

## Erläuterungen

### Allgemeiner Teil

#### **Hauptgesichtspunkte des Entwurfs:**

Die Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (im Folgenden: Verordnung) ist verbindlich und gilt im Wesentlichen ab dem 10. Oktober 2025 unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Durch die Verordnung soll in der gesamten Europäischen Union ein „einheitliches und hohes Maß an Transparenz“ bei sogenannten „politischen Werbedienstleistungen“ sichergestellt werden. Unterschiede, die den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes einschränken, sollen durch harmonisierte Vorschriften für die Erbringung politischer Werbedienstleistungen, einschließlich Transparenz- und entsprechender Sorgfaltspflichten für „Sponsoren“ (Auftraggeber), „Anbieter“ und „Herausgeber“ politischer Werbedienstleistungen verhindert werden. Damit soll ein einheitlicher Schutz der Rechte von Personen und die Überwachung des Binnenmarkts auf der Grundlage von Art. 114 AEUV garantiert werden. Zudem soll der Informationsmanipulation und der Beeinflussung politischer Werbung entgegengetreten werden. Politische Anzeigen sollen eindeutig als solche identifizierbar sein.

Nach Art. 22 der Verordnung sind die zuständigen Behörden und eine nationale Kontaktstelle zu benennen. Nach Art. 22 Abs. 1 der Verordnung sind die Aufgaben nach den Art. 18 und 19 von den Aufsichtsbehörden nach Art. 51 der Verordnung (EU) 2016/679 – in Österreich die Datenschutzbehörde – oder vom Europäischen Datenschutzbeauftragten nach Art. 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 zu vollziehen. Nach Art. 22 Abs. 3 der Verordnung haben die Mitgliedstaaten nationale Behörden zu benennen, die die Aufgaben nach den Art. 7 bis 17 und 21 dieser Verordnung übernehmen. Nach Art. 22 Abs. 4 der Verordnung haben die Mitgliedstaaten eine oder mehrere Behörden zu benennen, die die Aufgaben der in den Art. 22 Abs. 1 und 3 dieser Verordnung nicht genannten Aspekte dieser Verordnung übernehmen. Diese zuständigen Behörden können sich von den in den Art. 22 Abs. 1 und 3 dieser Verordnung genannten Behörden unterscheiden und mit den in Art. 30 der Richtlinie 2010/13/EU idF der Richtlinie (EU) 2018/1808 genannten Behörden identisch sein. In Österreich ist die nach dem KommAustria-Gesetz, BGBL. I Nr. 32/2001 eingerichtete Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) auch zur Vollziehung der diese Richtlinie, die sogenannte Audiovisuelle Mediendienst-Richtlinie, umsetzenden Bestimmungen zuständig.

In Bezug auf EU-Verordnungen hat der EuGH festgestellt, dass ein prinzipielles unionsrechtliches Verbot der Änderung, Ergänzung oder Präzisierung durch verbindliches innerstaatliches Recht besteht (EuGH 18.2.1970, Rs. 40/69, *Bollmann*, Rz. 4; 31.1.1978, Rs. 94/77, *Zerbone*, Rz. 22/27). Der Umstand, dass eine Regelung in einem unmittelbar anwendbaren Unionsrechtsakt enthalten ist, bedeutet gleichwohl nicht notwendigerweise, dass jede nationale Maßnahme in diesem Bereich verboten wäre (EuGH 21.12.2011, Rs. C-316/10, *Danske Svineproducenter*, Rz. 42). Insb. dürfen nach der Rechtsprechung staatliche Vorschriften im Interesse ihres inneren Zusammenhangs und ihrer Verständlichkeit für die Adressaten bestimmte Punkte der EU-Verordnungen wiederholen (EuGH 28.3.1985, Rs. 272/83, *Kommission/Italien*, Rz. 27). Durchführungsmaßnahmen wie etwa im vorliegenden Fall betreffend Behördenzuständigkeit und Verwaltungsstrafen sind zulässig und mitunter auch unionsrechtlich geboten. Die innerstaatliche Durchführung hat sich allerdings zwingend auf jene Bereiche zu beschränken, die durch die Verordnung nicht determiniert und zum innerstaatlichen Vollzug erforderlich sind. Zuletzt wurden diese Grundsätze vom EuGH im Urteil vom 25.11.2021, Rs. C-372/20, *Finanzamt für den 8., 16. und 17. Bezirk in Wien*, Rz. 47 f in Erinnerung gerufen:

*„47 Insoweit erscheint es angebracht, darauf hinzuweisen, dass [...] Verordnungen zwar aufgrund ihrer Rechtsnatur und ihrer Funktion im Rechtsquellsystem des Unionsrechts im Allgemeinen unmittelbare Wirkung in den nationalen Rechtsordnungen haben, ohne dass nationale Durchführungsmaßnahmen erforderlich wären, es jedoch vorkommen kann, dass manche Verordnungsbestimmungen [...] des Erlasses von Durchführungsmaßnahmen durch die Mitgliedstaaten bedürfen [...]“*

*48 Die Mitgliedstaaten können [solche] Maßnahmen [...] dann erlassen, wenn sie deren unmittelbare Anwendbarkeit nicht vereiteln, deren gemeinschaftliche Natur nicht verbergen und die Ausübung des durch die betreffende Verordnung verliehenen Ermessens innerhalb der Grenzen dieser Vorschriften konkretisieren [...].“*

Im Detail betrachtet konzentriert sich der Anwendungsbereich der Verordnung im Wesentlichen auf folgende Aspekte:

- Sicherstellung der umfassenden Transparenz und Einführung von dafür erforderlichen Informations- und Sorgfaltspflichten für die Erbringung politischer Werbedienstleistungen sowie für sogenannte „Sponsoren“ und „Herausgeber“ (insbes. Art. 6 bis 14 der Verordnung)

Die Transparenz- und Sorgfaltspflichten umfassen insb. die Erhebung, Offenlegung und Veröffentlichung von Informationen, die mit der Erbringung politischer Dienstleistungen im Binnenmarkt in Zusammenhang stehen. Jede politische Werbedienstleistung ist in transparenter Weise unter Einhaltung der Bestimmungen über die Vollständigkeit und Richtigkeit von Informationen über die Details einer Werbemaßnahme zu erbringen. Dabei umfasst Art. 8 einen Kriterienkatalog für die Beurteilung, ob eine bestimmte Botschaft politische Werbung darstellt. Art. 9 beinhaltet die Verpflichtung zur Führung von Aufzeichnungen über die relevanten Informationen im Zusammenhang mit einer politischen Anzeige, wie etwa die konkreten Dienstleistungen, die in diesem Kontext erbracht wurden oder die Beträge, die dafür in Rechnung gestellt wurden oder etwa auch die Daten des „Sponsors“. Art. 10 der Verordnung soll sicherstellen, dass die Herausgeber politischer Werbung (vgl. dazu die Beschreibung der Definitionen nachfolgend bei § 1) über alle Informationen verfügen, die sich für die von ihnen vorzunehmende Kennzeichnung jeder politischen Anzeige benötigen. Demgegenüber regelt Art. 11 der Verordnung, welche Kennzeichnung der Herausgeber sicherstellen muss, während der Inhalt der gemeinsam mit der Kennzeichnung erforderlichen „Transparenzbekanntmachung“ in Art. 12 der Verordnung normiert ist.

- Spezielle Anforderungen in Bezug auf das Targeting und die Anzeigenschaltung im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet (Art. 18 der Verordnung)

Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, die ein Profiling unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 umfassen, sind im Zusammenhang mit politischer Werbung untersagt. Der Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, bei denen es sich nicht um besondere Kategorien personenbezogener Daten handelt (vgl. ErwG 77), ist im Zusammenhang mit politischer Werbung nur zulässig, wenn sie auf personenbezogenen Daten beruht, die von den betroffenen Personen erhoben wurden, und wenn die betroffene Person ihre ausdrückliche Einwilligung in die gesonderte Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der politischen Werbung gegeben hat. Art. 18 der Verordnung (vgl. dessen Abs. 3) gilt hingegen unter spezifischen Bedingungen nicht für Mitteilungen politischer Parteien, Verbände oder anderer gemeinnütziger Einrichtungen an ihre Mitglieder noch für Mitteilungen (zB Newsletter), die mit deren politischer Tätigkeit in Verbindung stehen.

- Zusätzliche Anforderungen in Bezug auf das Targeting und die Anzeigenschaltung im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet (Art. 19 der Verordnung)

Die Bestimmung normiert besondere Anforderungen, die die Verantwortlichen beim Einsatz von Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Werbung erfüllen müssen. Entsprechend den ErwG 83 ff geht es insbesondere um die Umsetzung zusätzlicher Transparenzanforderungen. Bei den Verantwortlichen handelt es sich nach den Begriffsbestimmungen in Art. 3 Z 14 der Verordnung um „*Verantwortliche im Sinne des Artikels 4 Nummer 7 der Verordnung (EU) 2016/679 oder Artikels 3 Nummer 8 der Verordnung (EU) 2018/1725*“.

- Festlegung, Zusammenarbeit und Koordinierung der zuständigen Behörden (Art. 22 und 23 der Verordnung)

Die Mitgliedstaaten benennen – soweit sie nicht bereits durch Art. 22 Abs. 1 der Verordnung vorgegeben sind – die zuständigen Behörden, die die Einhaltung der Pflichten nach dieser Verordnung überwachen. Aus Art. 22 Abs. 1 leg. cit. ergibt sich – wie einleitend bereits angesprochen – eindeutig, dass in Österreich die Datenschutzbehörde für die Überwachung der Anwendung der Art. 18 und 19 der Verordnung verantwortlich ist. Gemäß Art. 22 Abs. 3 gilt es daher, für die Überwachung der Einhaltung der Pflichten nach den Art. 7 bis 17 und 21 der Verordnung die zuständige Behörde festzulegen. Die Mitgliedstaaten haben weiters für eine wirksame und strukturierte Zusammenarbeit und Koordinierung auf nationaler Ebene zwischen allen zuständigen Behörden zu sorgen, 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.

- Beschwerderecht (Art. 24 der Verordnung)

Die Bestimmung sieht vor, dass die zuständigen Behörden Mitteilungen über Verstöße bearbeiten und auf entsprechendes Ersuchen auch die betreffende Person, die die Mitteilung erstattet hat, über die Folgemaßnahmen unterrichten. Angesichts ihres unmissverständlichen Regelungsgehalts bedarf diese Bestimmung keiner ergänzenden Bestimmungen zu ihrer Durchführung.

- Sanktionsvorschriften (Art. 25 der Verordnung)

Die Verordnung gibt vor, dass für Verstöße gegen die zahlreichen in den einzelnen Artikeln normierten Pflichten seitens der der Rechtshoheit des betreffenden Mitgliedstaates unterliegenden Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen auf nationaler Ebene entsprechende Sanktionsbestimmungen erlassen werden und wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen zu verhängen sind. Diese Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein, gleichzeitig aber müssen bei der Festlegung der Sanktionen „die Pressefreiheit und die Freiheit der Meinungsäußerung“ Berücksichtigung finden (vgl. Art. 25 Abs. 1 zweiter Satz der Verordnung). Auf die Details der Systematik der in diesem Bundesgesetz vorgesehenen Sanktionsnormen (vgl. den Besonderen Teil unten zu § 6 i.V.m § 2 Pol-W-G) ist hinzuweisen.

- Veröffentlichung der Termine von Wahlen und Referenden (Art. 26 der Verordnung)

Die betreffende Regelung der Verordnung bedarf – weil ihr Regelungsgehalt eindeutig(formuliert) ist – keiner weiteren durchführenden Bestimmungen im Wege des vorliegenden Gesetzesvorhabens. Die in den einzelnen Gebietskörperschaften jeweils zuständigen Stellen haben folglich die Termine der betreffenden Wahlen und Referenden an leicht zugänglicher Stelle und mit angemessener Bezugnahme auf diese Verordnung zu veröffentlichen. Die Europäische Kommission stellt alle Termine und Wahlzeiträume über ein öffentlich zugängliches Portal zur Verfügung. Unmittelbar nach Bekanntgabe der Termine sowie gegebenenfalls der Wahlzeiträume sind diese von der jeweils zuständigen Stelle in den Gebietskörperschaften über das Portal der Kommission anzugeben. Der Bekanntgabepflicht gemäß Art. 26 der Verordnung unterliegen alle Wahlen und Referenden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene. Volksbefragungen fallen mangels rechtlicher Verbindlichkeit des Ergebnisses der Befragung nicht in den Anwendungsbereich von Art. 26 der Verordnung.

#### **Kompetenzgrundlage:**

Die Kompetenz des Bundes zur Erlassung dieses Bundesgesetzes gründet sich auf Art. 10 Abs. 1 Z 9 BVG („Post- und Fernmeldewesen“), auf Art. 10 Abs. 1 Z 6 B-VG („Pressewesen“), Art. 10 Abs. 1 Z 7 B-VG („Aufrechterhaltung der öffentlichen Ruhe, Ordnung und Sicherheit“) und – soweit es die von Art. 22 der Verordnung vorausgesetzte Betrauung einer unabhängigen Einrichtung betrifft – ergänzend auch auf Art. 20 Abs. 2 Z 8 BVG („nach Maßgabe des Rechts der Europäischen Union geboten“).

#### **Zu Art. 1 (Bundesgesetz über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung)**

##### **Besonderer Teil**

###### **Zu § 1:**

Abs. 1 beschreibt in knapper Form den konkreten Zweck des Gesetzes, der in der Erlassung der für die Durchführung der Verordnung unerlässlichen innerstaatlichen Bestimmungen besteht. Die Formulierung in Abs. 2 orientiert sich an ErwG 13 der Verordnung.

Definitionen:

Die mit diesem Bundesgesetz in den zu regelnden organisatorischen und verwaltungsstrafrechtlichen Details durchgeführte Verordnung legt ihren Anordnungen folgende zentrale Begriffsbestimmungen (vgl. Art. 3 der Verordnung) zugrunde:

„Dienstleistung“ bzw. „Dienst“ ist jede von Art. 57 AEUV erfasste selbstständige wirtschaftliche Tätigkeit, die in der Regel gegen Entgelt erbracht wird. Auch Sachleistungen können ein Entgelt darstellen (vgl. ErwG 16 der Verordnung).

Um den Anwendungsbereich der harmonisierten Transparenz- und der entsprechenden Sorgfaltspflichten sowie der Regelungen zum Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren festzulegen, sind vor allem unionsweit einheitliche Definitionen der Begriffe „politische Werbung“ oder „politische Anzeige“ erforderlich.

Die (umfassende) Definition „politischer Werbung“ in Art. 3 Z 2 der Verordnung berücksichtigt verschiedene Formen von Botschaften sowie alle Mittel und Arten der Veröffentlichung oder Verbreitung innerhalb der Union, unabhängig davon, ob die Quelle dafür in der Union oder einem Drittstaat liegt (vgl. ErwG 21 der Verordnung). Die Verordnung definiert „politische Werbung“ in Art. 3 Z 2 als eine Botschaft, die in der Regel gegen Entgelt mithilfe eines beliebigen Mittels „direkt oder indirekt durch einen politischen Akteur oder auf irgendeine Weise für einen politischen Akteur oder in seinem Namen ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet“ wird (so die Textierung in lit. a) leg. cit, vgl. dazu auch näher ErwG 22 der Verordnung). Ausgenommen sein sollen solche Botschaften, die „rein privater oder rein kommerzieller Natur“ sind, wobei ErwG. 22 und 30 darüber Aufschluss geben sollen, wann es sich um derartige ausgenommene Inhalte handelt. So bezeichnet etwa

ErwG 20 „*Mitteilungen, die den Familienstand oder die Geschäftstätigkeit eines politischen Akteurs betreffen*“ als „*wahrscheinlich entweder rein privat oder rein kommerziell*.“

Auch die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Mitteilung durch andere (als politische) Akteure, die geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesses auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene (mit verbindlicher Wirkung und allgemeiner Geltung) zu beeinflussen, stellt nach Art. 3 Z 2 lit. b) der Verordnung „politischer Werbung“ dar (vgl. ErwG 23 der Verordnung). Wie die weiteren Ausnahmeregelungen in Art. 3 Z 2 in den Punkten i) bis iii) vorsehen, sind hingegen Mitteilungen aus amtlichen Quellen über die Organisation und die Modalitäten von Wahlen (und deren Kandidat\*innen) und auch amtliche Mitteilungen zur „*Förderung der Teilnahme*“ nicht als politische Werbung einzustufen. Gleiches gilt für „*öffentliche Kommunikation*“, mit der „*die Öffentlichkeit (...) offiziell informiert werden soll, sofern sie nicht geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder (...) das Abstimmungsverhalten zu beeinflussen*“. Schließlich ist auch die Vorstellung von Kandidatinnen und Kandidaten in „*bestimmten öffentlichen Räumen und in Medien, die gesetzlich ausdrücklich vorgesehen ist und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung der Kandidaten erfolgt*“, nicht als politische Werbung zu qualifizieren.

Als „*politische Anzeige*“ ist ein Fall politischer Werbung zu verstehen, die mithilfe eines beliebigen (Verteilungs-)Mittels veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird (vgl. Art. 3 Z 3 der Verordnung). Es handelt sich somit bei der Anzeige um das veröffentlichte oder verbreitete (zugestellte) Ergebnis des Schaffensprozesses im Zusammenwirken verschiedener politischer Werbedienstleistungen. In diesem Zusammenhang ist auch die Anordnung in Art. 8 der Verordnung von Bedeutung, die Anhaltspunkte geben soll, anhand welcher Faktoren und Merkmale festgestellt werden soll, ob es sich bei einer Botschaft überhaupt um politische Werbung handelt. ErwG 23 führt dazu aus, dass eine „*eindeutige und wesentliche Verbindung zwischen der Mitteilung und ihrem Potenzial bestehen sollte*“, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums zu beeinflussen. Um das Vorliegen einer solchen Verbindung festzustellen, sollten nach den Darstellungen des betreffenden ErwG „*alle zum Zeitpunkt der Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der Mitteilung relevanten Faktoren berücksichtigt werden*“. Der ErwG wiederholt allerdings bloß den Rechtstext des Art. 8 Abs. 1 der Verordnung und nennt ua. die „*Identität des Sponsors der Mitteilung, die Form und der Inhalt der Mitteilung, die verwendete gesprochene oder geschriebene Sprache, der Kontext der Mitteilung, einschließlich des Zeitraums der Verbreitung, z. B. ein Wahlzeitraum, das Ziel der Mitteilung sowie die Mittel, mit denen die Mitteilung gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird und die angesprochene Zielgruppe*.“ Gemäß Art. 8 Abs. 2 der Verordnung ist die Europäische Kommission verpflichtet, einheitliche Leitlinien zur Anwendung dieser Merkmale zur Feststellung zu erarbeiten.

Als „*politische Werbekampagne*“ im Sinne von Art. 3 Z 7 der Verordnung ist die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener politischer Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage einer gemeinsamen Ausarbeitung, eines gemeinsamen Sponsorings oder einer gemeinsamen Finanzierung zu verstehen (vgl. ErwG 35 der Verordnung). Wiederum beschränkt sich die Definition also nicht bloß auf das öffentlich sichtbare Ergebnis der werblichen Aktivitäten, sondern bezieht zB auch den Schritt der Ausarbeitung oder der Zustellung mit ein.

Die Definition „*politischer Akteur*“ im Sinne des Art. 3 Z 4 der Verordnung umfasst die rechtsfähigen und nicht rechtsfähigen, verbundenen und nachgelagerten Einrichtungen einer politischen Partei genauso wie die politische Partei, die sie unterstützen oder ihre Ziele verfolgen, z. B. durch die Zusammenarbeit mit einer bestimmten Wählergruppe oder zu einem konkreten Wahlzweck (vgl. ErwG 33 der Verordnung). Erfasst sind auch alle „*Kandidaten für ein Wahlamt oder Inhaber eines solchen sowie Mitglieder der Regierung [...] auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene*“ (vgl. ErwG 34 der Verordnung).

Gemäß Art. 3 Z 6 der Verordnung ist „*Anbieter politischer Werbedienstleistungen*“ jede natürliche oder juristische Person, die politische Werbedienstleistungen erbringt. „*Um ein breites Spektrum relevanter Diensteanbieter im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen abzudecken*“, umfasst – wie dies ErwG 38 besonders hervorhebt – der Begriff der Anbieter von politischen Werbedienstleistungen nicht nur solche Dienstleister, die eine politische Anzeige veröffentlichen, sondern auch alle Anbieter, die an der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Zustellung oder Verbreitung politischer Anzeigen beteiligt sind. Als Eingrenzungsversuch normiert die Bestimmung, dass Anbieter, die sogenannte „*reine Nebendienstleistungen*“ im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen erbringen, vom Begriff der „*Anbieter politischer Werbedienstleistungen*“ nicht umfasst sind. Bei „*reinen Nebendienstleistungen*“ handelt es sich – wie dies ErwG 39 der Verordnung zu beschreiben versucht –

um Dienstleistungen, die „zusätzlich zu einer politischen Werbung erbracht werden und diese ergänzen, aber weder direkten Einfluss auf ihren Inhalt oder ihre Darstellung noch eine direkte Kontrolle über ihre Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung ausüben, wie beispielsweise Transport, Finanzierung und Investitionen, Einkauf, Verkauf, Bewirtung, Marketing, Computerdienstleistungen, Reinigung, Wartung, Postdienstleistungen, Druckdienstleistungen sowie grafisches, akustisches oder fotografisches Design“.

An der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung und Verbreitung politischer Anzeigen kann eine komplexe Kette von Anbietern politischer Werbedienstleistern beteiligt sein. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Auswahl von Werbeinhalten, die Auswahl von Targeting- und Anzeigenschaltungs-Kriterien, die Bereitstellung von Daten für das Targeting und die Zustellung einer Anzeige, die Bestimmungen über Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren sowie die Zustellung einer Anzeige und ihre Verbreitung unterschiedlichen Diensteanbietern obliegen (vgl. ErwG 52 der Verordnung).

„Herausgeber politischer Werbung“ nach Art. 3 Z 13 sind Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die in der Regel am Ende der Kette von Diensteanbietern politischer Werbung stehen. Sie veröffentlichen oder verbreiten politische Werbung oder stellen diese zu, indem sie sie ausstrahlen, über eine Schnittstelle zugänglich machen oder sie der Öffentlichkeit auf andere Weise zur Verfügung stellen (vgl. ErwG 41 der Verordnung). Ähnlich formuliert ErwG 42 der Verordnung, dass diese Kategorie der Diensteanbieter daher besondere Verantwortlichkeiten hat, und es notwendig ist, sie als solche zu identifizieren.

Als „Sponsor“ im Sinne dieser unionsrechtlichen Vorschrift gilt anders als sonst im allgemeinen Sprachgebrauch – in dem der Begriff Sponsor jemanden bezeichnet, der/die, etwas finanziell unterstützt, fördert – die Person oder Einrichtung, in deren Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird, z. B. eine politische Partei, die im Austausch für „politische Werbedienstleistungen“ (in ihrem umfassenden Verständnis) ein Entgelt leistet (vgl. ErwG 40 der Verordnung). In der Regel handelt es sich um den Auftraggeber/die Auftraggeberin einer politischen Anzeige bzw. der einzelnen Dienstleistungen, die zur Entstehung einer politischen Anzeige führen oder beitragen.

## Zu § 2:

Die Regelung in Abs. 1 beinhaltet als wesentliche Grundlage für die Vollziehung der verfahrensrechtlichen und materiellen Bestimmungen der Verordnung die Festlegung der Zuständigkeit, wie dies von Art. 22 der Verordnung verlangt wird.

Schon nach der geltenden Rechtslage (z. B. nach dem MedKF-TG) sind der KommAustria Vollzugsaufgaben zur Sicherung der Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und der Vergabe von Förderungen übertragen. Zum umfassenden Aufgabenkatalog der KommAustria zählen zudem die Überwachung verschiedener weiterer Informations- und Transparenzpflichten z. B. nach dem AMD-G, dem PrR-G, dem TIB-G oder dem KDD-G. Es liegt daher schon aus diesem Grund nahe, diese Behörde mit teilweise vergleichbaren Aufgaben im Hinblick auf die Transparenz politischer Werbung zu betrauen.

Abgesehen von den umfangreichen Erfahrungen der KommAustria spricht auch ein zentraler weiterer Aspekt für die Zuweisung der Aufgabe an die KommAustria: Art. 22 Abs. 4 der Verordnung verlangt, dass die Behörde bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben „vollständig unabhängig von der Branche, von Interventionen von außen oder von politischem Druck [ist]. Sie handelt vollständig unabhängig, sorgt für eine wirksame Überwachung und trifft die erforderlichen und verhältnismäßigen Maßnahmen, um die einheitliche Aufsicht, Einhaltung und Durchsetzung dieser Verordnung sicherzustellen.“. Dieser Anforderung ist durch die Betrauung der KommAustria (vgl. die die Unabhängigkeit absichernden Regelungen in den §§ 3 ff KOG), gestützt auf Art. 20 Abs. 2 Z 8 B-VG, eindeutig erfüllt. Aufgrund der Regelung in § 18 Abs. 1 KOG, wonach die RTR-GmbH im Rahmen ihrer Tätigkeit für die KommAustria ausschließlich an die Aufträge und fachlichen Weisungen des Vorsitzenden und der Mitglieder gebunden ist, ist auch sichergestellt, dass der für die KommAustria tätige Geschäftsapparat weder Weisungen von anderen Stellen einholt, noch solche Weisungen entgegennimmt.

Aus der Verordnung ergeben sich basierend auf der Funktion der „zuständigen“ Behörde gemäß Art. 22 Abs. 3 der Verordnung (zur Datenschutzbehörde und ihren Aufgaben vgl. erneut Art. 22 Abs. 1 der Verordnung) folgende Aufgaben und Verpflichtungen, die – mit Ausnahme der Erlassung von Verwaltungsstrafbestimmungen – keiner weiteren Durchführung im vorliegenden Gesetzesvorhaben bedürfen, weil sie schon auf unionsrechtlicher Ebene hinreichend konkret angeordnet sind. Die KommAustria soll folglich zukünftig – wie in Art. 22 der Verordnung ausdrücklich aufgelistet – für die Überwachung der Einhaltung folgender Pflichten zuständig sein:

- die Erbringung politischer Werbedienstleistungen in der Union (Art. 5 der Verordnung);

Bei dieser Bestimmung steht die diskriminierungsfreie Bereitstellung politischer Werbedienstleistungen im Vordergrund.

- die Transparenz- und Sorgfaltspflichten für politische Werbedienstleistungen (Art. 6 der Verordnung);

Diese Regelung beinhaltet die Anordnung, dass politische Werbedienstleistungen im Einklang mit den Bestimmungen über die Identifikation von politischen Werbedienstleistungen erbracht und den nach Art. 17 der Verordnung berechtigten Einrichtungen die jeweiligen Informationen übermittelt werden. Verlangt wird ferner, dass bei Vorliegen der Voraussetzungen dafür auch ein bevollmächtigter Vertreter benannt wird (Art. 21 der Verordnung).

- die Identifizierung politischer Werbedienstleistungen (Art. 7 der Verordnung);

Wie die ErwG 43 ff ausführen, verfolgt diese Bestimmung den Zweck, dass der Sponsor wahrheitsgemäß erklärt, ob es sich bei der betreffenden Werbung um politische Werbung im Sinne dieser Verordnung handelt und er für die Richtigkeit solcher Erklärungen verantwortlich ist.

- die Führung von Aufzeichnungen (Art. 9 der Verordnung);

Die betreffende Bestimmung normiert diverse Aufbewahrungspflichten für die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, denen zufolge jede Information, die sie bei der Erbringung ihrer Dienstleistungen sammeln, aufzubewahren ist. Dies umfasst den Betrag, den sie für ihre erbrachte Dienstleistung in Rechnung gestellt haben ebenso wie etwa die Information über die Herkunft der Finanzmittel oder auch die Kontaktdaten des Sponsors. Diese Pflichten treffen nicht Kleinstunternehmen nach Maßgabe des Abs. 4 leg. cit.

- die Übermittlung von Informationen an den Herausgeber politischer Werbung (Art. 10 der Verordnung);

Die Regelung soll den Informationsfluss zwischen dem Anbieter der politischen Werbedienstleistung und dem Herausgeber sicherstellen, damit der Letztgenannte den ihn treffenden Kennzeichnungsverpflichtungen entsprechen kann.

- die Kennzeichnungs- und Transparenzanforderungen für politische Anzeigen (Art. 11 der Verordnung);
- die Veröffentlichung der Transparenzbekanntmachungen (Art. 12 der Verordnung);

Die Bestimmungen der Art. 11 und 12 sollen (vgl. ErwG 56 bis 62) ermöglichen, dass Einzelpersonen erkennen können, dass ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird. So müssen die Herausgeber politischer Werbung sicherstellen, dass zusammen mit jeder politischen Anzeige eine deutliche Erklärung veröffentlicht wird, dass es sich um eine politische Anzeige handelt, sowie weitere Informationen bereitgestellt werden, darunter auch die Identität des Sponsors und insbes. eine Angabe darüber, ob Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren zum Einsatz kamen. Es liegt in der Verantwortung dieser Herausgeber sicherzustellen, dass politische Anzeigen korrekt gekennzeichnet werden, und sie sollten eine Kennzeichnung verwenden, die wirksam ist und die die genannten Informationen enthält, einschließlich einer klaren Angabe, wo die Transparenzbekanntmachung abgerufen werden kann. Den erwähnten Kennzeichnungs- und Transparenzanforderungen kommt in der Verordnung eine zentrale Bedeutung zu. Transparenzbekanntmachungen sollten so gestaltet sein, dass sie die Nutzer sensibilisieren, und dass sie auch weiterhin verfügbar sind oder zugänglich bleiben, falls eine politische Anzeige weiterverbreitet wird. Genauso soll diese Bekanntmachung dazu beitragen, die politische Anzeige eindeutig als solche zu identifizieren. Die enthaltenen Informationen sollten zu Beginn der Veröffentlichung der politischen Anzeige veröffentlicht werden und bis zum Ende der Veröffentlichung bestehen bleiben (vgl. ErwG 62 der Verordnung). Wenn politische Werbung elektronisch zur Verfügung gestellt wird, muss die dazugehörige Transparenzbekanntmachung auch elektronisch und in einem maschinenlesbaren Format verfügbar sein. Politische Werbung, die nur über ein Offline-Medium, wie z. B. gedruckte Broschüren oder Zeitungen, zugänglich gemacht wird, kann von Transparenzbekanntmachungen begleitet werden, die ebenfalls nur über ein Offline-Medium zur Verfügung gestellt werden und in derselben gedruckten Broschüre oder Zeitung enthalten sind. In diesem Zusammenhang ist besonders darauf hinzuweisen, dass die Europäische Kommission gemäß Art. 12 Abs. 7 einen Durchführungsrechtsakt zu erlassen hat, um das Format der Transparenzbekanntmachung festzulegen. An dieser Stelle ich anzumerken, dass die Aufbewahrungspflicht für Transparenzbekanntmachungen nicht für Kleinstunternehmen gilt (vgl. Art. 12 Abs. 5 der Verordnung)

- die Zurverfügungstellung von Informationen für ein Europäisches Archiv für politische Online-Anzeigen (Art. 13 Abs. 2 bis 4 der Verordnung);

- die regelmäßige Berichterstattung über politische Werbedienstleistungen (Art. 14 Abs. 1 der Verordnung);

Dieser Artikel dient der Verstärkung der Bemühungen um Transparenz, indem die „Herausgeber“ dazu verpflichtet werden, die Angaben über die Beträge, die sie für ihre Dienstleistungen erhalten haben, in aggregierte Form dem Lagebericht anschließen sollen und auch den zuständigen Behörden die betreffenden Informationen bereitstellen. Diese Verpflichtungen gelten aber gemäß Art. 14 Abs. 2 der Verordnung nicht für Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen (vgl. Art. 3 der Richtlinie 2013/34/EU).

- die Meldung von Hinweisen auf möglicherweise unzulässige politische Anzeigen (Art. 15 Abs. 1 bis 10 der Verordnung);

Wie ErwG 69 in Wiederholung des Rechtstextes darstellt, geht es bei dieser Bestimmung um die Sicherstellung geeigneter – insbes. leicht zugänglicher und benutzerfreundlicher – Verfahren zur Meldung von nicht den Vorgaben der Verordnung entsprechenden politischen Anzeigen. Diese Verfahren sollten „so weit wie möglich von der Anzeige selbst aus zugänglich sein“, etwa auf der Website des Herausgebers politischer Werbung. Auch in dieser Hinsicht soll (vgl. ErwG 70) die Kommission Leitlinien „ausarbeiten, um insbesondere die Ausarbeitung geeigneter technischer Spezifikationen für die Mechanismen zu unterstützen“, die an den audiovisuellen Sektor, die Printmedien sowie die Online- und Offline-Werbung angepasst sind. Verlangt wird (vgl. ErwG 71), dass die Herausgeber politischer Werbung eingegangenen Meldungen „sorgfältig, nicht willkürlich und objektiv prüfen und bearbeiten“ sollen. Der Herausgeber politischer Werbung sollte den Erhalt der Meldung bestätigen und gegebenenfalls die natürliche oder juristische Person, die die Meldung getätigt hat, über die Folgemaßnahmen zu der Meldung unterrichten und Informationen über die möglichen Rechtsmittel bereitstellen. Um das wirksame Funktionieren dieser Mechanismen „im besonders heiklen letzten Monat vor einer besonders sensiblen Wahl oder einem Referendum sicherzustellen, sollten Herausgeber politischer Werbung, die nicht als Kleinstunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gelten, Meldungen innerhalb von 48 Stunden bearbeiten, sofern die Meldung auf der Grundlage der in der Meldung enthaltenen Informationen vollständig verarbeitet werden kann. Gemäß ErwG 72 soll dieses Verfahren „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“. Dabei sollte der Herausgeber „der Meinungs- und Informationsfreiheit sowie anderen Grundrechten gebührend Rechnung tragen“.

- die Übermittlung von Informationen an die zuständigen Behörden (Art. 16 Abs. 3 bis 5 der Verordnung);
- die Übermittlung von Informationen an andere Einrichtungen (Art. 17 Abs. 1, 3, 5 und 6 der Verordnung);

Zu den dieser Bestimmung zugrundeliegenden Überlegungen ist auf die ErwG 73 und 74 zu verweisen. Die Vorschrift soll 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 festlegen, „um sie bei der Wahrnehmung ihrer jeweiligen Aufgaben im demokratischen Prozess zu unterstützen.“

- die Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit dem Targeting oder der Schaltung von politischen Anzeigen im Internet an andere Interessenten (Art. 20 der Verordnung);
- die Benennung und Ausstattung eines bevollmächtigten Vertreters (Art. 21 Abs. 1 und 3 der Verordnung);

Aus den weiteren Artikeln der Verordnung ergeben sich basierend – auf der Funktion der „zuständigen“ Behörde – noch folgende Aufgaben und Verpflichtungen (die Verpflichtungen und Befugnisse der Datenschutzbehörde ergeben sich unmittelbar aus der Verordnung, ohne dass es einer weiteren Durchführung bedürfte):

- die Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften. Dabei ist sicherzustellen, dass die KommAustria als zuständige Strafbehörde gemäß § 6 über die erforderlichen Mittel verfügt, ihre Aufgaben im Rahmen dieser Verordnung wahrzunehmen.
- die Wahrnehmung der Aufgaben als nationale Kontaktstelle nach Art. 22 Abs. 9 der Verordnung.

Für die Zwecke der Verordnung wird die KommAustria als nationale Kontaktstelle auf Unionsebene benannt. Dies soll die Zusammenarbeit zwischen der KommAustria und der Datenschutzbehörde bei ihren jeweiligen Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben erleichtern, insbesondere durch Vermittlung

gegenüber den nationalen Kontaktstellen in anderen Mitgliedstaaten (vgl. auch ErwG 103 der Verordnung).

Abs. 2 entspricht der bisherigen Systematik im Bereich rundfunkrechtlicher Materien wie insbes. auch des audiovisuellen Medienrechts und der Plattformregulierung, dass die nach dem KommAustria-Gesetz eingerichtete RTR-GmbH im Fachbereich Medien die KommAustria bei der Erfüllung der Aufgaben fachlich und administrativ unterstützt.

### **Zu § 3:**

Die Kooperationsregelung der KommAustria und der Datenschutzbehörde in Abs. 1 dient dem schnellen und sicheren Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung, unter anderem über die Feststellung von Verstößen und den unmittelbaren Austausch von Erkenntnissen. Sie soll auch den Austausch von Fachwissen und Kontakten bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften (vgl. ErwG 100 der Verordnung) erleichtern. Um die Zusammenarbeit und den Austausch von Informationen und Verfahren auf Unionsebene zu stärken, soll (vgl. ErwG 101 der Verordnung) eng mit dem Europäischen Kooperationsnetz für Wahlen, der Gruppe Europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (nunmehr Europäisches Gremium für Mediendienste, vgl. Art. 8 des Europäischen Medienfreiheitsgesetzes, Verordnung (EU) 2024/1083) und anderen einschlägigen Netzen oder Einrichtungen zusammengearbeitet werden. Hinsichtlich des letzten Satzes in Abs. 1 ist auch auf die Regelung in § 7 Abs. 1 des vorliegenden Gesetzesvorhabens zu verweisen.

Im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufgaben und Befugnisse nach dieser Verordnung haben die KommAustria und die Datenschutzbehörde einen regelmäßigen Erfahrungs- und Meinungsaustausch zum Zweck der wirksamen und strukturierten Zusammenarbeit sicherzustellen.

Die Regelung in Abs. 3 über die wechselseitige Unterrichtungspflicht hat § 3 Abs. 3 KDD-G, BGBI. I Nr. 182/2023, als Vorbild.

### **Zu § 4:**

Diese Bestimmung orientiert sich an den nicht nur inhaltlich vergleichbaren, teilweise vielmehr identen Regelungen in § 3 KDD-G, BGBI. I Nr. 182/2023. So ist der an die Anforderungen des Pol-W-G angepasste vorgeschlagene Abs. 1 dem § 3 Abs. 1 KDD-G nachgebildet und entspricht der vorgeschlagene Abs. 2 nahezu wörtlich dem geltenden § 3 Abs. 2 KDD-G. Die vorgeschlagene Bestimmung regelt die engen Voraussetzungen, unter denen die KommAustria im Einzelfall (und nur) unbedingt erforderliche personenbezogenen Daten verarbeiten darf, die Dauer der Aufbewahrung und die Löschpflicht. Durch die Aufzählung und die Bezugnahme auf die konkreten in der Verordnung geregelten Aufgaben der Behörde und hierbei insbesondere auf die sich aus Art. 22 Abs. 3 und 4 iVm Artikel 25 der Verordnung ergebenden Zuständigkeiten im Hinblick auf die Verpflichtung zur Verhängung von Sanktionen im Fall rechtswidrigen Verhaltens von Sponsoren und Anbietern politischer Werbedienstleistungen (vgl. § 6 dieses Entwurfs) werden die Datenverarbeitungsermächtigungen in § 4 Abs. 1 des Entwurfs im Sinne von ErwG 41 der DSGVO durch Aufzählung jeweils weiter konkretisiert.

Die datenschutzrechtlichen Bestimmungen in § 4 regeln die Voraussetzungen für die Verarbeitung im Einzelfall unbedingt erforderlicher personenbezogener Daten durch die KommAustria sowie die Löschpflicht. Dabei ist vor allem zu betonen, dass es sich beim vorliegenden Gesetzentwurf nicht um ein genuin nationales Gesetzesvorhaben handelt, sondern vielmehr um ein Begleitgesetz mit flankierenden Maßnahmen zu einer unmittelbar anwendbaren unionsrechtlichen Verordnung, die zu den bereits (ohnedies) bestehenden Verpflichtungen nach der DSGVO (und dem Datenschutzgesetz [DSG], BGBI. I Nr. 165/1999, in der Fassung BGBI. I Nr. 2/2023) hinzutreten. Es sollte daher eine Gesamtschau vorgenommen und Rücksicht auf den dementsprechend eingeschränkten Spielraum genommen werden. Weiters nimmt die durchzuführende Verordnung selbst in mannigfaltiger Weise auf die DSGVO und das Grundrecht auf Datenschutz Bezug und regelt maßgebliche Vorkehrungen zum Schutz personenbezogener Daten (zB Art. 2, Art. 18 und 19, Art. 22 Abs. 1 der Verordnung sowie die unzähligen Bezugnahmen auf die entsprechenden Vorkehrungen und Kautelen der DSGVO ua. in ErwG 74, 75, 77 bis 80, 89, 90 und 96 und insbes. 113 über die Ergänzung des „Besitzstands der Union im Bereich des Datenschutzes“).

Insofern ist auch zu betonen, dass sich die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten im Sinne von Art. 6 DSGVO daraus ergibt, dass die Verarbeitung in den in § 4 Abs. 1 genannten Fällen für die Wahrnehmung von Aufgaben erforderlich ist, die im öffentlichen Interesse liegen bzw. in Ausübung öffentlicher Gewalt erfolgen, die der KommAustria gemäß Art. 22 Abs. 3 und 4 der Verordnung zu übertragen war. Dabei kann wesentlich der Erlaubnistratbestand im Sinne des Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO

(„öffentliche Aufgabe“) in Verbindung mit dem jeweils einschlägigen Artikel der Verordnung herangezogen werden.

Im Hinblick auf die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 der DSGVO ist weiters darauf zu verweisen, dass die mit dem vorliegenden Gesetzesvorhaben durchzuführende Verordnung im Hinblick auf das ihr den Verordnungstitel verleihende besonders bedeutsame Interesse an der Transparenz politischer Werbung und insbesondere die Regelungen zur Transparenzbekanntmachung in Art. 11 und 12 der Verordnung zum vordringlichen Ziel haben, die Sponsoren und die Anbieter politischer Werbedienstleistungen für die Öffentlichkeit offenzulegen und damit auch und gerade im Zusammenhang mit den der Rechtsaufsicht unterliegenden politischen Anzeigen die Verarbeitung von personenbezogenen Daten, aus denen die politische Meinung des Sponsors hervorgeht, bei der behördlichen Aufsicht grundgelegt ist. Insofern gehen Art. 7 bis 12 der mit diesem Vorhaben durchzuführenden Verordnung zur Transparenz politischer Werbung eindeutig davon aus bzw. verlangen, dass etwa der Sponsor durch die verpflichtende Bekanntgabe seiner Daten für die Zwecke der Veröffentlichung in die Verarbeitung ausdrücklich eingewilligt hat bzw. bezieht sich die Verarbeitung zum Zwecke der Rechtsaufsicht über die Einhaltung der Transparenzpflichten auf personenbezogene Daten, die die betroffene Person offensichtlich öffentlich gemacht hat (vgl. Art. 9 Abs. 2 lit. a) und e) DSGVO) bzw. zugänglich machen musste. Besonders kann aber im Fall der dieser Rechtsaufsicht dienenden Verarbeitung von Daten, aus denen politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen können, ins Treffen geführt werden, dass die Verarbeitung im Sinne von Art. 9 Abs. 2 lit. g) DSGVO auf der Grundlage des Unionsrechts in angemessenem Verhältnis zum durch die Verordnung verfolgten Ziel der Transparenz steht. Das „erhebliche öffentlichen Interesse“ iSd Art. 9 Abs. 2 lit. g DSGVO an der Transparenz über die Herkunft politischer Werbung und am Wissen über die betreffenden politischen Akteure bildet gleichsam den Wesenskern der Verordnung (EU) 2024/900. Die Verarbeitung anderer in Art. 9 Abs. 1 genannter „besonderer“ Kategorien an personenbezogenen Daten (wie zB. über die ethnische Herkunft oder biometrische Daten) ist hingegen nicht Gegenstand der mit diesem Gesetzesvorhaben durchzuführenden Verordnung.

Im Hinblick auf die der KommAustria bereits zukommenden – ebenfalls aus dem Unionsrecht stammenden – Aufgaben nach der Verordnung (EU) 2021/784 zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte und der Verordnung (EU) 2022/2065 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste (Gesetz über digitale Dienste) wurden bei der KommAustria und ihrer Geschäftsstelle RTR-GmbH bereits Datensicherungsmaßnahmen iSd Art. 32 DSGVO ergriffen, die auch für die nunmehr hinzutretenden Aufgaben zur Anwendung kommen werden.

#### **Zu § 5:**

Gemäß § 25 Abs. 8 der Verordnung ist der Europäischen Kommission jährlich Bericht über die Sanktionen, die zur Durchsetzung der Bestimmungen dieser Verordnung verhängt wurden, zu erstatten. Insbesondere ist dabei über die Art der verhängten Sanktionen und die Höhe der Geldbußen und finanziellen Sanktionen zu berichten. Die Kommission berücksichtigt diese Informationen bei der Erstellung ihres Berichts über die Bewertung und Überprüfung dieser Verordnung gemäß Art. 27 der Verordnung (vgl. ErwG 111 der Verordnung). Dieser jährlich zu erstellende Bericht ist, soweit es die Tätigkeit der KommAustria betrifft, von dieser unabhängigen Regulierungsbehörde zu erstellen nach dem auch in anderen Zuständigkeitsbereichen der KommAustria bewährten System gemäß § 19 Abs. 2 KOG zu veröffentlichen und dem Bundeskanzler zu übermitteln. Zur Vollziehung des Pol-W-G ist hinsichtlich der Agenden der KommAustria der Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport berufen, dem es in der Folge obliegt, den betreffenden Bericht an die Europäische Kommission weiterzuleiten. Die die DSB betreffende Regelung findet sich in § 7 Abs. 2 des vorliegenden Entwurfs.

#### **Zu § 6:**

Die Bestimmung enthält als zentrales Element des Gesetzesvorhabens die Regelungen über die Sanktionen im Fall von Verstößen gegen die einschlägigen Verhaltensanweisungen und Handlungspflichten für die einzelnen Normadressatinnen und Normadressaten in den einzelnen Absätzen der einzelnen Artikel der Verordnung. Dies verlangt Art. 25 Abs. 1 der Verordnung für die Art. 5 bis 17, 20 und 21. Für die Art. 18 und 19 der Verordnung ergibt sich das anzuwendende Sanktionsregime aus dem Zusammenhang zwischen Art. 22 Abs. 1 und Art. 25 Abs. 1 bis 7.

Sanktionen müssen – wie dies Art. 25 Abs. 1 zweiter Absatz deutlich macht – in jedem Einzelfall wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein und unter gebührender Berücksichtigung ausreichender und zugänglicher Verfahrensgarantien verhängt werden. Art. 25 Abs. 5 stellt klar, wann Verstöße als „besonders schwerwiegend“ anzusehen sind. Die Sanktionsnormen dienen, wie ErwG 104 dies formuliert, der Sicherstellung, dass die politische Debatte offen und zugänglich bleibt. Für Verstöße

gegen Art. 18 und 19 der Verordnung trifft Art. 25 Abs. 6 der Verordnung für die Vollziehung durch die Datenschutzbehörde ergänzende Regelungen.

Es ist sicherzustellen, dass Verstöße gegen die Verordnung mit Geldbußen, finanziellen Sanktionen oder gegebenenfalls anderen Maßnahmen, einschließlich Zwangsgeldern, geahndet werden. Dabei sind von der KommAustria die Art, Schwere, wiederholtes Auftreten und Dauer der Pflichtverletzung im Hinblick auf das betreffende öffentliche Interesse, Umfang und Art der ausgeübten Tätigkeiten sowie gegebenenfalls die Größe und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des/der gegen die Rechtsvorschrift Verstoßenden zu berücksichtigen. Ferner ist zu berücksichtigen, ob diese Pflichten systematisch oder wiederholt verletzt wurden. Dies ergibt sich aus Art. 25 Abs. 4 der Verordnung. Aus den vorgenannten Gründen sieht § 6 einen abgestuften Katalog an Sanktionen vor.

Entsprechend diesem Hintergrund ist die Sanktionsstaffelung so konstruiert, dass auch der Bedeutung und Tragweite der Rechtsverletzung im Hinblick auf ihre Wirkung auf die Allgemeinheit Rechnung getragen wird. Die Bestimmung unterscheidet – in Durchführung der einzelnen Artikel der Verordnung mit jeweils unterschiedlichen Normadressatinnen und Normadressaten – Geldstrafen gegen Anbieter politischer Werbedienstleistungen (Abs. 1 und Abs. 5), gegen Sponsoren (Abs. 2), gegen Herausgeber politischer Werbung (Abs. 3 und 6) sowie gegen Verantwortliche im Sinne von Art. 3 Z 14 der Verordnung (Abs. 4).

Art. 25 Abs. 1 der Verordnung verlangt – wie bereits erwähnt – explizit, dass die Sanktionen „*wirksam, verhältnismäßig und abschreckend*“ sind. Dementsprechend sieht die innerstaatliche Regelung aus general- und spezialpräventiven Überlegungen zwei im Hinblick auf die Höhe der Strafe gestaffelte Schritte für jeweils dem Typus und ihrer Auswirkung nach vergleichbare Deliktskategorien vor (vgl. Abs. 1 bis 4 einerseits, bzw. Abs. 5 und 6 andererseits). Auf den Grad der Unzulänglichkeit kann durch die Höhe der Geldstrafe innerhalb dieser Stufen (arg „*bis zu*“) Bedacht genommen werden. Die Strafdrohung für die in Abs. 1 bis 4 angeführten Tatbestände beträgt bei bloß fahrlässiger Begehung bis zu 25 000 Euro, ansonsten bis zu 50 000 Euro. Das maximale Strafmaß orientiert sich an § 5 Abs. 1 und 2 MedKF TG, BGBI. I Nr. 125/2011 idF BGBI. I Nr. 129/2024, das – insofern vergleichbar mit der Verordnung – der Transparenz und der Verbesserung des Zugangs zu bestimmten Informationen von öffentlichem Interesse dient. Die Strafdrohung für die in Abs. 5 und 6 angeführten Tatbestände umfasst angesichts der gegenüber den Verstößen nach Abs. 1 bis 4 größeren Bedeutung für die Transparenz politischer Werbung eine Bandbreite von „*bis zu 500 000 Euro*“.

Die Strafdrohungen berücksichtigen die Tatsache, dass die Verordnung ein breites Spektrum von Akteuren adressiert, die sich hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit zum Teil stark unterscheiden. Viele Anbieter bzw. Herausgeber politischer Werbung in Österreich sind als KMU einzustufen, für die das maximale Strafmaß nicht zur Anwendung kommen soll. Jedoch muss der Strafrahmen der KommAustria genügend Flexibilität bieten, um besonders schwere Verstöße wirtschaftlich höchst leistungsfähiger Unternehmen in abschreckender Weise zu ahnden.

Auf eine Wiedergabe bzw. Wiederholung des Inhalts der einzelnen umfangreichen und in mehreren Absätzen eines Artikels umschriebenen Verpflichtungen nach der Verordnung, für die im Fall eines Verstoßes eine Sanktion zu verhängen ist, wird hier verzichtet. Insofern ist vielmehr unmittelbar auf den Rechtstext der Verordnung zu verweisen.

### **Zu § 7:**

Gemäß Art. 22 Abs. 1 der Verordnung gelten Artikel 58 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 58 der Verordnung (EU) 2018/1725 sinngemäß und findet Kapitel VII der Verordnung (EU) 2016/679 Anwendung auf Maßnahmen nach den Artikeln 18 und 19 der vorliegenden Verordnung. Korrespondierend dazu muss folglich – was § 7 Abs. 1 des Vorschlags vorsieht – § 22 DSG auch im Zusammenhang mit den Befugnissen der DSB im Rahmen des Pol-W-G zur Anwendung kommen, allerdings § 22 Abs. 3 DSG im Hinblick auf den in § 3 Abs. 1 vorgesehenen, für die ordnungsgemäße Vollziehung zwingend erforderlichen Informationsaustausch mit der KommAustria adaptiert werden.

Auch die DSB hat ihrerseits gemäß Art. 25 Abs. 8 der Verordnung einen Bericht über die von ihr zur Durchsetzung der Bestimmungen der Art. 18 und 19 dieser Verordnung verhängten Sanktionen zu erstellen. Deshalb sieht § 7 Abs. 2 analog zur Berichterstattung durch die KommAustria (vgl. § 5) vor, dass die DSB ihre diesbezüglichen Darstellungen in dem von ihr schon nach geltender Rechtslage nach den Vorgaben des DSG zu erstellenden Bericht als eigenen Berichtsteil aufzunehmen hat. Mit dieser Vorgangsweise wird auch der administrative Aufwand für die Erfüllung von Berichtspflichten so weit wie möglich reduziert. Nach der geltenden Rechtslage nach dem DSG hat die DSB ihren Bericht direkt der Europäischen Kommission vorzulegen. Da die Verordnung (EU) 2024/900 hier nichts Abweichendes, sondern „nur“ das Ziel, dass die Europäische Kommission einen entsprechenden Bericht erhält, festlegt, kann die Vorlage des die Transparenz politischer Werbung betreffenden Berichtsteils ebenfalls unmittelbar durch die DSB erfolgen.

§ 7 Abs. 3 trägt dem Umstand Rechnung, dass es sich bei Verfahren über Geldbußen nach Art. 25 Abs. 6 der VO (EU) 2024/900 iVm Art. 83 Abs. 5 DSGVO im Zusammenhang mit politischer Werbung der verschiedenen nach den Begriffsbestimmungen der Verordnung als politische Akteure zu betrachtenden Personen um eine im wahrsten Sinn des Wortes politisch sensible Materie handelt. Es ist daher geboten im Verfahren vor dem BVwG schon jeglichen auch nur theoretisch möglichen Anschein einer Befangenheit – dh. auch eine bloß aufgrund der Vorschlagsrechte allenfalls vermutete Nähe zu einer politischen Partei – auszuschließen. Die vorgeschlagene Bestimmung orientiert sich daher für das Beschwerdeverfahren vor dem BVwG an der Regelung in § 35h DSG.

§ 7 Abs. 4 stellt klar, dass auch die im Zusammenhang mit Verstößen gegen Art. 18 und 19 der Verordnung verhängten Geldbußen wie in § 30 Abs. 4 DSG angeordnet dem Bund zufließen und nach Maßgabe der Bestimmungen über die Eintreibung von gerichtlichen Geldstrafen einzubringen sind. Der EuGH hat im Urteil vom 5. Dezember 2023, C-807/21 (Deutsche Wohnen) ausgesprochen, dass Art. 58 Abs. 2 lit. i und Art. 83 Abs. 1 bis 6 DSGVO dahingehend auszulegen sind, dass sie einer nationalen Regelung entgegenstehen, wonach eine Geldbuße wegen eines Verstößes gegen die DSGVO gegen eine juristische Person in ihrer Eigenschaft als Verantwortliche nur dann verhängt werden kann, wenn dieser Verstoß zuvor einer identifizierten natürlichen Person zugerechnet wurde. Mit Erkenntnis vom 1. Februar 2024, Ra 2020/04/0187, hat der Verwaltungsgerichtshof – in Anwendung des genannten Urteils des EuGH – ein auf § 30 Abs. 1 und 2 DSG fußendes Erkenntnis wegen Rechtswidrigkeit des Inhalts aufgehoben. Insofern hat § 30 Abs. 1 und 2 DSG sowie Abs. 3, der mit den vorangehenden Absätzen in einem untrennbar Zusammenhang steht, unangewendet zu bleiben, sodass es keines Verweises auf sie bedarf. § 30 Abs. 5 DSG, demzufolge gegen Behörden und öffentliche Stellen und gegen Körperschaften des öffentlichen Rechts, keine Geldbußen verhängt werden können, ist im Anwendungsbereich der Verordnung im Hinblick auf die Definitionen der politischen Akteure und der Anbieter politischer Werbedienstleistungen nicht einschlägig.

Im sachlichen Zusammenhang mit den Sonderbestimmungen des hier vorgeschlagenen Paragrafen ist auch darauf hinzuweisen, dass sich der Wortlaut in Art. 24 der Verordnung von jenem in Art. 77 DSGVO in mehrreli Hinsicht deutlich unterscheidet. Aus diesem Grund wird davon ausgegangen, dass Art. 24 der Verordnung – anders als dies seine Überschrift andeuten mag – kein subjektives Recht auf Behandlung einer Beschwerde einräumt. Vielmehr spricht die Bestimmung anders als Art. 77 DSGVO nur davon, dass die zuständigen Behörden ordnungsgemäß jede „*Mitteilung*“ über einen möglichen Verstoß gegen diese Verordnung „*bearbeiten*“ (vgl. auch die englische Sprachfassung „*shall duly address every notification*“ (Hervorhebungen nicht im Original)). Sähe die Regelung tatsächlich ein subjektives Recht vor, wäre aber die Anordnung, dass die Behörden (nur) „*auf Ersuchen*“ der die Mitteilung veranlassenden Person „*über Folgemaßnahmen unterrichten*“ überflüssig, zumal im Falle der Durchsetzung eines subjektiven Rechts ein Anspruch auf Zustellung der über das Recht absprechenden Entscheidung bestünde. Auch die Textierung des auf Art. 24 der Verordnung bezogenen ErwG. 105 spricht eindeutig für dieses Verständnis: Es geht bei der „*Beschwerde*“ um eine bloße „*Unterrichtung*“ über „*Umstände, die einen Verstoß gegen diese Verordnung darstellen könnten*“. Ein Rechtsanspruch auf eine im Rechtszug zu bekämpfende behördliche Erledigung wird damit aber nicht verlangt.

### Zu § 8:

Mit dieser Bestimmung wird dem Auftrag in Art. 11 Abs. 5 der Verordnung entsprochen, der vorsieht, dass die Mitgliedstaaten die Ausarbeitung von freiwilligen Verhaltensregeln der beteiligten einschlägigen Diensteanbieter fördern, um auf diese Weise zur ordnungsgemäßen Anwendung der Kennzeichnungs- und Transparenzanforderungen bei politischen Anzeigen beizutragen. Diese Pflichten treffen die Herausgeber politischer Werbung, die sicherstellen müssen, dass jede politische Anzeige mit bestimmten Zusatzinformationen versehen ist. Sie tragen auch die Verantwortung, dass diese Informationen vollständig sind und dass die Informationen klar und eindeutig erkennbar (und hervorgehoben) bereitgestellt werden. Hinzuweisen ist darauf, dass die Verordnung in Art. 11 Abs. 4 die Erlassung eines Durchführungsrechtsakts für Vorgaben zur Ausgestaltung der Kennzeichnung und der Transparenzbekanntmachung vorsieht. Diese Durchführungsverordnung 2015/1410 vom 9. Juli 2025 wurde am 16. Juli 2025 veröffentlicht. In Art. 11 Abs. 5 der Verordnung hat der Unionsgesetzgeber zum Ausdruck gebracht, dass Selbstregulierung einen wesentlichen Beitrag zur Effektivierung und zur Akzeptanz bestimmter im öffentlichen Interesse gelegener Verhaltensvorschriften leisten kann. Aus diesem Grund sieht der vorliegende Gesetzesvorschlag vor, bei den in Österreich nicht erst seit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2018/1808 etablierten, durch diese Umsetzung mit BGBL. I Nr. 150/2020 aber wesentlich verstärkten Selbstregulierungsmechanismen anzusetzen. § 7 übernimmt daher das im KommAustria-Gesetz bereits grundgelegte System der Förderung der Erstellung von Verhaltenskodizes im Bereich der kommerziellen Kommunikation und dehnt das Selbstregulierungsregime auf die Fragen der Kennzeichnung politischer Anzeigen aus. Für den Aufwand und den Beitrag bei der Etablierung

einheitlicher Standards der Kennzeichnung und Transparenz soll daher – wie schon nach § 32b und § 33 KOG und unter der Bedingung, dass die betreffende Einrichtung die Qualitätsmerkmale des § 32a Abs. 2 KOG erfüllt – ein Kostenbeitrag durch den Bund geleistet werden. Auch die Beurteilung der Wirksamkeit der Selbstkontrolle durch die KommAustria wird von diesen Vorbildern übernommen. Die zur finanziellen Unterstützung bereitgestellten Mittel werden daher erstmals im Jahr 2026 zuzuwenden sein, wenn die entsprechenden gesetzlich geregelten Voraussetzungen vorliegen.

**Zu § 10:**

Die Verordnung gilt vollumfänglich ab dem 10. Oktober 2025 unmittelbar in jedem Mitgliedstaat. Mit diesem Datum soll daher auch das vorliegende Gesetzesvorhaben zur Durchführung der Verordnung in Kraft treten, wobei dafür Sorge zu tragen ist, dass keine von Art. 7 Abs. 1 EMRK verpönte Rückwirkung einer Strafbestimmung normiert wird.

**Zu Art. 2 (Änderung des KommAustria-Gesetzes)**

**Zu § 2 Abs. 1 und 3:**

Bei den Änderungen in § 2 handelt es sich um die erforderlichen Anpassungen des KommAustria-Gesetzes im Aufgabenkatalog der Behörde und bei den Zielbestimmungen. Die nunmehr neu hinzukommenden Aufgabenstellungen im Zusammenhang mit der gegenständlichen Verordnung bringen insbesondere die Führung von Verwaltungsstrafverfahren mit sich.

**Zu § 9 Abs. 1:**

Die Änderung folgt aus der Erhöhung der Anzahl der Mitglieder der KommAustria (von 5 auf 7) mit der Novelle BGBI. I Nr. 80/2023 (TIB-G) und stellt sicher, dass zumindest fünf Mitglieder für die Beschlussfähigkeit der Vollversammlung anwesend sein müssen.

**Zu § 13 Abs. 4:**

Die Änderung in Z 1 lit. b) dient der Richtigstellung eines Verweises und die Anfügung der Z 6 bewirkt, dass die Aufgaben nach dem Pol-W-G in die Zuständigkeit eines Einzelmitglieds fallen.

**Zu § 19 Abs. 3:**

Die Änderung dient im Zusammenhang mit § 5 Pol-W-G (vgl. die Erläuterungen oben) der Ergänzung der Darstellung im jährlichen Tätigkeitsbericht der KommAustria.

**Zu § 35 Abs. 1g:**

Zum Zweck der wirksamen Überwachung dieser Verordnung ist es erforderlich, der KommAustria die Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften zu übertragen, wobei sicherzustellen ist, dass sie über die erforderlichen Mittel verfügt, um ihre Aufgaben im Rahmen dieser Verordnung wahrzunehmen (vgl. ErwG 90 der Verordnung). Die Bestimmung dient der Finanzierung der Aufgaben, die der KommAustria bzw. der unterstützend tätigen RTR-GmbH nach dem Pol-W-G zukommen. In Fortführung der bisher verwendeten Regelungstechnik wird für die Abdeckung des Aufwands der Finanzierung der im öffentlichen Interesse liegenden Aufgaben der KommAustria ein eigener Bundesbeitrag festgelegt. Bei den dieser Änderung zugrundeliegenden Überlegungen spielen erneut die Darlegungen des VfGH im Erkenntnis VfSlg 17.326/2004 eine tragende Rolle. An der Erfüllung der Verpflichtungen zur Transparenz besteht – wie auch die ErwG der Verordnung an mehreren Stellen unmissverständlich festhalten – eindeutig ein weitaus überwiegendes Interesse der Allgemeinheit. Insoweit muss daher auch die Finanzierung einer solchen Aufgabe durch die Allgemeinheit, somit aus Steuermitteln, erfolgen.

**Zu § 39 Abs. 1:**

Diese Änderung dient – entsprechend den Erfahrungen aus der Vollzugspraxis mit dem TIB-G – der Effektivierung der Bekämpfung terroristischer Online-Inhalte (im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 784/2021 zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte). Es soll die aufschiebende Wirkung bei Rechtsmitteln gegen Entfernungsanordnungen gemäß § 2 Abs. 1 TIB-G ausgeschlossen sein, etwa damit eine nach der genannten Verordnung von der Behörde als terroristischer Online-Inhalt erkannte Darstellung nicht aufgrund der Erhebung eines Rechtsmittels wieder freigeschaltet werden darf. Die Entscheidung über den Ausschluss der aufschiebenden Wirkung ist ebenso im Wege des BVwG bekämpfbar wie die Einstufung als terroristischer Inhalt.

**Zu § 44 Abs. 38:**

Mit der Regelung zu den vorbereitenden Maßnahmen soll sichergestellt sein, dass die notwendigen organisatorischen Schritte rechtzeitig in Angriff genommen werden können.

### Zu Art. 3 (Änderung des Mediengesetzes)

#### Zur Überschrift von § 26, § 26 Abs. 2, § 27 Abs. 1 Z 3:

Bei den Änderungen in § 26 Abs. 2, § 27 Abs. 1 Z 3 handelt es sich um die erforderlichen Anpassungen des Mediengesetzes an die Vorgaben der Verordnung. Die bislang bestehenden Bestimmungen im Mediengesetz betreffend die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen und politischer Werbung (§ 26 Abs. 2), die korrespondierende Verwaltungsübertretung (§ 27 Abs. 1 Z 3) müssen den umfassenderen Pflichten der gegenständlichen Verordnung weichen: Der Binnenmarktgrundsatz in Art. 4 der Verordnung verbietet es nämlich, dass die Mitgliedstaaten aus Gründen der Transparenz politischer Werbung Bestimmungen und Maßnahmen aufrechterhalten, die von den in der Verordnung festgelegten abweichen. Die Bestimmung in § 26 Abs. 2 des Mediengesetzes weicht in mehrerlei Hinsicht vom durch die Verordnung vorgegebenen Regelungsregime ab: Nach § 26 Abs. 2 MedienG ist jegliche in einer entgeltlichen Veröffentlichung erfolgende „Bezugnahme“ auf die Wahlen zum Nationalrat, zum EP und zum Bundespräsidenten von der spezifischen Pflicht zur Angabe des Auftraggebers erfasst. Die in einer Anzeige oder einem Spot erfolgende „öffentliche Kommunikation“ in Form offizieller Information über einen Wahltermin, die Modalitäten einer Wahl oder auch eine Werbekampagne offizieller Stellen, an der Wahl teilzunehmen, fallen aber zB nach den einzelnen Ausnahmetatbeständen in Art. 3 Abs. 2 i) bis iii) der Verordnung gar nicht unter den Begriff „politischer Werbung“ und stellen daher auch keine „politischen Anzeigen“ dar. Weiters weicht § 26 Abs. 2 MedienG auch dahingehend von den Vorschriften der Verordnung ab, dass die österreichische Rechtsnorm eine Angabe des Auftraggebers („Sponsors“ im Sinne der Verordnung) nur „zwischen Stichtag der Wahl und Wahltag“ verlangt. Die Regelungen der Verordnung kennen hingegen keine diesbezügliche Befristung, sondern es ist bei jeder politischen Anzeige (neben anderen Informationen) „während des Zeitraums der Schaltung“ die Identität des Sponsors bekanntzugeben.