeige leicht zugänglich zu machen, könnten beispielsweise ein speziell dafür vorgesehener Link zu einer Website, ein QR-Code oder ähnliche benutzerfreundliche technische Maßnahmen verwendet werden.* Die Anforderung, dass die Transparenzbekanntmachung unter anderem deutlich erkennbar sein muss, sollte folglich beinhalten, dass diese hervorgehoben in der Anzeige oder mit der Anzeige angegeben wird. Die Anforderung, dass die in der Transparenzbekanntmachung angegebenen Informationen leicht zugänglich, benutzerfreundlich und – soweit technisch möglich – maschinenleserbar sein müssen, sollte beinhalten, dass die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden. Anhang I der Richtlinie 2019/882 (EU-Rechtsakt zur Barrierefreiheit) enthält Anforderungen an den Zugang zu Informationen, einschließlich digitaler Informationen, die verwendet werden sollten, damit politische Informationen für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind.
- (41) Die Transparenzbekanntmachungen sollten so gestaltet sein, dass sie die Nutzer sensibilisieren und dazu beitragen, die politische Anzeige eindeutig als solche zu identifizieren. Sie sollten so gestaltet sein, dass sie – *soweit technisch möglich* – erhalten bleiben oder zugänglich bleiben, falls eine politische Anzeige weiterverbreitet und zum Beispiel auf einer anderen Plattform veröffentlicht oder zwischen Einzelpersonen weitergeleitet wird. Die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen sollten zu Beginn der Veröffentlichung der politischen Anzeige *und bis zu deren Ende* veröffentlicht [...] werden. *Herausgeber politischer Werbung sollten ihre Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen für einen Zeitraum von fünf Jahren nach der letzten Veröffentlichung aufbewahren und sie auf Antrag zur Verfügung stellen.* Die aufbewahrten Informationen sollten auch Informationen über politische Werbung umfassen, die beendet oder vom Herausgeber entfernt wurde. *Anbieter politischer Werbedienstleistungen, bei denen es sich nicht um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] handelt, sollten entscheiden können, in welchem Format sie diese Informationen aufbewahren.*

- (42) Da Herausgeber politischer Werbung politische Anzeigen der Öffentlichkeit zugänglich machen, sollten sie diese Informationen in Verbindung mit der Veröffentlichung oder Verbreitung der politischen Anzeige veröffentlichen oder in der Öffentlichkeit verbreiten. *Erlangen Herausgeber politischer Werbung auf jegliche Weise, beispielsweise nach einer Einzelmeldung, Kenntnis davon, dass eine politische Anzeige die Transparenzanforderungen dieser Verordnung nicht erfüllt, so sollten sie angemessene Anstrengungen unternehmen, um die Anforderungen dieser Verordnung zu erfüllen. Können Informationen nicht ohne ungebührliche Verzögerung vervollständigt oder berichtigt werden, so sollten die Herausgeber politischer Werbung die politischen Anzeigen, die den Transparenzanforderungen dieser Verordnung nicht genügen, nicht der Öffentlichkeit zugänglich machen oder deren Veröffentlichung oder Verbreitung einstellen. In einem solchen Fall sollten Herausgeber politischer Werbung die betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen und gegebenenfalls den Sponsor darüber informieren, welche angemessenen Schritte unternommen wurden, um die Anforderungen dieser Verordnung zu erfüllen. Der Herausgeber sollte den Sponsor oder den im Namen des Sponsors handelnden Diensteanbieter informieren, wenn die von diesen gesponserte politische Anzeige nicht zugänglich gemacht wird oder eingestellt wird.*
- (42a) *Stellen Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass die an den Herausgeber politischer Werbung übermittelten oder von diesem veröffentlichten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so sollten sie unverzüglich mit dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung Kontakt aufnehmen und gegebenenfalls die vervollständigten oder berichtigten Informationen an den Herausgeber politischer Werbung übermitteln.*
- (42b) *Vertragliche Vereinbarungen können eine Klausel enthalten, nach der es erlaubt ist, eine vertretbare Gebühr für die Berichtigung oder Vervollständigung der Informationen in Rechnung zu stellen.*
- (42c) *Bei der Erfüllung ihrer Verpflichtungen nach dieser Verordnung sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen unparteiisch handeln und dabei die Grundrechte sowie sonstige Rechte und berechnigte Interessen achten. Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten insbesondere die Meinungsfreiheit und den freien Zugang zu Informationen, einschließlich der Freiheit und des Pluralismus der Medien, gebührend berücksichtigen.*

- (42d) Darüber hinaus sollten Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] handelt, [...] **sicherstellen, dass bei jeder politischen Anzeige** die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen **unverzüglich in den** [...] nach Artikel 39 der Verordnung [Gesetz über digitale Dienste] veröffentlichten Archiven für Werbung [...] **zugänglich gemacht werden. Diese Informationen sollten auf dem neuesten Stand gehalten und gemäß einem vereinbarten Branchenstandard für Zugänglichkeit, Datenstruktur und Zugang über eine gemeinsame öffentlich zugängliche Anwendungsprogrammierschnittstelle bereitgestellt werden. Es ist angemessen, zusätzliche Granularität der Transparenzanforderungen für die in Artikel 39 der Verordnung (EU) 2021/XX [Gesetz über digitale Dienste] genannten Archive vorzusehen. Dies betrifft in erster Linie Informationen über politische Anzeigen, die entfernt wurden, und den Grund dafür, insbesondere Informationen über Fälle, in denen politische Anzeigen falsch gekennzeichnet wurden oder in den mit politischen Anzeigen Empfänger rechtswidrig angesprochen wurden. Darüber hinaus können sehr große Online-Plattformen weitere Informationen über den Einfluss der Anzeige, etwa zur Durchklickrate, veröffentlichen. Sonstige Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten dazu angehalten werden, ähnliche Archive für politische Anzeigen einzurichten.** Dies wird die Arbeit interessierter Akteure, einschließlich Forschern, in ihrer besonderen Rolle bei der Unterstützung freier und fairer Wahlen oder Referenden und fairer Wahlkampagnen unter anderem durch Überprüfung der Sponsoren politischer Anzeigen und Analyse der politischen Anzeigenlandschaft erleichtern.
- (43) Wenn der Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der den Inhalt einer politischen Anzeige hostet oder auf andere Weise speichert und bereitstellt, von dem Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der die Website oder andere Schnittstelle, die letztendlich die politische Anzeige anzeigt, kontrolliert, getrennt ist, sollten sie zusammen als Herausgeber von Werbung mit Verantwortung für die von ihnen jeweils erbrachte Dienstleistung angesehen werden, damit gewährleistet ist, dass die Kennzeichnung erfolgt und die Transparenzbekanntmachung und die einschlägigen Informationen verfügbar sind. [...] Ihre vertraglichen Vereinbarungen sollten [...] die Einhaltung dieser Verordnung **ermöglichen.**

- (44) Informationen über die Beträge und den Wert sonstiger Leistungen, die ganz oder teilweise für politische Werbedienstleistungen entgegengenommen wurden, können einen nützlichen Beitrag zur politischen Debatte leisten. Es muss sichergestellt werden, dass die Jahresberichte der betreffenden **Anbieter politischer Werbedienstleistungen** einen angemessenen Überblick über die betriebene politische Werbung ermöglichen. Um Aufsicht und Rechenschaftspflicht zu unterstützen, sollte diese Berichterstattung Informationen über die Ausgaben für das Targeting **oder das Amplifizieren** politischer Werbung in dem betreffenden Zeitraum, aggregiert nach Kampagne oder Kandidat, umfassen. Um unverhältnismäßige Belastungen zu vermeiden, sollten diese Transparenzberichtspflichten nicht für Unternehmen gelten, die unter Artikel 3 **Absätze 1 bis [...]3[...]** der Richtlinie 2013/34/EU fallen.
- (45) Herausgeber politischer Werbung, die politische Werbedienstleistungen erbringen, sollten Verfahren einrichten, die es **natürlichen oder juristischen Personen** [...] ermöglichen, ihnen zu melden, dass eine bestimmte von ihnen veröffentlichte politische Anzeige nicht dieser Verordnung entspricht. Die Verfahren für die Meldung solcher Anzeigen sollten leicht zugänglich und benutzerfreundlich sein und an die Form der von dem Herausgeber politischer Werbung verbreiteten Werbung angepasst werden. Diese Verfahren sollten so weit wie möglich von der Anzeige selbst aus zugänglich sein, etwa auf der Website des Herausgebers politischer Werbung. **Herausgeber politischer Werbung sollten gegebenenfalls technische Maßnahmen zur Gewährleistung von IT-Mindestsicherheitsstandards einführen, einschließlich Maßnahmen zum Schutz vor automatisierten Meldungen.** Die Herausgeber politischer Werbung sollten gegebenenfalls auf bestehende Verfahren zurückgreifen können. Sind Herausgeber politischer Werbung hinsichtlich der politischen Anzeigen, die sie im Auftrag der Empfänger ihrer Dienstleistungen hosten, **beispielsweise** Hosting-Diensteanbieter im Sinne des Gesetzes über digitale Dienste, **so können die Herausgeber politischer Werbung auf das Meldeverfahren nach Artikel 14 des Gesetzes über digitale Dienste in Bezug auf die Meldung von Anzeigen, die der vorliegenden Verordnung nicht entsprechen, zurückgreifen.** [...]

- (45a) *Herausgeber politischer Werbung können für die Meldeverfahren nach dieser Verordnung besondere Vordrucke festlegen, in denen Datenfelder auszufüllen sind, wie z. B. Informationen, die die Identifizierung der mutmaßlich nicht konformen Werbung ermöglichen, eine Erläuterung der Gründe für die Meldung, Name und E-Mail-Adresse der natürlichen oder juristischen Person, die die Meldung übermittelt, sowie eine Erklärung, in der bestätigt wird, dass die darin enthaltenen Informationen nach Treu und Glauben richtig sind.*
- (45b) *Herausgeber politischer Werbung sollten angemessene Anstrengungen unternehmen, um sorgfältig, objektiv und unverzüglich auf die gemäß der vorliegenden Verordnung eingegangenen Meldungen einzugehen. Enthält eine Meldung ausreichende Informationen, anhand derer ein sorgfältig handelnder Herausgeber politischer Werbung ohne eingehende Prüfung feststellen kann, dass Informationen unvollständig oder ungenau sind, so sollte davon ausgegangen werden, dass der Herausgeber politischer Werbung Kenntnis von der Ungenauigkeit oder Unvollständigkeit hat, und er sollte unverzüglich handeln, indem er sich an die betreffenden Diensteanbieter und gegebenenfalls den Sponsor wendet. Zumindest auf Anfrage sollte der Herausgeber politischer Werbung die Personen, die die Meldung gemacht haben, über die Folgemaßnahmen unterrichten.*
- (45c) *Um die Wirksamkeit der Transparenzanforderungen während einer Wahl oder eines Referendums zu gewährleisten, sollten Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] handelt, innerhalb des letzten Monats vor der Wahl oder dem Referendum auf alle Meldungen, die sie über Anzeigen im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten, innerhalb von 48 Stunden eingehen, indem sie sich an die betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen und gegebenenfalls den Sponsor wenden.*
- (45d) *Alle Maßnahmen eines Herausgebers politischer Werbung sollten in dem Sinne streng zielgerichtet sein, dass sie in allererster Linie zur Berichtigung und Vervollständigung der erforderlichen Informationen und nur als letztes Mittel zur Entfernung bestimmter Informationen, die nicht im Einklang mit der vorliegenden Verordnung stehen, dienen sollten, wobei die Meinungs- und Informationsfreiheit sowie andere Grundrechte gebührend berücksichtigt werden.*

- (46) Damit bestimmte Einrichtungen ihre Rolle in der Demokratie spielen können, ist es angezeigt, Vorschriften für die Übermittlung der Informationen, die mit der politischen Anzeige veröffentlicht wurden oder in der Transparenzbekanntmachung enthalten sind, an Interessenten wie zugelassene Forscher, Journalisten, Organisationen der Zivilgesellschaft und [...] **anerkannte** Wahlbeobachter festzulegen, um sie bei der Wahrnehmung ihrer jeweiligen Aufgaben im demokratischen Prozess zu unterstützen. Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten nicht verpflichtet werden, Ersuchen zu beantworten, die offenkundig unbegründet, **unklar** oder exzessiv sind. Darüber hinaus sollte es dem betreffenden Diensteanbieter erlaubt sein, im Falle [...] kostenintensiver Ersuchen eine vertretbare Gebühr in Rechnung zu stellen, bei der die Verwaltungskosten für die Bereitstellung der Informationen berücksichtigt werden.



- (47) Personenbezogene Daten, die bei der Gruppierung von Einzelpersonen nach ihren mutmaßlichen Interessen direkt von Einzelpersonen oder indirekt etwa als abgeleitete Daten erhoben werden oder die sich aus ihrer Online-Aktivität, ihrem Verhaltensprofil und anderen Analysetechniken ergeben, werden zunehmend dazu verwendet, politische Botschaften auf Gruppen oder einzelne Wähler oder Einzelpersonen zuzuschneiden und ihre Wirkung zu verstärken. Durch Verarbeitung personenbezogener Daten, insbesondere *besonderer Kategorien von personenbezogenen Daten* [...] nach der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>9</sup> und der Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>10</sup> [...], können verschiedene Gruppen von Wählern oder Einzelpersonen Segmenten zugeordnet und ihre Merkmale oder Schwachstellen ausgenutzt werden, indem beispielsweise Anzeigen zu bestimmten Zeitpunkten und an bestimmten Orten verbreitet werden, um die Gelegenheiten zu nutzen, bei denen sie für eine bestimmte Art von Information/Botschaft besonders empfänglich sind. Das hat spezifische nachteilige Auswirkungen auf die Grundrechte und Grundfreiheiten der Bürger in Bezug auf die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten und ihre Freiheit, objektive Informationen zu erhalten, sich eine Meinung zu bilden, politische Entscheidungen zu treffen und ihr Stimmrecht auszuüben. Dies wirkt sich negativ auf den demokratischen Prozess aus. Im Vergleich zu der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 sollten zusätzliche Beschränkungen und Bedingungen vorgesehen werden. Die in der vorliegenden Verordnung festgelegten Bedingungen für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, sollten auf Artikel 16 AEUV gestützt werden.

---

<sup>9</sup> Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

<sup>10</sup> Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2018 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten durch die Organe, Einrichtungen und sonstigen Stellen der Union, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 45/2001 und des Beschlusses Nr. 1247/2002/EG (ABl. L 295 vom 21.11.2018, S. 39).

- (48) Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen **besondere Kategorien** personenbezogener Daten im Sinne des Artikels 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und des Artikels 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 verarbeitet werden, sollten daher untersagt werden. Der Einsatz solcher Verfahren sollte nur erlaubt werden, wenn er durch die **Verantwortlichen oder in ihrem Namen handelnde Personen** auf der Grundlage der ausdrücklichen Einwilligung der betroffenen Person oder auf der Grundlage geeigneter Garantien durch eine politisch, weltanschaulich oder religiös oder gewerkschaftlich ausgerichtete Stiftung, Vereinigung oder sonstige Organisation ohne Gewinnerzielungsabsicht im Rahmen ihrer rechtmäßigen Tätigkeiten und unter der Voraussetzung erfolgt, dass sich die Verarbeitung ausschließlich auf die Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der Organisation oder auf Personen, die im Zusammenhang mit deren Tätigkeitszweck regelmäßige Kontakte mit ihr unterhalten, bezieht und die personenbezogenen Daten nicht ohne Einwilligung der betroffenen Personen nach außen offengelegt werden. Dies sollte mit **zusätzlichen** [...] Garantien einhergehen. Unter Einwilligung sollte die Einwilligung im Sinne der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 verstanden werden. **Es** [...] sollte nicht möglich sein, die Ausnahmen des Artikels 9 Absatz 2 Buchstaben b, c, e, f, g, h, i und j der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. des Artikels 10 Absatz 2 Buchstaben b, c, e, f, g, h, i und j der Verordnung (EU) 2018/1725 für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, in denen personenbezogene Daten im Sinne des Artikels 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und des Artikels 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 verarbeitet werden, geltend zu machen, um politische Werbung zu veröffentlichen, zu fördern oder zu verbreiten. **Die Anwendung anderer Bestimmungen der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725, wie etwa der Bestimmungen über die Erteilung und den Widerruf der Einwilligung, die automatisierte Entscheidungsfindung im Einzelfall einschließlich Profiling und das Widerspruchsrecht, bleiben von der vorliegenden Verordnung unberührt. Für die Zwecke der Umsetzung der Anforderungen der vorliegenden Verordnung sollte die ausdrückliche Einwilligung im Sinne der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 gesondert und speziell für die Zwecke der politischen Werbung erteilt werden. Im Einklang mit dem Unionsrecht sollten die Verantwortlichen sicherstellen, dass die Entscheidungsfindung im Einzelfall nicht von „Dark Patterns“ beeinflusst wird, die die eigenständige und fundierte Entscheidungsfindung verzerren oder beeinträchtigen, einschließlich bereits angekreuzter Kästchen und anderer voreingenommener und intransparenter Verfahren, die Einzelpersonen zu bestimmten Entscheidungen veranlassen, die sie andernfalls möglicherweise nicht getroffen hätten. Insbesondere sollte das Verfahren zur Einholung der Entscheidungen von Einzelpersonen eindeutig und leicht zu handhaben sein, und die relative Hervorhebung der Alternativen sollte nicht darauf abzielen, die Entscheidung des Einzelnen zu beeinflussen. Die Informationen, die Einzelpersonen in diesem Zusammenhang zur Verfügung gestellt werden, sollten knapp gehalten, in klarer und verständlicher Sprache abgefasst und leicht, an gut sichtbarer Stelle und unmittelbar verfügbar sein.**



- (48a) *Die interne Kommunikation einer politischen Partei mit ihren Mitgliedern sollte nicht als Einsatz von Targetingverfahren im Zusammenhang mit politischer Werbung angesehen werden, solange sich diese Kommunikation auf die Parteimitglieder beschränkt und auf personenbezogenen Daten beruht, die von den Mitgliedern ausdrücklich zu diesem Zweck bereitgestellt wurden.*
- (48b) *Eine besonders gefährdete Gruppe bilden sehr junge Menschen, die durch den missbräuchlichen Einsatz von Targeting- und Amplifizierungsverfahren ausgenutzt werden können. Obwohl sie noch nicht stimmberechtigt sind, können diese Personen gezielt dazu veranlasst werden, die Debatte zu beeinflussen. Targeting- oder Amplifizierungsverfahren, die mit der Verarbeitung personenbezogener Daten einer Person einhergehen, bei der mit hinreichender Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass sie das in den nationalen Vorschriften festgelegte Wahlalter frühestens in einem Jahr erreicht, sollten daher im Zusammenhang mit politischer Werbung untersagt werden.*

- (49) Um für mehr Transparenz und Rechenschaftspflicht zu sorgen, **und unabhängig davon, ob die politische Werbung mit einer Dienstleistung verbunden ist oder nicht**, sollten beim Einsatz von **gemäß der Verordnung nicht untersagten** Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, zusätzliche Garantien **angewandt werden. Diese zusätzlichen Anforderungen an die Transparenz und Rechenschaftspflicht sollten einerseits für die Verarbeitung besonderer Kategorien von Daten in den Fällen gelten, in denen die betroffene Person ihre ausdrückliche Einwilligung gegeben hat oder die Verarbeitung im Rahmen rechtmäßiger Tätigkeiten erfolgt, wie in Artikel 9 Absatz 2 Buchstaben a und d der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 2 Buchstaben a und d der Verordnung (EU) 2018/1725 vorgesehen, und andererseits für die Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit politischer Werbung, die keine besonderen Kategorien von Daten betrifft. Diese zusätzlichen Anforderungen sollten bestehende Garantien ergänzen, einschließlich der Garantien für automatisierte Entscheidungen nach Artikel 24 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 26 der Verordnung (EU) 2018/1725.** [...] **Die Verantwortlichen** sollten eine Politik beschließen, [...] umsetzen **und öffentlich zugänglich machen**, in der **beschrieben wird, wie** [...] solche Verfahren [...] **eingesetzt werden**, und sie sollten Aufzeichnungen über ihre einschlägigen Tätigkeiten führen. Bei der Veröffentlichung, Förderung oder Verbreitung politischer Anzeigen unter Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren sollten die Verantwortlichen zusammen mit der politischen Anzeige aussagekräftige Informationen bereitstellen, die es der betroffenen Einzelperson ermöglichen, die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Targeting-Verfahrens zu verstehen sowie auch, ob Daten Dritter und zusätzliche Analysetechniken verwendet wurden, etwa ob das Targeting der Anzeige während der Zustellung weiter optimiert wurde.
- (50) Herausgeber politischer Werbung, die Verfahren zum Targeting und Amplifizieren einsetzen, sollten Informationen, die es der betroffenen Einzelperson ermöglichen, die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Targeting-Verfahrens zu verstehen sowie auch, ob Daten Dritter und zusätzliche Analysetechniken verwendet wurden, in ihre Transparenzbekanntmachung aufnehmen. [...]

- (50a) *Die Anforderungen an die Transparenz und Rechenschaftspflicht sollten für alle Verantwortlichen gelten, unabhängig davon, ob der Verantwortliche in eigener Eigenschaft oder gemeinsam mit dem Anbieter politischer Werbedienstleistungen handelt oder gleichzeitig auch der Herausgeber politischer Werbung ist.* Falls es sich bei dem Verantwortlichen nicht um den Herausgeber der Werbung handelt, sollte der Verantwortliche dem Herausgeber politischer Werbung die interne Politik übermitteln **und gewährleisten, dass sonstige Informationen, die zur Einhaltung dieser Verordnung erforderlich sind, dem Herausgeber politischer Werbung rechtzeitig und genau mitgeteilt werden** [...].
- (50b) Anbieter von Werbedienstleistungen sollten den Herausgebern politischer Werbung [...] die Informationen übermitteln, die diese benötigen, um ihre Pflichten nach dieser Verordnung erfüllen zu können. Die **Übermittlung** [...] dieser Informationen könnte auf der Grundlage von Standards automatisiert und in die normalen Geschäftsabläufe integriert werden.
- (51) Um Einzelpersonen weiter in die Lage zu versetzen, ihre Datenschutzrechte auszuüben, sollten Herausgeber politischer Werbung der jeweils betroffenen Person zusätzliche Informationen und wirksame Instrumente zur Verfügung stellen, um sie bei der Ausübung ihrer Rechte nach dem EU-Rechtsrahmen für den Datenschutz zu unterstützen, einschließlich des Rechts, Widerspruch einzulegen oder ihre Einwilligung zu widerrufen, wenn sie mit einer politischen Anzeige gezielt angesprochen wird. Diese Informationen sollten auch direkt von der Transparenzbekanntmachung aus leicht zugänglich sein. Die Instrumente, die Einzelpersonen zur Verfügung gestellt werden, um sie bei der Ausübung ihrer Rechte zu unterstützen, sollten wirksam verhindern, dass eine Einzelperson mit politischen Anzeigen gezielt angesprochen wird und dass Targeting auf der Grundlage besonderer Kriterien und durch einen oder mehrere bestimmte Verantwortliche erfolgt.
- (52) Die Kommission sollte die Ausarbeitung von Verhaltensregeln im Sinne des Artikels 40 der Verordnung (EU) 2016/679 fördern, um die Ausübung der Rechte betroffener Personen in diesem Zusammenhang zu unterstützen.
- (53) Die Informationen, die im Einklang mit allen Bestimmungen, die nach dieser Verordnung für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren gelten, bereitzustellen sind, sollten in einem Format vorgelegt werden, das leicht zugänglich, deutlich sichtbar und benutzerfreundlich ist, auch durch Verwendung einfacher Sprache.

- (54) Es ist angezeigt, Vorschriften für die Übermittlung von Informationen über Targeting an andere Interessenten festzulegen. Die entsprechende Regelung sollte mit der Regelung für die Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit den Transparenzanforderungen vereinbar sein.
- (55) Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Sitz in einem Drittland, die in der Union Dienstleistungen anbieten, sollten einen bevollmächtigten Rechtsvertreter in der Union benennen, um in Bezug auf diese Anbieter eine wirksame Aufsicht nach dieser Verordnung zu ermöglichen. Dies könnte der auf der Grundlage des Artikels 27 der Verordnung (EU) 2016/679 benannte Rechtsvertreter oder der auf der Grundlage des Artikels 11 der Verordnung (EU) 2022/xxx [Gesetz über digitale Dienste] benannte Vertreter sein.
- (55a) *Der benannte Rechtsvertreter sollte sich bei einer für diese Zwecke benannten zuständigen Behörde registrieren lassen. Damit leicht abrufbare Informationen über die benannten Rechtsvertreter von Anbietern politischer Werbedienstleistungen, die außerhalb des Gebiets der Union niedergelassen sind, zur Verfügung stehen, sollte die jeweils zuständige Behörde die Informationen über die Rechtsvertreter in ihrem Hoheitsgebiet online veröffentlichen und regelmäßig aktualisieren. Die Kommission sollte ein Portal mit Links zu den Websites der Mitgliedstaaten einrichten.***
- (56) Im Interesse einer wirksamen Aufsicht in Bezug auf diese Verordnung müssen die Aufsichtsbehörden mit der Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften betraut werden. Je nach dem Rechtssystem des einzelnen Mitgliedstaats und im Einklang mit dem bestehenden Unionsrecht, einschließlich der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2022/xxx [Gesetz über digitale Dienste], können hierfür verschiedene nationale Justiz- oder Verwaltungsbehörden benannt werden.

- (57) Für die Aufsicht über Online-Vermittlungsdienste nach dieser Verordnung sollten die Mitgliedstaaten zuständige Behörden benennen und sicherstellen, dass diese Aufsicht mit der Aufsicht durch die nach Artikel 38 der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] benannten zuständigen Behörden vereinbar ist. In jedem Fall sollten die Koordinatoren für digitale Dienste nach der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] in jedem Mitgliedstaat dafür zuständig sein, die Koordinierung dieser Angelegenheiten auf nationaler Ebene sicherzustellen und erforderlichenfalls eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit mit anderen Koordinatoren für digitale Dienste nach den in der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] festgelegten Verfahren aufzunehmen. Im Rahmen der Anwendung der vorliegenden Verordnung sollte dieses Verfahren auf die nationale Zusammenarbeit zwischen Koordinatoren für digitale Dienste beschränkt werden und nicht die in der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] vorgesehene Befassung der Unionsebene umfassen.
- (58) Für die Aufsicht in Bezug auf die Aspekte der vorliegenden Verordnung, die nicht in die Zuständigkeit der Aufsichtsbehörden nach der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 fallen, sollten die Mitgliedstaaten *die jeweils* zuständigen Behörden benennen. Um die Achtung der Grundrechte und Grundfreiheiten, der Rechtsstaatlichkeit, der demokratischen Grundsätze und des Vertrauens der Öffentlichkeit in die Aufsicht über politische Werbung zu unterstützen, müssen diese Behörden *unparteiisch und* von externen Eingriffen und politischem Druck strukturell unabhängig sein und über geeignete Befugnisse verfügen, damit sie eine wirksame Aufsicht führen und die erforderlichen Maßnahmen treffen können, um die Einhaltung der vorliegenden Verordnung und insbesondere die Erfüllung der Pflichten nach Artikel 7 zu gewährleisten. Die Mitgliedstaaten können insbesondere die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen nach Artikel 30 der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>11</sup> benennen; *sie könnten aber auch andere Behörden wie Wahl- oder Justizbehörden benennen.*

---

<sup>11</sup> Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

- (59) Soweit im Unionsrecht bereits Vorschriften über die Bereitstellung von Informationen an zuständige Behörden und die Zusammenarbeit mit und zwischen diesen Behörden bestehen, wie etwa Artikel 9 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] oder die in der Verordnung (EU) 2016/679 enthaltenen Vorschriften, sollten diese Vorschriften für die einschlägigen Bestimmungen der vorliegenden Verordnung entsprechend gelten.
- (59a) Um die wirksame Anwendung, Überwachung und Durchsetzung der Bestimmungen der vorliegenden Verordnung zu unterstützen, muss unbeschadet der Verordnung (EU) 2016/679, der Verordnung (EU) 2018/1725 und des Gesetzes über digitale Dienste festgelegt werden, welche zuständige Behörde dann zuständig sein sollte, wenn Dienste in mehr als einem Mitgliedstaat erbracht werden oder wenn der Diensteanbieter seine Haupttätigkeiten außerhalb des Mitgliedstaats ausübt, in dem sich seine Hauptniederlassung oder sein benannter Vertreter befindet. Erbringt ein Diensteanbieter politische Werbedienstleistungen in mehr als einem Mitgliedstaat, so sollte(n) in der Regel die zuständige(n) Behörde(n) des Mitgliedstaats, in dem sich die Hauptniederlassung des Anbieters politischer Werbedienstleistungen befindet, für die wirksame Anwendung, Überwachung und Durchsetzung der Bestimmungen dieser Verordnung verantwortlich sein. Bei der Bestimmung des Ortes, an dem ein Diensteanbieter seine Hauptniederlassung hat, sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, wo der Anbieter seinen Hauptsitz oder eingetragenen Sitz hat, an dem die hauptsächlichen Finanzfunktionen und die betriebliche Kontrolle ausgeübt werden.*
- (59b) Bei der Ausübung ihrer Untersuchungs- und Durchsetzungsbefugnisse sollten die zuständigen Behörden aller Mitgliedstaaten zusammenarbeiten und einander bei Bedarf unterstützen. Betrifft der mutmaßliche Verstoß gegen diese Verordnung nur die zuständige(n) Behörde(n) an einem Ort, an dem der Anbieter politischer Werbedienstleistungen nicht seine Hauptniederlassung hat, so sollte(n) die jeweils zuständige(n) Behörde(n) die zuständige(n) Behörde(n) am Ort der Hauptniederlassung davon in Kenntnis setzen, die die Angelegenheit entsprechend prüfen und gegebenenfalls die erforderlichen Durchsetzungsmaßnahmen ergreifen sollte(n).*
- (59c) Zur weiteren Erleichterung der wirksamen Anwendung und Durchsetzung dieser Verordnung im Fall der Erbringung grenzüberschreitender Dienstleistungen kann in den Fällen, in denen die Untersuchung eines mutmaßlichen Verstoßes die Erbringung politischer Werbedienstleistungen in einem oder mehreren Mitgliedstaaten betrifft, in denen sich die Hauptniederlassung des Anbieters nicht befindet, die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung unter Beteiligung der betreffenden zuständigen Behörde(n) eine gemeinsame Untersuchung einleiten und leiten.*

(60) Die für die Aufsicht in Bezug auf diese Verordnung zuständigen Behörden sollten sowohl auf nationaler als auch auf EU-Ebene zusammenarbeiten und dabei bestehende Strukturen bestmöglich nutzen, unter anderem nationale Kooperationsnetze, das in der Empfehlung C(2018) 5949 final genannte Europäische Kooperationsnetz für Wahlen und die mit der Richtlinie 2010/13/EU eingesetzte Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste. Diese Zusammenarbeit sollte den schnellen, gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung erleichtern, unter anderem durch die gemeinsame Feststellung von Verstößen, den Austausch von Erkenntnissen und Fachwissen und Kontakte bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften.

*(60a) Um eine wirksame und strukturierte Zusammenarbeit zwischen allen zuständigen Behörden zu gewährleisten, sollten von den Mitgliedstaaten benannte Sachverständige regelmäßig auf Unionsebene zusammenkommen, insbesondere im Rahmen des Europäischen Kooperationsnetzes für Wahlen, das eng mit der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste und anderen einschlägigen Netzen zusammenarbeitet. Um die Zusammenarbeit und den Austausch von Informationen und Verfahren auf Unionsebene zu stärken, sollte das Europäische Kooperationsnetz für Wahlen eng mit der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste zusammenarbeiten, insbesondere in Bezug auf die Berichterstattung über die Beratungen über diese Verordnung.*



- (61) Um die wirksame Anwendung der in der Verordnung festgelegten Pflichten zu erleichtern, müssen die nationalen Behörden ermächtigt werden, bei den **Anbietern politischer Werbedienstleistungen** [...] die einschlägigen Informationen über die Transparenz politischer Anzeigen anzufordern. Die den zuständigen Behörden zu übermittelnden Informationen könnten eine Werbekampagne betreffen, nach Jahren aggregiert werden oder sich auf bestimmte Anzeigen beziehen. Um sicherzustellen, dass den Ersuchen um solche Informationen wirksam und effizient entsprochen werden kann, und gleichzeitig zu gewährleisten, dass den Anbietern politischer Werbedienstleistungen keine unverhältnismäßigen Belastungen auferlegt werden, müssen bestimmte Bedingungen festgelegt werden, die diese Ersuchen erfüllen sollten. Vor allem im Interesse der zeitnahen Aufsicht über einen Wahlprozess sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen die Ersuchen der zuständigen Behörden schnell und in jedem Fall innerhalb von **zehn** [...] Arbeitstagen nach Eingang des Ersuchens beantworten. **Im letzten Monat der Wahlkampagne sollte davon ausgegangen werden, dass sich ein Verstoß gegen diese Verpflichtungen nachteilig und erheblich auf das Recht der Bürger auswirkt, weshalb Anbieter politischer Werbedienstleistungen die angeforderten Informationen innerhalb von 48 Stunden bereitstellen sollten. Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, sollten angemessene Anstrengungen unternehmen, um die angeforderten Informationen unverzüglich und wenn möglich vor dem Datum der Wahl oder des Referendums bereitzustellen.** Im Interesse der Rechtssicherheit und zur Wahrung der Verteidigungsrechte sollten die Informationsersuchen einer zuständigen Behörde eine angemessene Begründung und Informationen über die verfügbaren Rechtsbehelfe enthalten. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten Kontaktstellen für die Interaktion mit den zuständigen Behörden benennen. Dies könnten elektronische Kontaktstellen sein.
- (62) Die Mitgliedstaaten sollten für die Zwecke dieser Verordnung eine Kontaktstelle auf Unionsebene benennen. Die Kontaktstelle sollte nach Möglichkeit Mitglied des Europäischen Kooperationsnetzes für Wahlen sein. Die Kontaktstelle sollte die Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten bei ihren Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben erleichtern, insbesondere durch Vermittlung gegenüber den Kontaktstellen in anderen Mitgliedstaaten und gegenüber den zuständigen Behörden im eigenen Mitgliedstaat.



- (63) Die Behörden der Mitgliedstaaten sollten sicherstellen, dass Verletzungen der in dieser Verordnung festgelegten Pflichten mit Geldbußen oder finanziellen Sanktionen **und gegebenenfalls anderen Abhilfemaßnahmen** geahndet werden. Dabei sollten sie Art, Schwere, wiederholtes Auftreten und Dauer der Pflichtverletzung im Hinblick auf das betreffende öffentliche Interesse, Umfang und Art der ausgeübten Tätigkeiten sowie **gegebenenfalls** die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Verletzers berücksichtigen. In diesem Zusammenhang sollte der entscheidenden Bedeutung der in **den Artikeln 5 und 7** festgelegten Pflichten für die wirksame Verfolgung der Ziele dieser Verordnung Rechnung getragen werden. Ferner sollten sie berücksichtigen, ob der betreffende [...] **Anbieter politischer Werbedienstleistungen oder Sponsor** seine Pflichten nach dieser Verordnung systematisch oder wiederholt verletzt, indem er etwa die Bereitstellung von Informationen für Interessenten verzögert, sowie gegebenenfalls, ob der Anbieter politischer Werbedienstleistungen in mehreren Mitgliedstaaten tätig ist. Finanzielle Sanktionen, [...] Geldbußen **und andere Abhilfemaßnahmen sollten** [...] in jedem Einzelfall wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein, unter gebührender Berücksichtigung ausreichender und zugänglicher Verfahrensgarantien verhängt werden und insbesondere sicherstellen, dass die politische Debatte offen und zugänglich bleibt.
- (63a) *Im Einklang mit den allgemeinen Haftungsgrundsätzen dürfen gegen einen Anbieter politischer Werbedienstleistungen keine Sanktionen verhängt werden, wenn er auf der Grundlage ungenauer oder falscher Informationen des Sponsors gehandelt hat, die nicht offensichtlich fehlerhaft waren, sofern er nicht zu einem späteren Zeitpunkt Kenntnis von dem Fehler erlangt hat.*
- (63b) *Um die Anwendung und Überwachung dieser Verordnung zu erleichtern, sollten die zuständigen Behörden Mitteilungen über einen möglichen Verstoß gegen diese Verordnung, die sie von einer natürlichen oder juristischen Person erhalten, bearbeiten und zumindest auf Ersuchen die Person, die die Mitteilung vorgenommen hat, über die Folgemaßnahmen unterrichten. Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum sollte jede Mitteilung, die im Zusammenhang mit politischer Werbung in Bezug auf diese Wahl oder dieses Referendum eingegangen ist, unverzüglich bearbeitet werden.*

- (64) Für die Ausübung der Befugnisse nach dieser Verordnung durch die zuständigen Behörden sollten geeignete Verfahrensgarantien nach Unionsrecht und nationalem Recht gelten, einschließlich wirksamer gerichtlicher Rechtsbehelfe und ordnungsgemäßer Verfahren.
- (65) *Um die Einhaltung dieser Verordnung zu unterstützen, sollten Diensteanbietern und anderen Interessenten zeitnah leicht zugängliche Informationen über die Termine für nationale Wahlen und Referenden zur Verfügung gestellt werden.* Die Mitgliedstaaten sollten *daher die Termine für ihre Wahlen und Referenden veröffentlichen. Diese Informationen sollten in leicht zugänglicher Form und zeitnah zur Verfügung gestellt werden. Die Mitgliedstaaten sollten diese Informationen über ein von der Kommission zur Verfügung gestelltes Portal unmittelbar nach ihrer Bekanntgabe auch der Öffentlichkeit zugänglich machen.*
- (65a) *Um die wirksame Durchführung dieser Verordnung zu unterstützen, wird der Kommission nahegelegt, erforderlichenfalls Leitlinien für die Identifizierung politischer Werbung und die Anwendung von Sanktionen auszuarbeiten.*
- (66) Um die Ziele dieser Verordnung zu erreichen, sollte der Kommission die Befugnis übertragen werden, gemäß Artikel 290 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union Rechtsakte zu erlassen, zum einen hinsichtlich Artikel 7 Absatz 8 [...], um genauer festzulegen, in welcher Form die Anforderungen an die Bereitstellung von Informationen in den Transparenzbekanntmachungen nach dem genannten Artikel vorzusehen sind, und zum anderen hinsichtlich Artikel 12a Absatz 6 [...], um genauer festzulegen, in welcher Form die Anforderungen an die Bereitstellung von Informationen über Targeting vorzusehen sind. Es ist von besonderer Bedeutung, dass die Kommission angemessene Konsultationen [...] mit den von den einzelnen Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen, durchführt, die mit den Grundsätzen im Einklang stehen, die in der Interinstitutionellen Vereinbarung vom 13. April 2016 über bessere Rechtsetzung niedergelegt wurden. Um insbesondere für eine gleichberechtigte Beteiligung an der Vorbereitung delegierter Rechtsakte zu sorgen, erhalten das Europäische Parlament und der Rat alle Dokumente zur gleichen Zeit wie die Sachverständigen der Mitgliedstaaten, und ihre Sachverständigen haben systematisch Zugang zu den Sitzungen der Sachverständigengruppen der Kommission, die mit der Vorbereitung der delegierten Rechtsakte befasst sind.

- (67) Innerhalb von zwei Jahren nach jeder Wahl zum Europäischen Parlament sollte die Kommission einen öffentlichen Bericht über die Evaluierung und Überprüfung dieser Verordnung vorlegen. Bei der Ausarbeitung dieses Berichts sollte die Kommission auch die Anwendung dieser Verordnung im Rahmen anderer Wahlen und Referenden in der Union **sowie die Auswirkungen dieser Verordnung auf kleine und mittlere Medienunternehmen berücksichtigen. In dem Bericht sollten insbesondere die Wirksamkeit der Verordnung in Bezug auf spezifische Mittel der politischen Werbung, die weitere Einschränkung der Verarbeitung personenbezogener Daten für die Zwecke der in dieser Verordnung geregelten Targeting- und Amplifizierungsverfahren, die Art und Höhe der von den Mitgliedstaaten verhängten Sanktionen und die Verpflichtung zur Einrichtung öffentlicher Register für die gesamte politische Online-Werbung bewertet werden.** In dem Bericht sollten unter anderem die Bestimmungen der Anhänge dieser Verordnung auf ihre weitere Eignung überprüft werden, und es sollte geprüft werden, ob sie überarbeitet werden müssen.
- (68) Ergänzende Pflichten im Zusammenhang mit der Nutzung politischer Werbung durch europäische politische Parteien sind in der Verordnung (EU) Nr. 1141/2014 über das Statut und die Finanzierung europäischer politischer Parteien und europäischer politischer Stiftungen festgelegt.
- (69) Da die Ziele der vorliegenden Verordnung, nämlich zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen und Vorschriften für den Einsatz von Targeting im Rahmen der Veröffentlichung und Verbreitung politischer Werbung festzulegen, von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können und daher besser auf Unionsebene zu verwirklichen sind, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip diese Verordnung erlassen. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Verordnung nicht über das für die Verwirklichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.
- (70) Diese Verordnung gilt unbeschadet der Vorschriften insbesondere der Richtlinie 2000/31/EG, einschließlich der Vorschriften über die Verantwortlichkeit der Vermittler in den Artikeln 12 bis 15 der genannten Richtlinie in der durch die Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] geänderten Fassung, der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Märkte], der Richtlinie 2002/58/EG und der Verordnung (EU) XXX [Datenschutzverordnung für elektronische Kommunikation] sowie der Richtlinie (EU) 2010/13, der Richtlinie 2000/31/EG, der Richtlinie 2002/58/EG, der Richtlinie 2005/29/EG, der Richtlinie 2011/83/EU, der Richtlinie 2006/114/EG, der Richtlinie 2006/123/EG und der Verordnung (EU) 2019/1150.

- (71) Der Europäische Datenschutzbeauftragte wurde gemäß Artikel 42 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 angehört und hat am XX.XX.2022 eine Stellungnahme abgegeben —

HABEN FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

## KAPITEL I – ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

### *Artikel 1*

#### **Gegenstand und Ziele**

- (1) Mit dieser Verordnung werden festgelegt:
- a) harmonisierte Transparenzpflichten für Anbieter politischer Werbung und damit verbundener Dienstleistungen zur Speicherung, Offenlegung und Veröffentlichung von Informationen, die mit der Erbringung solcher Dienstleistungen in Zusammenhang stehen;
  - b) harmonisierte Vorschriften für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Rahmen [...] politischer Werbung, bei denen personenbezogene Daten *verarbeitet* [...] werden, *unabhängig davon, ob die politische Werbung eine Dienstleistung umfasst*.
- (2) [...]
- (3) Diese Verordnung hat das Ziel,
- a) zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen;
  - b) natürliche Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zu schützen.

[...]

## *Artikel 1a*

### *Anwendungsbereich*

- (1) *Diese Verordnung gilt für politische Werbung, die in der Union verbreitet wird oder sich in einem oder mehreren Mitgliedstaaten an Einzelpersonen richtet oder öffentlich zugänglich gemacht wird, unabhängig vom Ort der Niederlassung des Anbieters politischer Werbedienstleistungen und unabhängig von den eingesetzten Mitteln.*
- (2) *Diese Verordnung lässt sowohl den Inhalt politischer Anzeigen als auch die Vorschriften der Union oder der Mitgliedstaaten über Aspekte, die nicht unter diese Verordnung fallen, unberührt.*

(3)[...] Diese Verordnung gilt unbeschadet der Vorschriften folgender Rechtsakte:

- a) Richtlinie 2000/31/EG;
- b) Richtlinie 2002/58/EG und Verordnung (EU) XXX [Datenschutzverordnung für elektronische Kommunikation];
- c) Richtlinie 2005/29/EG;
- d) Richtlinie 2006/114/EG;
- e) Richtlinie 2006/123/EG;
- f) Richtlinie (EU) 2010/13;
- g) Richtlinie 2011/83/EU;
- h) Verordnung (EU) 2019/1150;
- i) [Verordnung (EU) 2022/xxx [Gesetz über digitale Dienste]].

## *Artikel 2*

### **Begriffsbestimmungen**

Für die Zwecke dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck

- 1. „Dienstleistung“ jede von Artikel 57 AEUV erfasste selbstständige wirtschaftliche Tätigkeit, die in der Regel gegen Entgelt erbracht wird;
- 2. „politische Werbung“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels:
  - a) durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen, es sei denn, sie ist rein privater oder rein kommerzieller Natur, oder



- b) die geeignet **und darauf ausgerichtet** ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, **ein Abstimmungsverhalten oder** einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess **auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene** zu beeinflussen.

***Darunter fallen nicht***

- i. ***politische Ansichten, die unter redaktioneller Verantwortung in beliebigen Medien geäußert werden, es sei denn, für die Äußerung dieser politischen Ansicht oder im Zusammenhang mit der Äußerung dieser politischen Ansicht erfolgt eine spezifische Bezahlung;***
- ii. Botschaften aus amtlichen Quellen ***der Mitgliedstaaten oder der Union, die sich ausschließlich auf*** die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden, ***einschließlich Kandidaturen und Referendumsvorlagen***, oder die Förderung der Teilnahme an Wahlen oder Referenden beziehen.
- iii. ***öffentliche Mitteilungen, die von, für oder im Namen eine(r) Behörde eines Mitgliedstaats, einschließlich der Regierungsmitglieder, veröffentlicht werden, sofern sie nicht darauf ausgerichtet sind, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen;***
- iv. ***die Vorstellung von Kandidaten in bestimmten öffentlichen Räumen oder in den Medien, die gesetzlich ausdrücklich vorgesehen ist und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung erfolgt;***
3. „politische Anzeige“ einen Fall politischer Werbung, ***die mithilfe eines beliebigen Mittels veröffentlicht oder verbreitet wird;***
4. „politischer Akteur“ jeden der folgenden Handelnden:
- a) eine politische Partei im Sinne des Artikels 2 Nummer 1 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014 oder eine Einrichtung, die [...] mit [...] einer solchen politischen Partei in Zusammenhang steht;

- b) ein politisches Bündnis im Sinne des Artikels 2 Nummer 2 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014;
  - c) eine europäische politische Partei im Sinne des Artikels 2 Nummer 3 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014;
  - d) einen Kandidaten für ein Wahlamt *oder Inhaber eines solchen* auf [...] *Unionsebene* oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene oder für eine Führungsposition einer politischen Partei;
  - e) [...]
  - f) ein *Mitglied der Organe der Union, mit Ausnahme des Gerichtshofs der Europäischen Union, der Europäischen Zentralbank und des Rechnungshofs, oder einer Regierung eines Mitgliedstaats auf* nationaler, regionaler oder lokaler Ebene;
  - g) [...]
  - h) jede natürliche oder juristische Person, die eine der unter den Buchstaben a bis g genannten Personen oder Organisationen vertritt oder in ihrem Namen handelt und [...] die politischen Ziele einer dieser Personen oder Organisationen fördert;
5. „politische Werbedienstleistung“ eine Dienstleistung, die aus politischer Werbung besteht, mit Ausnahme eines Online-Vermittlungsdienstes im Sinne des Artikels 2 Buchstabe f der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste], der ohne [...] *spezifisches Entgelt* für die *Ausarbeitung*, Platzierung, *Förderung*, Veröffentlichung oder Verbreitung der [...] *politischen* Botschaft erbracht wird;

- 5a. *„Anbieter politischer Werbedienstleistungen“ eine natürliche oder juristische Person, die politische Werbedienstleistungen erbringt, mit Ausnahme von reinen Nebendienstleistungen;*
6. „politische Werbekampagne“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener **politischer** Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage gemeinsamer Ausarbeitung, gemeinsamen Sponsorings oder gemeinsamer Finanzierung;
7. „Sponsor“ die natürliche oder juristische Person, in deren **Auftrag** oder Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird;
8. „Verfahren zum Targeting [...]“ Verfahren, die eingesetzt werden, um eine [...] politische Anzeige *in der Regel mit maßgeschneiderten Inhalten auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten* nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten [...];
- 8a. *„Verfahren zum Amplifizieren“ Optimierungstechniken, einschließlich Anzeigenschaltungstechniken, die eingesetzt werden, um die Verbreitung, die Reichweite oder die Sichtbarkeit einer politischen Anzeige auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten zu erhöhen und die es ermöglichen, die politische Anzeige nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten;*
9. [...]
10. „relevante Wählerschaft“ die Gesamtheit der Einzelpersonen, die bei der Wahl oder dem Referendum in dem Mitgliedstaat, in dem eine politische Anzeige **veröffentlicht oder** verbreitet wird, abstimmungsberechtigt sind, wobei es sich um die gesamte Wählerschaft eines Mitgliedstaats handeln kann;

11. „Herausgeber politischer Werbung“ [...] einen **Anbieter politischer Werbedienstleistungen**, der über ein beliebiges Medium [...] politische Werbung [...] *veröffentlicht oder verbreitet*;
12. „Verantwortlicher“ einen Verantwortlichen im Sinne des Artikels **34** Nummer 8 der Verordnung (EU) 2016/679 oder gegebenenfalls des Artikels **3** Nummer 8 der Verordnung (EU) 2018/1725.
- [...]

## *Artikel 2a*

### *Identifizierung politischer Werbung*

- (1) *Bei der Feststellung, ob eine Mitteilung politische Werbung im Sinne von Artikel 2 Nummer 2b darstellt, sollten ihre einschlägigen Merkmale berücksichtigt werden, wie etwa:*
- a) der Inhalt der Mitteilung;*
  - b) der Sponsor der Mitteilung;*
  - c) die verwendete Sprache, die Mittel, mit denen die Mitteilung gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird, sowie die Zielgruppe;*
  - d) der Kontext der Mitteilung, einschließlich des Zeitraums der Verbreitung wie Zeiträume von Wahlen oder Referenden und Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozessen;*
  - e) der Ziel der Mitteilung.*

- (2) *Es sollte eine eindeutige und wesentliche Verbindung zwischen der Mitteilung und ihrem Potenzial bestehen, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen.*

### *Artikel 3*

#### ***Binnenmarktgrundsatz***

- (1) Die Mitgliedstaaten dürfen nicht aus Gründen der Transparenz ***politischer Werbung*** Bestimmungen oder Maßnahmen aufrechterhalten oder einführen, die von den in dieser Verordnung festgelegten abweichen.
- (2) Die Erbringung politischer Werbedienstleistungen darf nicht aus Gründen der Transparenz verboten oder eingeschränkt werden, wenn den Anforderungen dieser Verordnung genügt worden ist.

# KAPITEL II – TRANSPARENZPFLICHTEN FÜR POLITISCHE WERBEDIENSTLEISTUNGEN

## Artikel 4

### Transparenz politischer Werbedienstleistungen

- (1) Politische Werbedienstleistungen werden in transparenter Weise im Einklang mit den [...] in **Kapitel II** dieser Verordnung festgelegten Pflichten erbracht.
- (1a.) *Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass die vertraglichen Vereinbarungen über die Erbringung einer politischen Werbedienstleistung die Einhaltung der einschlägigen Bestimmungen dieser Verordnung ermöglichen.*

## Artikel 5

### Identifizierung politischer Werbedienstleistungen

- (1) Die Anbieter von Werbedienstleistungen verlangen von Sponsoren und Anbietern von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, eine Erklärung dazu abzugeben, ob es sich bei der Werbedienstleistung, mit der sie den Diensteanbieter beauftragen, um eine politische Werbedienstleistung im Sinne des Artikels 2 Nummer 5 handelt. Sponsoren und Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, geben eine solche Erklärung **wahrheitsgetreu** ab.
- (2) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass [...] **der Sponsor oder die Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln**, in den vertraglichen Vereinbarungen über die Erbringung einer politischen Werbedienstleistung **dazu verpflichtet werden, die einschlägigen Informationen bereitzustellen, die für die Einhaltung des Artikels 6 Absatz 1 erforderlich sind. Die Informationen werden vollständig, genau und unverzüglich übermittelt.**
- (2a) *Stellt ein Anbieter von Werbedienstleistungen fest, dass eine Erklärung oder Information offensichtlich fehlerhaft ist, oder hat er tatsächliche Kenntnis davon, so muss er den Sponsor oder den Anbieter von Werbedienstleistungen, der im Namen eines Sponsors handelt, auffordern, seine Erklärung oder die gelieferte Information zu berichtigen. Sponsoren oder Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von*

*Sponsoren handeln, führen eine solche Berichtigung vollständig, genau und unverzüglich durch.*

## Artikel 6

### Führung von Aufzeichnungen [...]

- (1) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen bewahren Informationen, die sie bei der Erbringung ihrer Dienstleistungen sammeln, über Folgendes auf:
- a) die politische Anzeige oder politische Werbekampagne, mit der die Dienstleistungen in Zusammenhang stehen,
  - b) die konkreten Dienstleistungen, **die sie** im Zusammenhang mit der politischen Werbung erbracht haben,
  - c) die Beträge, die sie für die erbrachten Dienstleistungen in Rechnung gestellt haben, und den Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für die erbrachten Dienstleistungen erhalten haben, und *ihre Quellen*, [...]
  - d) [...] die Identität des Sponsors *der politischen Anzeige und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, ihre* Kontaktdaten und *bei juristischen Personen den Ort der Niederlassung, und*
  - da) gegebenenfalls die Angabe der betreffenden Wahlen oder Referenden, mit denen die politische Anzeige in Zusammenhang steht.*
- (2) Die in Absatz 1 genannten Informationen müssen in schriftlicher [...] *oder* [...] elektronischer Form abgefasst werden. Diese Informationen werden für einen Zeitraum von fünf Jahren ab dem Tag der letzten Ausarbeitung, Platzierung, **Förderung**, Veröffentlichung bzw. Verbreitung aufbewahrt.
- (2a) *Dieser Artikel gilt nicht für Unternehmen, die unter Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, wenn die Erbringung von Werbedienstleistungen im Verhältnis zu deren Haupttätigkeiten völlig untergeordnet und unwesentlich ist.*
- (3) [...]



## *Artikel 6a*

### *Übermittlung von Informationen an den Herausgeber politischer Werbung*

- (1) *Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass die in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen dem Herausgeber politischer Werbung, der die politische Anzeige veröffentlichen oder verbreiten soll, rechtzeitig, vollständig und genau mitgeteilt werden, damit Herausgeber politischer Werbung ihre Pflichten nach dieser Verordnung erfüllen können. Anbieter politischer Werbedienstleistungen unternehmen angemessene Anstrengungen, um zu gewährleisten, dass die gemäß Artikel 6 Absatz 1 gespeicherten Informationen vollständig und genau sind.*

*Ist der Herausgeber politischer Werbung der einzige Anbieter politischer Werbedienstleistungen, so übermittelt der Sponsor die einschlägigen Informationen an den Herausgeber.*

- (2) *Anbieter politischer Werbedienstleistungen übermitteln diese Informationen zeitgleich mit der Bereitstellung der betreffenden Dienstleistung im Einklang mit bewährten Verfahren und branchenüblichen Standards, soweit technisch möglich im Wege eines standardisierten automatisierten Verfahrens.*
- (3) *Stellt ein Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass von ihm übermittelte Informationen aktualisiert wurden, sorgt er dafür, dass diese aktualisierten Informationen dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden.*

### Transparenzanforderungen an jede politische Anzeige

- (1) **Der Herausgeber politischer Werbung stellt zusammen mit jeder politischen Anzeige [...] die folgenden Informationen bereit**, die in klarer, hervorgehobener und eindeutiger Weise erscheinen müssen:
- a) eine Erklärung, dass es sich um eine politische Anzeige handelt;
  - b) die Identität des Sponsors der politischen Anzeige und **gegebenenfalls** der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert;
  - ba) gegebenenfalls eine Erklärung, aus der hervorgeht, dass die politische Anzeige gezielt eingesetzt oder „amplifiziert“ wurde;**
  - c) eine Transparenzbekanntmachung, die es ermöglicht, den breiteren Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele zu verstehen, oder einen klaren Hinweis darauf, wo sie leicht abgerufen werden kann.

In diesem Zusammenhang nutzen Herausgeber politischer Werbung Techniken für eine effiziente und auffällige Kennzeichnung, die es ermöglichen, die politische Anzeige leicht als solche zu erkennen [...] und [...] die Kennzeichnung im Falle einer weiteren Verbreitung der politischen Anzeige zu erhalten [...].

(2) Die Transparenzbekanntmachung [...] **enthält mindestens** die folgenden Informationen [...]:

- a) die Identität des Sponsors **und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert** [...];
- b) [...]
- c) [...] Angaben zu den aggregierten Beträgen oder sonstigen Leistungen, die ganz oder teilweise für die [...] **politischen Werbedienstleistungen** [...] **für die** betreffende Anzeige und gegebenenfalls die politische Werbekampagne **von den Anbietern politischer Werbedienstleistungen – auch vom Herausgeber –** entgegengenommen wurden, und deren Quellen;

- d) gegebenenfalls die Angabe der Wahlen oder Referenden, mit denen die Anzeige in Zusammenhang steht;
- e) gegebenenfalls Links zu *den in Absatz 6 genannten* Online-Archiven für Werbung;
- ea) *gegebenenfalls die in Artikel 12a Absatz 1 Buchstaben c und ca genannten Informationen.*

[...]

Die in die Transparenzbekanntmachung aufzunehmenden Informationen [...] *umfassen auch die* in Anhang I aufgeführten [...] *Elemente.*

- (2a) *Die Transparenzbekanntmachung muss in jede politische Anzeige aufgenommen werden oder ab deren erster Veröffentlichung und bis zu deren Ende leicht von dieser aus abzurufen sein. Transparenzbekanntmachungen werden in einem Format vorgelegt, das leicht zugänglich und maschinenlesbar – soweit technisch möglich –, deutlich sichtbar und benutzerfreundlich ist, auch durch Verwendung einfacher Sprache. Maschinenlesbare Transparenzbekanntmachungen werden über eine gemeinsame öffentlich zugängliche Anwendungsprogrammierschnittstelle zugänglich gemacht.*
- (3) Der Herausgeber politischer Werbung unternimmt angemessene Anstrengungen, um zu gewährleisten, dass die in Absatz 2 genannten Informationen vollständig, [...] *genau und aktuell* sind. *Stellen Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass die an den Herausgeber politischer Werbung übermittelten oder von diesem veröffentlichten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so nehmen sie unverzüglich mit dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung Kontakt auf und übermitteln gegebenenfalls die vervollständigten oder berichtigten Informationen an den Herausgeber politischer Werbung. Wenn der Herausgeber politischer Werbung auf irgendeine Art und Weise feststellt, dass die in Absatz 2 genannten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so unternimmt er angemessene Anstrengungen, um die Informationen zu vervollständigen oder zu berichtigen, gegebenenfalls auch, indem er sich an den Sponsor oder die betreffenden Diensteanbieter wendet. Können die Informationen nicht unverzüglich vervollständigt oder berichtigt werden, so stellt der Herausgeber die politische Anzeige nicht bereit oder stellt deren Veröffentlichung oder Verbreitung ein. Der Herausgeber informiert den Sponsor oder den im Namen des*

*Sponsors handelnden Diensteanbieter, wenn die von diesen gesponserte politische Anzeige nicht zugänglich gemacht wird oder eingestellt wird.*

- (4) [...]
- (5) Der Herausgeber politischer Werbung bewahrt seine Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen [...] *für einen Zeitraum von fünf Jahren ab der letzten Veröffentlichung* auf.
- (5a) *Absatz 5 gilt nicht für Unternehmen, die unter Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, wenn die Erbringung von Werbedienstleistungen im Verhältnis zu deren Haupttätigkeiten völlig untergeordnet und unwesentlich ist.*
- (6) Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne des Artikels 25 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] handelt, stellen sicher, dass *für jede politische Anzeige umgehend die in Absatz 2 dieses Artikels genannten Informationen in den in Artikel [39] jener Verordnung [Gesetz über digitale Dienste] genannten Archiven bereitgestellt werden. Diese Informationen werden laufend aktualisiert und nach einem vereinbarten branchenüblichen Standard für Zugänglichkeit, Datenstruktur und Zugang über eine gemeinsame öffentlich zugängliche Anwendungsprogrammierschnittstelle bereitgestellt.*
- (7) Die Mitgliedstaaten, einschließlich der zuständigen Behörden, und die Kommission fördern unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale der beteiligten einschlägigen Diensteanbieter und der besonderen Bedürfnisse von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen im Sinne des Artikels 3 der Richtlinie 2013/34/EU die Ausarbeitung von Verhaltensregeln, die zur ordnungsgemäßen Anwendung des vorliegenden Artikels beitragen sollen.

- (8) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, gemäß Artikel 19 delegierte Rechtsakte zu erlassen, um Anhang I durch Hinzufügung *oder* Änderung [...] von Elementen der Liste [...] der Informationen [...] angesichts technologischer Entwicklungen, ***einschlägiger wissenschaftlicher Forschung, Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und einschlägiger Leitlinien der zuständigen Stellen zu ändern, sofern die in Ansatz 2 dieses Artikels genannten Elemente aufrechterhalten werden und eine*** Änderung notwendig ist, um den breiteren Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele zu verstehen.

## Artikel 8

### Regelmäßige Berichterstattung über politische Werbedienstleistungen

- (1) Die Herausgeber ***politischer*** Werbung ***machen Angaben zu*** den Beträgen oder dem Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für die erbrachten Dienstleistungen, einschließlich des Einsatzes von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, erhalten haben, aggregiert nach Kampagne ***als Anlage zu*** ihrem Lagebericht im Sinne des Artikels 19 der Richtlinie 2013/34/EU [...].
- (2) Absatz 1 gilt nicht für Unternehmen, die unter Artikel 3 ***Absätze 1 bis 3*** der Richtlinie 2013/34/EU fallen.

## Artikel 9

### Hinweis auf möglicherweise unzulässige politische Anzeigen

- (1) Die Herausgeber [...] ***politischer Werbung [...] ermöglichen es natürlichen oder juristischen Personen,*** ihnen unentgeltlich zu melden, dass eine bestimmte von ihnen veröffentlichte Anzeige nicht dieser Verordnung entspricht.

- (2) Die Informationen darüber, wie politische Anzeigen nach Absatz 1 zu melden sind, müssen benutzerfreundlich und leicht zugänglich sein, auch von der Transparenzbekanntmachung aus.  
Die Herausgeber politischer Werbung ermöglichen die [...] **Meldung** der in Absatz 1 genannten Informationen auf elektronischem Wege.
- (3) **Die Herausgeber politischer Werbung unternehmen angemessene Anstrengungen, um sorgfältig, objektiv und unverzüglich auf die nach Absatz 1 eingegangenen Meldungen einzugehen, indem sie sich an den betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen und gegebenenfalls den Sponsor wenden.**
- (3a)[...] Die Herausgeber politischer Werbung unterrichten **zumindest auf Nachfrage unverzüglich** die Personen, die die Meldung nach Absatz 1 vorgenommen haben, über die Folgemaßnahmen, die im Anschluss daran getroffen wurden. **Herausgeber politischer Werbung, die unter Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, bemühen sich nach Kräften, die Einhaltung der Bestimmungen dieses Absatzes sicherzustellen.**
- (3b) **Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum gehen Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] handelt, innerhalb von 48 Stunden auf alle Meldungen ein, die sie über Anzeigen im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten.**
- (4) Sich wiederholende Meldungen nach Absatz 1, die dieselbe Anzeige oder Werbekampagne betreffen, können gemeinsam beantwortet werden, auch durch Hinweis auf eine Bekanntmachung auf der Website des betreffenden Herausgebers politischer Werbung.

## Artikel 10

### Übermittlung von Informationen an die zuständigen Behörden

1. Die zuständigen nationalen Behörden sind befugt, [...] Anbieter politischer Werbedienstleistungen um Übermittlung **aller erforderlichen** Informationen zu ersuchen, **damit sie die Einhaltung der Artikel 6, 7 und 8 überprüfen können.** Die übermittelten Informationen müssen vollständig, genau und vertrauenswürdig sein und in einem klaren, kohärenten, konsolidierten und verständlichen Format bereitgestellt werden. Soweit technisch möglich, werden die Informationen in einem maschinenlesbaren Format übermittelt.

- (1a) Das in **Absatz 1** genannte Ersuchen muss Folgendes enthalten:
- a) eine Begründung, aus der hervorgeht, für welchen Zweck die Informationen angefordert werden und warum das Ersuchen erforderlich und angemessen ist, es sei denn, das Ersuchen dient der Verhütung, **Aufdeckung**, Ermittlung [...] und Verfolgung von Straftaten oder **schwerwiegenden Verwaltungsübertretungen**, soweit die Begründung des Ersuchens diesen Zweck gefährden würde;
  - b) Informationen über die Rechtsbehelfe, die dem betreffenden Diensteanbieter und dem Sponsor der politischen Werbedienstleistung zur Verfügung stehen.
- (2) Nach Eingang eines Ersuchens nach Absatz 1 bestätigen Anbieter politischer Werbedienstleistungen innerhalb von zwei Arbeitstagen den Eingang des Ersuchens und unterrichten die Behörde über die Schritte, die unternommen wurden, um dem Ersuchen zu entsprechen. Der betreffende Diensteanbieter stellt die angeforderten Informationen innerhalb von zehn Arbeitstagen zur Verfügung. **Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, unternehmen jedoch angemessene Anstrengungen, um die angeforderten Informationen innerhalb von 15 Werktagen bereitzustellen.**
- (2a) **Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum stellen Anbieter politischer Werbedienstleistungen die angeforderten Informationen abweichend von Absatz 3 innerhalb von 48 Stunden zur Verfügung. Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, unternehmen jedoch angemessene Anstrengungen, um die angeforderten Informationen unverzüglich und wenn möglich vor dem Datum der Wahl oder des Referendums bereitzustellen.**
- (3) Anbieter politischer Werbedienstleistungen benennen eine Kontaktstelle für die Interaktion mit den zuständigen nationalen Behörden. Anbieter politischer Werbedienstleistungen [...], **die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen**, können eine externe natürliche Person als Kontaktstelle benennen.



### Übermittlung von Informationen an andere Interessenten

- (1) ***Auf Ersuchen von Interessenten übermitteln*** Anbieter politischer Werbedienstleistungen [...] unentgeltlich die Informationen, ***über die sie nach den Artikeln 6 und 7 verfügen müssen***, an diese Interessenten.
- [...]
- (2) Interessenten, die um Übermittlung von Informationen nach Absatz 1 ersuchen, müssen von geschäftlichen Interessen unabhängig sein und unter eine oder mehrere der folgenden Kategorien fallen:
- a) zugelassene Forscher im Sinne des Artikels 31 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste],
  - b) Mitglieder einer nach nationalem Recht oder Unionsrecht zugelassenen Organisation der Zivilgesellschaft, deren satzungsmäßige Ziele der Schutz und die Förderung des öffentlichen Interesses sind,
  - c) politische Akteure, [...] [...]
  - d) nationale oder internationale [...] in einem Mitgliedstaat ***anerkannte*** Wahlbeobachter [...] ***oder***
- da) Journalisten.***
- [...]
- (3) Nach Eingang des Ersuchens eines Interessenten bemüht sich der Diensteanbieter nach besten Kräften, die angeforderten Informationen oder seine begründete Antwort nach Absatz 5 innerhalb eines Monats bereitzustellen.

- (4) Bei der Zusammenstellung der nach Absatz 1 bereitzustellenden Informationen kann der Diensteanbieter die betreffenden Beträge aggregieren oder als Spanne angeben, soweit dies für den Schutz seiner berechtigten geschäftlichen Interessen erforderlich ist.
- (5) Sind Ersuchen nach Absatz 1 offenkundig unbegründet, unklar oder exzessiv, insbesondere wegen mangelnder Klarheit, so kann der Diensteanbieter ihre Beantwortung ablehnen. In diesem Fall übermittelt der betreffende Diensteanbieter dem Interessenten, der das Ersuchen gestellt hat, eine begründete Antwort *sowie Informationen über die Rechtsbehelfsmöglichkeiten*.
- (6) *Verursacht die Bearbeitung der* Ersuchen nach Absatz 1 [...] erhebliche Kosten, so kann der Diensteanbieter eine vertretbare, angemessene Gebühr in Rechnung stellen, die in keinem Fall die Verwaltungskosten für die Bereitstellung der angeforderten Informationen übersteigen darf.
- (7) Diensteanbieter tragen die Beweislast dafür, dass ein Ersuchen offenkundig unbegründet, unklar oder exzessiv ist oder dass *die Bearbeitung der Ersuchen* erhebliche Kosten verursacht.

# KAPITEL III – TARGETING UND AMPLIFIZIEREN

## POLITISCHER WERBUNG

### Artikel 12

#### *Verbote [...] in Bezug auf das Targeting und Amplifizieren*

1. Verfahren zum Targeting oder Amplifizieren, die im Zusammenhang mit politischer Werbung mit einer Verarbeitung **besonderer Kategorien** personenbezogener Daten nach Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 einhergehen, sind verboten.
- (2) **Absatz 1** [...] gilt nicht für Situationen nach Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a [...] der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 2 Buchstabe a [...] der Verordnung (EU) 2018/1725. **Für die Zwecke der Umsetzung dieses Absatzes wird die ausdrückliche Einwilligung im Sinne der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 gesondert und speziell für die Zwecke der politischen Werbung erteilt.**
- (2a) **Absatz 1** gilt nicht für Situationen nach Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe d der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 2 Buchstabe d der Verordnung (EU) 2018/1725.
- (3) **Targeting- oder Amplifizierungstechniken, die mit der Verarbeitung personenbezogener Daten einer Person einhergehen, bei der mit hinreichender Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass sie das in den nationalen Vorschriften festgelegte Wahlalter frühestens in einem Jahr erreicht, sind im Zusammenhang mit politischer Werbung verboten.**

### Artikel 12a

#### *Spezielle Anforderungen in Bezug auf das Targeting und Amplifizieren*

- (1[...]) Beim Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, müssen die Verantwortlichen neben den Anforderungen der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. der Verordnung (EU) 2018/1725 die folgenden Anforderungen erfüllen:

- a) Sie müssen eine interne Politik annehmen, [...] umsetzen **und öffentlich zugänglich machen**, in der in klarer und leichter Sprache [...] dargelegt ist, **wie diese Verfahren eingesetzt werden** [...], und diese Politik für einen Zeitraum von fünf Jahren **ab dem letzten Einsatz dieser Verfahren** durchführen;
- b) sie müssen Protokolle über den Einsatz von Targeting und Amplifizieren führen, unter Angabe der einschlägigen Mechanismen, verwendeten Verfahren und Parameter und Quellen der verwendeten personenbezogenen Daten;
- c) sie müssen zusammen mit der [...] **Angabe, dass es sich um eine politische Anzeige handelt, die Bereitstellung** zusätzlicher Informationen [...] **gewährleisten**, die notwendig sind, damit die betroffene Person die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Verfahrens sowie die Verwendung von Daten Dritter und zusätzlicher Analysetechniken nachvollziehen kann. **Die Informationen umfassen mindestens Folgendes:**
  - i) **die spezifischen Gruppen von gezielt angesprochenen Empfängern, einschließlich der zur Bestimmung der Empfänger, an die die Werbung verbreitet wird, verwendeten Parameter;**
  - ii) **die Kategorien und die Quellen der personenbezogenen Daten, die für das Targeting und Amplifizieren verwendet werden.**

**Die aufzunehmenden** [...] Informationen [...] **enthalten zudem** die in Anhang II aufgeführten Punkte; [...]

- ca) sie müssen [...] zusammen mit der Anzeige [...] **oder** in der nach Artikel 7 geforderten Transparentbekanntmachung auf wirksame Mittel [...], die Einzelpersonen bei der Ausübung ihrer Rechte gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. der Verordnung (EU) 2018/1725 unterstützen, **und insbesondere auf das Recht der Einzelpersonen auf Erteilung bzw. Widerruf der Einwilligung und das Recht auf Widerspruch hinweisen. Bei diesem Hinweis muss es einen Link zu einer Schnittstelle geben, die die Ausübung dieses Rechte ermöglicht.**

(2[...]) Handelt es sich bei **dem Verantwortlichen** nicht um den Herausgeber der **politischen** Werbung, so übermittelt **der Verantwortliche** dem Herausgeber die interne Politik **und gewährleistet, dass die in Absatz 1 Buchstaben c und ca genannten Informationen dem**

*Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden, um ihm zu ermöglichen, seinen Verpflichtungen gemäß dieser Verordnung nachzukommen. Die Informationen werden zeitnah und genau im Einklang mit bewährten Verfahren und branchenüblichen Standards, soweit technisch möglich im Wege eines standardisierten automatisierten Verfahrens, übermittelt.*

- (3) *Anbieter politischer Werbedienstleistungen müssen den Verantwortlichen erforderlichenfalls die Informationen übermitteln, die diese benötigen, um den Absätzen 1 und 2 nachzukommen.*

[...]

- (4[...]) Gemäß *den Absätzen 1 bis 3* [...] bereitzustellende Informationen müssen in einem leicht zugänglichen und – sofern technisch machbar – maschinenlesbaren, deutlich sichtbaren und benutzerfreundlichen Format, auch durch Verwendung einfacher Sprache, bereitgestellt werden.

[...]

- (5[...]) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, gemäß Artikel 19 delegierte Rechtsakte zu erlassen, um Anhang II durch *Hinzufügung oder* Änderung [...] von Elementen der *darin enthaltenen* Liste [...] der Informationen [...] angesichts technologischer Entwicklungen, [...] einschlägiger wissenschaftlicher Forschung und von Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und in einschlägigen Leitlinien der zuständigen Stellen [...] *zu ändern, sofern die in Absatz 1 Buchstabe c dieses Artikels aufgeführten Elemente beibehalten werden.*

### *Artikel 13*

## **Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit dem Targeting oder dem Amplifizieren an andere Interessenten**

- (1) [...] *Die Verantwortlichen ergreifen* geeignete Maßnahmen, um die Informationen nach Artikel 12a auf Ersuchen von Interessenten gemäß Artikel 11 Absatz 1 *unentgeltlich* zu übermitteln.
- (2) Artikel 11 Absätze 2 bis 7 gelten entsprechend.

# KAPITEL IV – ÜBERWACHUNG UND DURCHSETZUNG

## Artikel 14

### Bevollmächtigter Vertreter

- (1) Diensteanbieter, die politische Werbedienstleistungen in der Union anbieten, jedoch nicht in der Union ansässig sind, müssen schriftlich eine natürliche oder juristische Person als ihren bevollmächtigten Vertreter in einem der Mitgliedstaaten, in dem sie ihre Dienste anbieten, benennen. *Der benannte gesetzliche Vertreter lässt sich bei der in Absatz 2a genannten zuständigen Behörde registrieren.*
- (1a) *Kommen die Anbieter politischer Werbedienstleistungen der Verpflichtung nach Absatz 1 nicht nach, so ergreifen die Mitgliedstaaten alle geeigneten Maßnahmen, um die Einhaltung dieser Verordnung sicherzustellen, indem sie unter anderen die Veröffentlichung oder Verbreitung der betreffenden politischen Anzeigen einstellen, wenn die Einhaltung auf andere Weise nicht gewährleistet werden kann.*
- (2) Dieser bevollmächtigte Vertreter ist dafür verantwortlich, die Pflichten des Diensteanbieters, den er vertritt, nach dieser Verordnung zu erfüllen, und er ist als Empfänger für die gesamte Kommunikation mit dem entsprechenden Diensteanbieter nach dieser Verordnung einzusetzen. Jegliche Kommunikation mit dem bevollmächtigten Vertreter gilt als Kommunikation mit dem vertretenen Diensteanbieter.
- (2a) *Die Mitgliedstaaten benennen eine zuständige Behörde, die für die Online-Veröffentlichung und regelmäßige Aktualisierung der Informationen über benannte gesetzliche Vertreter, die gemäß Absatz 1 registriert sind, zuständig ist. Die Mitgliedstaaten stellen der Kommission die Links zu den einschlägigen Websites bereit.*
- (2b) *Die Kommission richtet ein Portal ein, das zu den von den Mitgliedstaaten gemäß Absatz 2a bereitgestellten Websites führt.*

### **Zuständige Behörden und Kontaktstellen**

- (1) Die Aufsichtsbehörden nach Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 oder Artikel 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 sind in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich für die Überwachung der Anwendung [...] **der Artikel 12 und 12a** der vorliegenden Verordnung verantwortlich. Artikel 58 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 58 der Verordnung (EU) 2018/1725 gelten entsprechend. Kapitel VII der Verordnung (EU) 2016/679 findet Anwendung auf Maßnahmen [...] **nach den Artikeln 12 und 12a** der vorliegenden Verordnung.
- (2) Die Mitgliedstaaten benennen die zuständigen Behörden, die die Einhaltung der Pflichten nach den Artikeln 5 bis 11 und 14 dieser Verordnung durch Vermittler im Sinne der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] überwachen. Die nach der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] benannten zuständigen Behörden können auch eine der zuständigen Behörden sein, die die Erfüllung der Pflichten der Online-Vermittlungsdienste nach den Artikeln 5 bis 11 und 14 der vorliegenden Verordnung überwachen. Der Koordinator für digitale Dienste nach Artikel 38 der Verordnung (EU) 2021/xxx ist in jedem Mitgliedstaat dafür verantwortlich, die Koordinierung der Vermittler nach Maßgabe der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] auf nationaler Ebene zu gewährleisten. Artikel 45 Absätze 1 bis 4 und Artikel 46 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] findet im Zusammenhang mit der Anwendung der vorliegenden Verordnung auf Vermittler Anwendung.
- (3) Jeder Mitgliedstaat benennt eine oder mehrere zuständige Behörden, die für die Anwendung und Durchsetzung der in den Absätzen 1 und 2 nicht genannten Aspekte dieser Verordnung zuständig sind. **Diese zuständigen Behörden können sich von den in den Absätzen 1 und 2 genannten Behörden unterscheiden.** Jede nach diesem Absatz benannte zuständige Behörde ist vollständig unabhängig vom Sektor, von Interventionen von außen oder von politischem Druck. Sie übernimmt vollständig unabhängig die wirksame Aufsicht und trifft die erforderlichen und verhältnismäßigen Maßnahmen, um die Einhaltung dieser Verordnung zu gewährleisten.



- (4) [...]
- (5) Die in Absatz 3 genannten zuständigen Behörden haben bei der Ausübung ihrer **Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben und -befugnisse** [...] im Zusammenhang mit dieser Verordnung die Befugnis,
- aa) insbesondere Zugang zu Daten, Dokumenten oder allen erforderlichen Informationen des betreffenden Sponsors oder der betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu verlangen;**
- a) Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu warnen, wenn sie ihre Pflichten nach Maßgabe dieser Verordnung nicht erfüllen,
- aa) die Einstellung von Verstößen anzuordnen und Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu verpflichten, unter Wahrung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung und auf Informationsfreiheit die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, um dieser Verordnung nachzukommen,**
- b) eine Erklärung zu veröffentlichen, in der die Art des Verstoßes sowie die juristische(n) und natürliche(n) Person(en) genannt wird bzw. werden, die für den Verstoß gegen eine in diesen Verordnungen festgelegte Verpflichtung verantwortlich ist bzw. sind,
- c) Geldbußen **oder** [...] finanzielle Sanktionen **und gegebenenfalls andere Abhilfemaßnahmen** zu verhängen, **um den Verstoß wirksam zu beenden, oder eine Justizbehörde in ihrem Mitgliedstaat aufzufordern, dies zu tun.**
- (6) Die Mitgliedstaaten gewährleisten [...] **eine wirksame und strukturierte** Zusammenarbeit zwischen [...] **allen relevanten** zuständigen Behörden **auf nationaler Ebene**, [...] **die gemäß den Absätzen 1 bis 3 benannt werden**, um einen schnellen und gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben **und -befugnisse** nach dieser Verordnung zu erleichtern, unter anderem durch [...] den Austausch von Erkenntnissen und Fachwissen **im Hinblick auf die Unterstützung der Feststellung von Verstößen** und Kontakte bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften

- (6a) *Die von den Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen treten regelmäßig auf Unionsebene insbesondere im Rahmen des europäischen Kooperationsnetzes für Wahlen zusammen und arbeiten mit der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste und anderen einschlägigen Netzen eng zusammen, um den schnellen und gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung zu erleichtern.*
- (7) Jeder Mitgliedstaat benennt für die Zwecke dieser Verordnung eine zuständige Behörde als Kontaktstelle auf Unionsebene.

### *Artikel 15a*

#### *Grenzüberschreitende Zusammenarbeit*

- (1) *Die Einhaltung dieser Verordnung durch Anbieter politischer Werbedienstleistungen unterliegt der Zuständigkeit des Mitgliedstaats, in dem der Anbieter niedergelassen ist. Hat der Anbieter Niederlassungen in mehr als einem Mitgliedstaat, so gilt, dass er der Zuständigkeit des Mitgliedstaats unterliegt, in dem er seine Hauptniederlassung hat.*
- (2[...]) *Unbeschadet des Artikels 15 Absätze 1 und 2 und des Absatzes 1 des vorliegenden Artikels [...] arbeiten [...] die zuständigen Behörden [...] aller Mitgliedstaaten zusammen und unterstützen einander erforderlichenfalls. [...]*
- [...]

[...]

- (3 [...]) ***Eine zuständige Behörde leistet*** auf begründetes Ersuchen einer anderen zuständigen Behörde [...] der ersuchenden Behörde ***unverzüglich, spätestens jedoch einen Monat nach Eingang des Ersuchens*** Unterstützung, damit die in [...] ***Artikel 15 Absatz 5*** [...] genannten Aufsichts- oder Durchsetzungsmaßnahmen wirksam, effizient und kohärent durchgeführt werden können. ***Eine*** [...] zuständige Behörde [...] ***stellt auf begründetes Informationsersuchen einer zuständigen Behörde eines anderen Mitgliedstaats*** über die in ***Artikel 15 Absatz 7*** genannten Kontaktstellen [...] ***dieser zuständigen Behörde unverzüglich, spätestens jedoch 14 Tage nach Eingang des Ersuchens die angeforderten Informationen zur Verfügung. Die Frist kann auf einen Monat verlängert werden, wenn zusätzliche Untersuchungen oder Informationen mehrerer zuständiger Behörden erforderlich sind.*** [...]
- (4) ***Hat die zuständige Behörde eines Mitgliedstaats Grund zu der Annahme, dass ein Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Hauptniederlassung in einem anderen Mitgliedstaat in ihrem Gebiet gegen diese Verordnung verstoßen hat, so teilt sie dies der zuständigen Behörde im Land der Hauptniederlassung über die in Artikel 15 Absatz 7 genannte Kontaktstelle mit.***
- (5) ***Eine Mitteilung gemäß Absatz 4 muss hinreichend begründet sein und zumindest Folgendes enthalten:***
- a) ***Informationen, die die Identifizierung des Anbieters politischer Werbedienstleistungen ermöglichen;***

- b) *eine Beschreibung der einschlägigen Fakten, die betreffenden Bestimmungen dieser Verordnung und die Gründe, aufgrund derer die zuständige Behörde, die die Mitteilung übermittelt hat, vermutet, dass der betreffende Dienstleistungsanbieter gegen diese Verordnung verstoßen hat, gegebenenfalls einschließlich einer Beschreibung der Fakten, die die Bewertung der in Artikel 16 Absatz 3 genannten Kriterien ermöglichen würden;*
  - c) *den Ort, an dem die betreffende politische Anzeige oder eine Kopie davon gefunden werden kann;*
  - d) *alle sonstigen Informationen, die die zuständige Behörde, die die Mitteilung übermittelt hat, für relevant hält, gegebenenfalls einschließlich Informationen, die sie auf eigene Initiative hin zusammengetragen hat.*
- (6) *Verfügt die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung nicht über ausreichende Informationen, um auf eine Mitteilung nach Absatz 4 hin tätig zu werden, so kann sie von der zuständigen Behörde, die die Mitteilung vorgenommen hat, zusätzliche Informationen anfordern, wobei diese Behörde die angeforderten Informationen unverzüglich zur Verfügung stellt.*
- (7) *Die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung übermittelt der zuständigen Behörde, die die Mitteilung vorgenommen hat, unverzüglich, spätestens jedoch einen Monat nach Eingang der in Absatz 4 genannten Mitteilung bzw. der in Absatz 6 genannten Informationen ihre Bewertung des mutmaßlichen Verstoßes und weitere Informationen über die Untersuchungs- oder Durchsetzungsmaßnahmen, die ergriffen wurden oder ergriffen werden sollen, um die Einhaltung dieser Verordnung sicherzustellen.*
- (8) *Betrifft die Untersuchung eines mutmaßlichen Verstoßes die Erbringung politischer Werbedienstleistungen in einem oder mehreren Mitgliedstaaten, in denen sich die Hauptniederlassung des Anbieters nicht befindet, so kann die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung unter Beteiligung der betreffenden zuständigen Behörde(n) eine gemeinsame Untersuchung einleiten und leiten:*
- a) *von Amts wegen und nach Zustimmung der ersuchten zuständigen Behörde(n);*  
*oder*

- b) *auf Ersuchen einer anderen zuständigen Behörde oder anderer zuständigen Behörden auf der Grundlage der begründeten Annahme, dass bei der Erbringung politischer Werbedienstleistungen durch einen im Mitgliedstaat der Hauptniederlassung ansässigen Dienstleistungsanbieter gegen diese Verordnung verstoßen wurde oder Einzelpersonen im Gebiet der ersuchenden zuständigen Behörde(n) erheblich beeinträchtigt wurden.*
- (9) *Für die Zwecke des Absatzes 8 übermittelt die zuständige Behörde, die um die Einleitung einer gemeinsamen Untersuchung ersucht, der/den anderen zuständigen Behörde(n) die in Absatz 5 genannten Informationen. Beschließt eine zuständige Behörde, sich nicht an einer gemeinsamen Untersuchung zu beteiligen, so übermittelt sie der/den anderen zuständigen Behörde(n) eine entsprechende Begründung. [...]*
- (10) *Bei der Durchführung einer gemeinsamen Untersuchung arbeiten die zuständigen Behörden in guter Absicht zusammen und üben ihre Untersuchungsbefugnisse insoweit aus, wie es für die Untersuchung des mutmaßlichen Verstoßes erforderlich ist. Die im Rahmen einer gemeinsamen Untersuchung tätigen zuständigen Behörden unterrichten einander über alle einschlägigen Durchsetzungsmaßnahmen, die sie einleiten oder einzuleiten beabsichtigen.*

## Artikel 16

### Sanktionen

- (1) Die Mitgliedstaaten legen [...] Vorschriften über Sanktionen, einschließlich Geldbußen [...] *oder* finanzielle Sanktionen *bzw. andere Abhilfemaßnahmen* für Anbieter politischer Werbedienstleistungen *aufgrund von Verstößen gegen die Artikel 5 bis 11, Artikel 13 und Artikel 14 und für Sponsoren aufgrund von Verstößen gegen die Artikel 5 und 6a* fest[...]. *Diese Sanktionen* müssen in jedem Fall wirksam, angemessen und abschreckend sein. *Bei der Festlegung der anwendbaren Sanktionen ist den Vorschriften über die Pressefreiheit und die Freiheit der Meinungsäußerung in anderen Medien sowie den für den Journalistenberuf geltenden Vorschriften oder Regeln Rechnung zu tragen.*

- (1a) *Der Höchstbetrag der finanziellen Sanktion, die verhängt werden kann, richtet sich nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens, das Sanktionen unterliegt:*
- a) *4 % der jährlichen Einnahmen oder des Jahresbudgets des Sponsors bzw. des Anbieters politischer Werbedienstleistungen, je nachdem, welcher Betrag höher ist, oder*
  - b) *4 % des weltweiten Jahresumsatzes des Sponsors oder Anbieters politischer Werbedienstleistungen im vorangegangenen Geschäftsjahr.*
- (2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission diese Vorschriften innerhalb von zwölf Monaten nach dem Inkrafttreten dieser Verordnung mit und melden ihr unverzüglich nachfolgende Änderungen.
- (3) Bei der Entscheidung über die Art und die Höhe der [...] **Sanktion** wird in jedem Einzelfall Folgendes gebührend berücksichtigt:
- a) Art, Schwere und Dauer des Verstoßes;
  - b) Vorsätzlichkeit oder Fahrlässigkeit des Verstoßes;
  - c) Maßnahmen zur Schadensbegrenzung;
  - d) jegliche vorausgehenden Verstöße und jegliche anderen erschwerenden oder mildernden Umstände im jeweiligen Fall sowie
  - e) der Umfang der Zusammenarbeit mit der zuständigen Behörde.
- ea) *gegebenenfalls Größe und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens, das Sanktionen unterliegt.*

- (4) Verstöße gegen die Artikel 7, **9 und 10** gelten als besonders schwerwiegend, wenn sie politische Werbung betreffen, die während *des letzten Monats vor einer Wahl oder einem Referendum* [...] veröffentlicht oder verbreitet wird und sich an die Bürger in dem Mitgliedstaat richtet, in dem die betreffende Wahl *oder das betreffende Referendum* organisiert wird.
- (5) [...]
- (6) Bei Verstößen gegen die Pflichten nach *den Artikeln* [...] **12 und 12a** können die Aufsichtsbehörden nach Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs Geldbußen im Einklang mit Artikel 83 der Verordnung (EU) 2016/679 bis zu dem in Artikel 83 Absatz 5 jener Verordnung genannten Betrag verhängen.
- (7) Bei Verstößen gegen die Pflichten nach *den Artikeln* [...] **12 und 12a** kann die Aufsichtsbehörde nach Artikel 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs Geldbußen im Einklang mit Artikel 66 der Verordnung (EU) 2018/1725 bis zu dem in Artikel 66 Absatz 3 jener Verordnung genannten Betrag verhängen.

### *Artikel 16a*

#### *Mitteilungen an die zuständigen Behörde*

*Unbeschadet anderer Verwaltungsverfahren oder gerichtlicher Rechtsbehelfe bearbeiten die zuständigen Behörden ordnungsgemäß jede Mitteilung über einen möglichen Verstoß gegen diese Verordnung, die sie erhalten, und unterrichten – zumindest auf Ersuchen – die Person, die die Mitteilung vorgenommen hat, über die Folgemaßnahmen. Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum wird jede Mitteilung, die im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referenden eingegangen ist, unverzüglich bearbeitet.*



**Veröffentlichung der Daten von Wahlen und Referenden [...]**

- (1) Die Mitgliedstaaten veröffentlichen die Daten ihrer **Wahlen und Referenden** [...] an leicht zugänglicher Stelle und mit angemessener Bezugnahme auf diese Verordnung.
- (2) **Die Kommission stellt ein Portal bereit, über das die Mitgliedstaaten unmittelbar nach der Bekanntgabe die Daten ihrer Wahlen oder Referenden angeben. Das Portal ist öffentlich zugänglich.**

# KAPITEL V – SCHLUSSBESTIMMUNGEN

## Artikel 18

### Bewertung und Überprüfung

- (1) Innerhalb von zwei Jahren nach jeder Wahl zum Europäischen Parlament und erstmals bis spätestens 31. Dezember 2026 legt die Kommission einen Bericht über die Bewertung und Überprüfung dieser Verordnung vor. Mit diesem Bericht wird die Notwendigkeit einer Änderung geprüft, *insbesondere im Hinblick auf*
- a) *die Wirksamkeit dieser Verordnung in Bezug auf spezifische Mittel der politischen Werbung;*
  - b) *die weitere Beschränkung der Verarbeitung personenbezogener Daten für die Zwecke der in dieser Verordnung geregelten Verfahren zum Targeting und Amplifizieren;*
  - c) *die Auswirkungen dieser Verordnung auf kleine und mittlere Medienakteure;*
  - d) *die Art und die Höhe der von den Mitgliedstaaten verhängten Sanktionen;*
  - e) *die Einrichtung öffentlicher Register für die gesamte politische Online-Werbung.*
- (2) Der Bericht wird veröffentlicht.

## Artikel 19

### Ausübung der Befugnisübertragung

- (1) Die Befugnis zum Erlass delegierter Rechtsakte wird der Kommission unter den in diesem Artikel festgelegten Bedingungen übertragen.
- (2) Die Befugnis zum Erlass delegierter Rechtsakte gemäß Artikel 7 Absatz 8 und **Artikel 12a Absatz 5** [...] wird der Kommission für einen Zeitraum von [...] **drei Jahren ab dem ...**  
**[Datum des Inkrafttretens des Basisrechtsakts oder anderes von den Mitgesetzgebern**

*festgelegtes Datum] übertragen. Die Befugnisübertragung verlängert sich stillschweigend um Zeiträume gleicher Länge, es sei denn, das Europäische Parlament oder der Rat widersprechen einer solchen Verlängerung spätestens drei Monate vor Ablauf des jeweiligen Zeitraums. [...]*

- (3) Die Befugnisübertragung gemäß Artikel 7 Absatz 8 und **Artikel 12a Absatz 5** [...] kann vom Europäischen Parlament oder vom Rat jederzeit widerrufen werden. Der Beschluss über den Widerruf beendet die Übertragung der in diesem Beschluss angegebenen Befugnis. Er wird am Tag nach seiner Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union oder zu einem im Beschluss über den Widerruf angegebenen späteren Zeitpunkt wirksam. Die Gültigkeit von delegierten Rechtsakten, die bereits in Kraft sind, wird von dem Beschluss über den Widerruf nicht berührt.
- (3a) ***Vor dem Erlass eines delegierten Rechtsakts nach Artikel 7 Absatz 8 oder Artikel 12a Absatz 5 konsultiert die Kommission die von den einzelnen Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen im Einklang mit den in der Interinstitutionellen Vereinbarung über bessere Rechtsetzung vom 13. April 2016 enthaltenen Grundsätzen.***
- (4) Sobald die Kommission einen delegierten Rechtsakt erlässt, übermittelt sie ihn gleichzeitig dem Europäischen Parlament und dem Rat.
- (5) Ein delegierter Rechtsakt, der gemäß Artikel 7 Absatz 8 oder **Artikel 12a Absatz 5** [...] erlassen wurde, tritt nur in Kraft, wenn weder das Europäische Parlament noch der Rat innerhalb einer Frist von zwei Monaten nach Übermittlung dieses Rechtsakts an das Europäische Parlament und den Rat Einwände erhoben haben oder wenn vor Ablauf dieser Frist das Europäische Parlament und der Rat beide der Kommission mitgeteilt haben, dass sie keine Einwände erheben werden. Auf Initiative des Europäischen Parlaments oder des Rates wird diese Frist um zwei Monate verlängert.

*Artikel 20*

**Inkrafttreten und Geltungsbeginn**

- (1) Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft.
- (2) Sie gilt ab **12 Monaten nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union [...]**.
- (3) Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am

*Im Namen des Europäischen Parlaments*

*Die Präsidentin*

*Im Namen des Rates*

*Der Präsident / Die Präsidentin*

---

**Informationen, die nach Artikel 7 Absatz 2 zu übermitteln sind**

- a) wenn die Transparenzbekanntmachung nicht Teil der Anzeige selbst ist: ein Beispiel/eine Wiedergabe der politischen Anzeige oder einen Link darauf,
- b) die Identität und der Ort der Niederlassung des Sponsors, in dessen Namen die Anzeige verbreitet wird, einschließlich des Namens, der Anschrift, der Telefonnummer und der E-Mail-Adresse, sowie die Angabe, ob es sich um eine natürliche oder juristische Person handelt,
- ba) *die nach Buchstabe b erforderlichen Informationen über die natürliche oder juristische Person, die für die politische Anzeige eine Vergütung zahlt, wenn diese Person nicht mit dem Sponsor identisch ist,*
- c) der Zeitraum, in dem die politische Anzeige verbreitet wird, und gegebenenfalls die Angabe, dass dieselbe Anzeige in der Vergangenheit bereits verbreitet wurde, falls dies dem Herausgeber bekannt ist,
- d) gegebenenfalls die Wahl, mit der die Anzeige im Zusammenhang steht,
- e) der vorläufige aggregierte Betrag, der für die jeweilige Anzeige, bzw. gegebenenfalls für die jeweilige Werbekampagne, einschließlich der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung der politischen Anzeigen, aufgewendet wurde, und der Wert der Gegenleistungen, die teilweise oder vollständig dafür bezogen wurden, sowie der tatsächlich verausgabte Betrag und der Wert der Gegenleistungen, sobald sie bekannt sind,
- f) *Informationen über* die Quellen der für die jeweilige Werbekampagne, einschließlich der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung der politischen Anzeigen, verwendeten Mittel,
- g) aussagekräftige Informationen über die Methode, die für die Berechnung der Beträge und Werte gemäß Buchstabe e verwendet wurde,

- h) wenn es sich bei dem Herausgeber um eine sehr große Online-Plattform handelt: ein Link zur Fundstelle der Anzeige im Werbearchiv des Herausgebers,
- i) wenn die Anzeige mit bestimmten Wahlen oder Referenden im Zusammenhang steht: Links zu offiziellen Informationen über die Modalitäten der Teilnahme an den betreffenden Wahlen oder Referenden,
- j) Informationen über den nach Artikel 9 eingerichteten Mechanismus.

**Informationen, die nach Artikel 12a Absatz 1 [...] zu übermitteln sind**

- a) die jeweiligen Zielgruppen, einschließlich der Parameter zur Bestimmung der Empfänger, an die die Werbung verbreitet wird, mit der gleichen Detailgenauigkeit wie sie für das Targeting verwendet wird, die Kategorien personenbezogener Daten, die für das Targeting und die Amplifikation verwendet werden, die Targeting- und Amplifikationsziele, die Mechanismen und Logik einschließlich der Inklusions- und Ausschlussparameter und der Gründe für die Auswahl dieser Parameter,
  - b) den Verbreitungszeitraum, die Zahl der Einzelpersonen, die die Anzeige erhalten und die Angabe der Größe der Zielgruppe innerhalb der relevanten Wählerschaft,
  - c) die Quelle für die unter Buchstabe a genannten personenbezogenen Daten, einschließlich Informationen darüber, dass die personenbezogenen Daten erhoben, abgeleitet oder von einem Dritten bezogen wurden, sowie dessen Identität und ein Verweis auf dessen Datenschutzerklärung für die betreffende Verarbeitung,
  - d) ein Verweis auf die effektiven Mittel, wie Einzelpersonen im Zusammenhang mit Targeting und Amplifikation politischer Werbung auf der Grundlage ihrer personenbezogenen Daten ihre Rechte nach der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. der Verordnung (EU) 2018/1725 wahrnehmen können.
- da) ein Link dazu oder ein klarer Hinweis darauf, wo die in Artikel 12a Absatz 1 Buchstabe a genannte Politik leicht abgerufen werden kann.*
-