



VERORDNUNG (EU) 2024/900 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 13. März 2024

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 ⁽¹⁾,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen ⁽²⁾,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren ⁽³⁾,

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 Darstellungen. Damit verbundene Aktivitäten können beispielsweise die Verbreitung politischer Werbung auf Verlangen eines Sponsors oder die Veröffentlichung von Inhalten gegen Bezahlung oder andere Formen des Entgelts, darunter auch Sachleistungen, umfassen.
- (2) Politische Werbung kann über verschiedene Kanäle und Medien grenzüberschreitend veröffentlicht oder verbreitet werden, sowohl online als auch offline. Sie nimmt rasch zu und kann über traditionelle Offline-Medien wie Zeitungen, Fernsehen oder Hörfunk verbreitet werden, wird aber zunehmend auch über Online-Plattformen, Websites, mobile Anwendungen, Computerspiele oder andere digitale Schnittstellen verbreitet. Letztere sind nicht nur besonders geeignet 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 solche in Hörfunk 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 Bezahlung bereitgestellt wird, wozu auch Sachleistungen gehören können, stellt sie eine Dienstleistung nach 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 Union 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 Zunahme der Komplexität der Desinformation, die Diversifizierung der Akteure, die rasche Entwicklung neuer Technologien und die verstärkte Verbreitung von Informationsmanipulation und Einflussnahme auf die demokratischen Wahl- und Regulierungsprozesse stellen für die Union und die

⁽¹⁾ ABl. C 275 vom 18.7.2022, S. 66.

⁽²⁾ ABl. C 301 vom 5.8.2022, S. 102.

⁽³⁾ Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 27. Februar 2024 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht) und Beschluss des Rates vom 11. März 2024.

Mitgliedstaaten wichtige Herausforderungen dar. Politische Werbung kann ein Vektor für Desinformation sein, insbesondere wenn der politische Charakter nicht aus der Werbung hervorgeht, wenn sie von Sponsoren außerhalb der Union stammt oder wenn dabei Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren zum Einsatz kommen. Ein hohes Maß an Transparenz ist unter anderem erforderlich, um eine offene und faire politische Debatte und politische Kampagnen sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen und gegen Informationsmanipulation und Einflussnahme sowie gegen widerrechtliche Beeinflussung, auch aus Drittstaaten, vorzugehen. Eine transparente politische Werbung trägt dazu bei, dass Wähler und Einzelpersonen im Allgemeinen besser erkennen können, wann ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird, wer der Anbieter der Anzeige ist und wie und weshalb ein Anbieter von Werbedienstleistungen auf sie abzielt, sodass Wähler besser in der Lage sind, fundierte Entscheidungen zu treffen. Die Medienkompetenz sollte gefördert werden, damit Einzelpersonen bestmöglichen Nutzen aus der Transparenz politischer Werbung ziehen können.

- (5) Mit dieser Verordnung soll sichergestellt werden, dass politische Werbung unter uneingeschränkter Achtung der Grundrechte erbracht wird.
- (6) Im Zusammenhang mit politischer Werbung werden häufig Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren 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 in der Regel mit maßgeschneiderten Inhalten auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten oder um sie auszuschließen. Anzeigenschaltungsverfahren sollten als ein breites Spektrum von Optimierungsverfahren verstanden werden, die auf der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen, um die Verbreitung, Reichweite oder Sichtbarkeit einer politischen Anzeige zu erhöhen. Solche Verfahren können von Herausgebern politischer Werbung und insbesondere von sehr großen Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates^(*) eingesetzt werden, um politische Anzeigen auf der Grundlage personenbezogener Daten und der Inhalte der Anzeigen einer bestimmten Zielgruppe zuzustellen. Bei der Zustellung von Anzeigen unter Verwendung solcher Verfahren werden Algorithmen genutzt, die derzeit für Einzelpersonen undurchsichtig sind und deren Wirkung sich von dem unterscheiden kann, was Sponsoren oder Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, beabsichtigt haben. Angesichts des Potenzials des Missbrauchs personenbezogener Daten durch Targeting, einschließlich durch Mikrotargeting und andere fortgeschrittene Verfahren, können solche Verfahren eine besondere Bedrohung für die legitimen öffentlichen Interessen, wie Fairness, Gleichbehandlung und Transparenz im Wahlverfahren und die Grundrechte auf Meinungsfreiheit, auf Privatsphäre und den Schutz personenbezogener Daten, auf Gleichheit und Nichtdiskriminierung sowie das Recht auf objektive, transparente und pluralistische Informationen darstellen.
- (7) 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 Erbringung von politischen Werbedienstleistungen, die die Durchführung grenzüberschreitender und paneuropäischer politischer Kampagnen beeinflussen. Während des Wahlzeitraums untersagen einige Mitgliedstaaten Diensteanbietern in der Union, die in anderen Mitgliedstaaten ansässig sind, die Erbringung von politischen Dienstleistungen oder Dienstleistungen zu politischen Zwecken. Gleichzeitig dürften Lücken und Schlupflöcher in den nationalen Rechtsvorschriften einiger Mitgliedstaaten bestehen, die 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.
- (8) 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 gerechte politische Debatte sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen. Diese nationalen Maßnahmen werden insbesondere für online veröffentlichte und verbreitete politische Werbung erwogen und können weitere Beschränkungen umfassen. Diese Maßnahmen reichen von weichen bis hin zu verbindlichen Maßnahmen und beinhalten verschiedene Transparenzaspekte.

(*) Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste) (ABl. L 277 vom 27.10.2022, S. 1).

- (9) Diese Situation führt zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts, mindert die Rechtssicherheit für Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die politische Anzeigen ausarbeiten, platzieren, fördern, veröffentlichen, zustellen 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.
- (10) Dieser Umstand hält Anbieter politischer Werbedienstleistungen wahrscheinlich davon ab, ihre politischen Werbedienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten. Dies gilt insbesondere für Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen, die oftmals nicht die Ressourcen haben, die hohen Befolgungskosten im Zusammenhang mit der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung 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.
- (11) Daher sollte bei politischen Werbedienstleistungen in der gesamten Union ein einheitliches und hohes Maß an Transparenz politischer Werbung sichergestellt werden; gleichzeitig sollten Unterschiede, die den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes einschränken, verhindert werden, indem harmonisierte Vorschriften für die Erbringung politischer Werbedienstleistungen, einschließlich Transparenz- und entsprechender Sorgfaltspflichten für Sponsoren und 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.
- (12) 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 Transparenz- und der entsprechenden Sorgfaltspflichten für politische Anzeigen steigert die Rechtssicherheit und verringert die Fragmentierung der von Diensteanbietern im Zusammenhang mit politischer Werbung zu erfüllenden Pflichten.
- (13) Die vollständige Harmonisierung der Transparenz- und der entsprechenden Sorgfaltspflichten sollte die Freiheit der Anbieter politischer Werbedienstleistungen unberührt lassen, auf freiwilliger Basis weitere Informationen über politische Werbung als Teil der nach Artikel 11 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (im Folgenden „Charta“) geschützten Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit zur Verfügung zu stellen.
- (14) Diese Verordnung beschränkt sich auf die Harmonisierung der Vorschriften über die Transparenz- und die entsprechenden Sorgfaltspflichten für die Erbringung politischer Werbedienstleistungen und über den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren sowie der Vorschriften für ihre Überwachung und Durchsetzung. Sie sollte sowohl den Inhalt politischer Anzeigen als auch die Vorschriften der Union und der Mitgliedstaaten zur Regelung von Aspekten im Zusammenhang mit politischer Werbung, die nicht unter diese Verordnung fallen, unberührt lassen. 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 Stillhaltefristen, Spenden einzelner Wahlkampfspender oder Verbote in Bezug auf die Nutzung kommerzieller Werbung für Wahlkampzzwecke. Darüber hinaus sollte diese Verordnung insbesondere die Grundrechte auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung unberührt lassen.
- (15) 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. Unter dem Begriff „Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen“ sollten Unternehmen verstanden werden, die unter Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates (9) fallen.

(9) Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Juni 2013 über den Jahresabschluss, den konsolidierten Abschluss und damit verbundene Berichte von Unternehmen bestimmter Rechtsformen und zur Änderung der Richtlinie 2006/43/EG des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinien 78/660/EWG und 83/349/EWG des Rates (ABl. L 182 vom 29.6.2013, S. 19).

- (16) Diese Verordnung sollte harmonisierte Transparenz- und entsprechende Sorgfaltspflichten 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, Zustellung und Verbreitung politischer Anzeigen. Die Vorschriften dieser Verordnung betreffend hohe Transparenzstandards für politische Werbedienstleistungen stützen sich auf Artikel 114 AEUV. Diese Verordnung sollte im Zusammenhang mit der Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung politischer Werbung auch den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren berücksichtigen, die auf der Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen. Die Vorschriften dieser Verordnung, die den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren 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, zugestellt 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.
- (17) Bei der Anwendung dieser Verordnung sollten die Besonderheiten des für die Veröffentlichung oder Verbreitung der politischen Anzeige verwendeten Mediums berücksichtigt werden, insbesondere um ihre Modalitäten je nach Situation und unter Einhaltung des Unionsrechts an Fernsehen, Hörfunk bzw. Zeitungen anzupassen.
- (18) Es ist darauf hinzuweisen, dass die grenzüberschreitende Erbringung von Werbedienstleistungen im Binnenmarkt dem Grundsatz der Nichtdiskriminierung unterliegt. Dieser Grundsatz impliziert u. a., dass der Zugang eines Empfängers zu einer öffentlich angebotenen Dienstleistung nicht allein aufgrund seiner Staatsangehörigkeit, seines Wohnsitzes oder seiner Niederlassung beschränkt werden darf. Daher sollte es Anbietern politischer Werbedienstleistungen nicht gestattet sein, Sponsoren, die in der Union ansässig oder rechtmäßig niedergelassen sind, aufgrund ihres Wohnsitzes oder ihrer Niederlassung zu diskriminieren, es sei denn, die Ungleichbehandlung ist im Einklang mit dem Unionsrecht gerechtfertigt und verhältnismäßig. Ein diskriminierungsfreier Zugang zu grenzüberschreitenden politischen Werbedienstleistungen ist für die Empfänger dieser Dienstleistungen von wesentlicher Bedeutung, damit sie alle Vorteile des Binnenmarkts in diesem Sektor nutzen können. Der diskriminierungsfreie Zugang zu grenzüberschreitenden politischen Werbedienstleistungen ist für europäische politische Parteien besonders wichtig, da sie zur Herausbildung eines europäischen politischen Bewusstseins und zum Ausdruck des Willens der Bürgerinnen und Bürger der Union gemäß Artikel 10 Absatz 4 EUV und Artikel 12 Absatz 2 der Charta beitragen und gemäß der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽⁹⁾ europäischen Rechtsstatus besitzen.

Ungerechtfertigte Beschränkungen der Freiheit europäischer politischer Parteien, grenzüberschreitende politische Werbedienstleistungen in Anspruch zu nehmen, durch Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten nicht zulässig sein, da sie die Durchführung wirksamer politischer Kampagnen in der gesamten Union behindern und die Parteien dadurch daran hindern, die ihnen durch die Verträge zugewiesene Aufgabe zu erfüllen. Folglich sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen ihre Dienstleistungen für eine europäische politische Partei nicht allein aufgrund des Ortes ihrer Niederlassung, einschließlich des Ortes der Eintragung, verweigern, behindern oder weniger attraktiv machen, wobei die Möglichkeit einer Ungleichbehandlung aus gerechtfertigten objektiven Gründen unberührt bleibt. Ähnliche Erwägungen gelten für die Fraktionen im Europäischen Parlament, die gemäß der Geschäftsordnung des Europäischen Parlaments gebildet werden und ihre Funktionen im Rahmen der Tätigkeiten der Union wahrnehmen. Die in dieser Verordnung festgelegte Nichtdiskriminierungsklausel bestimmt oder berührt in keiner Weise den rechtlichen Status europäischer politischer Parteien oder Fraktionen im Europäischen Parlament, da sie sich auf deren Rolle als Sponsoren beschränkt.

- (19) Die Einflussnahme auf Wahlen durch bestimmte Einrichtungen aus Drittstaaten oder durch Drittstaatsangehörige, die politische Werbung in der Union sponsern können, stellt bekanntermaßen eine ernsthafte Bedrohung für die Demokratie dar, die einen gemeinsamen Wert der Union darstellt und deren Sicherung für die Union und ihre Mitgliedstaaten von grundlegender Bedeutung ist. Daher haben einige Mitgliedstaaten bereits verschiedene Beschränkungen für Einrichtungen aus Drittstaaten oder Drittstaatsangehörige im Hinblick auf die Bereitstellung von Finanzmitteln im Zusammenhang mit Wahlen eingeführt bzw. erwägen dies. Diese heterogene Regulierungssituation, die sich aufgrund der angespannten Lage in der Welt noch weiter verschlimmern dürfte, schafft

⁽⁹⁾ Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2014 über das Statut und die Finanzierung europäischer politischer Parteien und europäischer politischer Stiftungen (ABl. L 317 vom 4.11.2014, S. 1).

Hindernisse für Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die auf den Märkten verschiedener Mitgliedstaaten tätig sein wollen. Daher sollte diese heterogene Regulierungssituation einem gemeinsamen Mindeststandard angenähert werden. Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten dazu verpflichtet werden, in den drei Monaten vor einer auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene in einem Mitgliedstaat organisierten Wahl oder einem Referendum politische Werbedienstleistungen nur für Bürgerinnen und Bürger der Union, Drittstaatsangehörige, die ihren ständigen Wohnsitz in der Union haben und bei der betreffenden Wahl oder dem betreffenden Referendum stimmberechtigt sind, oder für in der Union niedergelassene juristische Personen, die nicht von Einrichtungen aus Drittstaaten kontrolliert werden, zu erbringen. Die Gefahr einer Einflussnahme auf Wahlen oder Referenden in den einzelnen Mitgliedstaaten und die diesbezüglichen Risikobewertungen durch die Mitgliedstaaten sind unterschiedlich, weshalb in einzelnen Mitgliedstaaten strengere nationale Vorschriften, die insbesondere längere Fristen für die Beschränkung des Sponsorings durch Einrichtungen aus Drittstaaten oder Drittstaatsangehörige vorsehen, angemessen sein können. Der Mindeststandard von drei Monaten sollte die Mitgliedstaaten daher nicht daran hindern, im Einklang mit dem Unionsrecht strengere nationale Vorschriften festzulegen. Wird eine Wahl oder ein Referendum weniger als drei Monate vor dem Zeitpunkt der Wahl oder des Referendums angekündigt, so sollte dies nicht so verstanden werden, dass Verpflichtungen im Zeitraum vor der Bekanntgabe der Wahlen oder Referenden entstehen.

- (20) Um der Informationsmanipulation und der Beeinflussung politischer Werbung entgegenzuwirken, werden „Online-Plattformen“ im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065, unter anderem durch den Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation, aufgefordert, maßgeschneiderte Strategien und andere einschlägige Maßnahmen festzulegen und umzusetzen, auch durch ihre Beteiligung an umfassenderen Initiativen zur Bekämpfung der Geschäftemacherei mit Desinformationen, um die Platzierung von politischer Werbung, die Desinformation enthält, zu verhindern.
- (21) Auf Unionsebene gibt es keine Definition der Begriffe „politische Werbung“ oder „politische Anzeige“. Eine Definition auf Unionsebene ist erforderlich, um den Anwendungsbereich der harmonisierten Transparenz- und der entsprechenden Sorgfaltspflichten sowie der Regelungen zum Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren 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.
- (22) Die Definition politischer Werbung sollte Werbung umfassen, die 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. 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, zugestellt oder verbreitet wird. In manchen Fällen kann eine andere Einrichtung letztlich die Kontrolle über einen Sponsor ausüben. Die Feststellung, ob eine Einrichtung letztlich einen Sponsor kontrolliert, sollte auf Rechten, Verträgen oder anderen Mitteln beruhen, die einzeln oder zusammen und unter Berücksichtigung der tatsächlichen oder rechtlichen Umstände die Möglichkeit gewähren, einen bestimmenden Einfluss auf eine Einrichtung auszuüben, insbesondere durch Eigentums- oder Nutzungsrechte an der Gesamtheit oder an Teilen des Vermögens der Einrichtung, oder durch Rechte oder Verträge, die einen bestimmenden Einfluss auf die Zusammensetzung, das Abstimmungsverhalten oder die Beschlüsse der Gremien einer Einrichtung gewähren. Um festzustellen, ob eine Mitteilung rein privater oder rein kommerzieller Art ist, sollten alle relevanten Faktoren berücksichtigt werden, wie etwa ihr Inhalt, der Sponsor der Mitteilung, die verwendete Sprache, der Kontext der Mitteilung, einschließlich des Zeitraums der Verbreitung, das Ziel der Mitteilung und die Mittel, mit denen die Mitteilung ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird, sowie die Zielgruppe. Mitteilungen, die den Familienstand oder die Geschäftstätigkeit eines politischen Akteurs betreffen, sind wahrscheinlich entweder rein privat oder rein kommerziell.
- (23) Die Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Mitteilung durch andere 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 zu beeinflussen, sollte auch unter politische Werbung fallen. Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesse sollten Entscheidungen mit verbindlicher Wirkung und allgemeiner Geltung auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene umfassen. Es sollte eine eindeutige und wesentliche Verbindung zwischen der Mitteilung und ihrem Potenzial bestehen, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesses zu beeinflussen. Um das Vorliegen einer solchen Verbindung festzustellen, sollten alle zum Zeitpunkt der Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung

der Mitteilung relevanten Faktoren berücksichtigt werden, wie 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. Unter „Sprache“ sind alle in der Union verwendeten Sprachen zu verstehen, einschließlich regionaler Dialekte und Gebärdensprache, unter Verwendung jeglicher Kommunikations- oder Kodierungsmittel, wie z. B. der Brailleschrift und anderer Mittel. Die Ausrichtung sollte bei diesen Faktoren klar sein, und eine Verbindung sollte nicht ausschließlich rückwirkend von den Auswirkungen einer Mitteilung abgeleitet werden.

- (24) Politische Werbung umfasst eine Situation, in der die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Mitteilung, die geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesses zu beeinflussen, von einer Einrichtung wahrgenommen wird, die in eigenem Namen handelt (interne Tätigkeiten). Unter internen Tätigkeiten, die als ausschließlich relevant für Kapitel III dieser Verordnung zu betrachten sind, sind Tätigkeiten zu verstehen, die innerhalb einer Einrichtung durchgeführt werden und die die mit beliebigen Mitteln durchgeführte Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Mitteilung umfassen oder wesentlich dazu beitragen, wobei die Mitteilung geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtssetzungs- oder Regulierungsprozesses zu beeinflussen.
- (25) Kommerzielle Werbe- und Marketingpraktiken können berechtigte Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Produkten und Dienstleistungen durch die Verbraucher oder ihr Kaufverhalten haben, unter anderem durch eine Markendifferenzierung auf der Grundlage von Maßnahmen der Unternehmen im Bereich der sozialen Verantwortung der Unternehmen, mit sozialer Wirkung oder durch jede andere Form des zweckorientierten Engagements. Diese Verordnung sollte für kommerzielle Werbung gelten, die geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesses zu beeinflussen.
- (26) Zur wirksamen Umsetzung dieser Verordnung und insbesondere zur Unterstützung der Sponsoren bzw. der im Namen der Sponsoren handelnden Anbieter von Werbedienstleistungen bei der Deklaration und Identifizierung politischer Anzeigen und zur Unterstützung von Anbietern politischer Werbedienstleistungen bei der Erleichterung und angemessenen Verwaltung solcher Deklarierungen sollte die Kommission gemeinsame Leitlinien ausarbeiten.
- (27) Im Interesse einer wirksamen Kommunikation mit der breiten Öffentlichkeit sollte die öffentliche Kommunikation durch, für oder im Namen einer Behörde eines Mitgliedstaats oder einer Behörde der Union, einschließlich Regierungsmitgliedern, z. B. in Form von 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 geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, eines Abstimmungsverhaltens oder eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesses zu beeinflussen. In gleicher Weise sollten auch praktische Information aus amtlichen Quellen der Mitgliedstaaten oder der Union, die sich ausschließlich auf die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden, einschließlich der Bekanntgabe von Kandidaturen oder Referendumsvorlagen, beziehen, keine politische Werbung darstellen.
- (28) 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 und auf der Grundlage transparenter und objektiver Kriterien erfolgt.
- (29) Die Medien tragen zum reibungslosen Funktionieren demokratischer Prozesse bei und spielen eine wesentliche Rolle bei der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit, insbesondere in dem Zeitraum unmittelbar vor einer Wahl. Sie bieten Raum für öffentliche Debatten und tragen zur öffentlichen Meinungsbildung bei. Diese Verordnung sollte daher die redaktionelle Freiheit der Medien nicht beeinträchtigen. Politische Meinungen, die in einem beliebigen Medium unter redaktioneller Verantwortung geäußert werden, sollte nicht erfasst werden, es sei denn, es wird durch Dritte eine konkrete Zahlung oder sonstige Vergütung im Zusammenhang mit ihrer Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung geleistet. Werden solche politischen Meinungen jedoch in der Folge von Anbietern politischer Werbedienstleistungen gefördert, veröffentlicht oder verbreitet, könnten sie als politische Werbung betrachtet werden.

- (30) Politische Meinungen, die in privater Verantwortung geäußert werden, stellen eine besondere Ausprägung der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit dar. Es handelt sich nicht um politische Werbung, und es ist notwendig, dass diese Unterscheidung klar getroffen wird. Zu diesem Zweck sollten politische Meinungen, die als Privatperson geäußert werden, nicht unter diese Verordnung fallen. Die Feststellung, dass eine politische Meinung als Privatperson geäußert wurde, sollte in der Regel auf der selbst vorgenommenen Einstufung beruhen, wobei jedoch kontextbezogene Aspekte berücksichtigt werden können. Zu den relevanten Faktoren könnte gehören, ob die Meinung im Namen einer anderen Einrichtung abgegeben wird, ob die Mitteilung die Eigenwerbung für eine Kandidatur oder eine Kampagne bei einer Wahl, einem Referendum oder einem Rechtssetzungs- oder Regulierungsprozess bezweckt, ob sie von einer Person geäußert wird, die sich im Allgemeinen aktiv für Kampagnen oder Veränderungen in politischen oder sozialen Fragen einsetzt, und ob die Mitteilung an eine unbestimmte Zahl von Personen weitergegeben wird. Eine politische Meinung sollte nicht als in privater Verantwortung geäußert angesehen werden, wenn für die Äußerung dieser Meinung oder im Zusammenhang damit eine bestimmte Vergütung von Dritten, darunter auch Sachleistungen, gewährt wird.
- (31) Zu Zwecken dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck „Wahlen“ die Wahlen zum Europäischen Parlament, alle Wahlen oder Referenden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene in den Mitgliedstaaten und Wahlen für Führungspositionen innerhalb einer politischen Partei. Andere Wahlformen wie berufsbezogene oder privat organisierte Stimmabgaben sollten nicht berücksichtigt werden.
- (32) Politische Anzeigen müssen als ein Fall politischer Werbung definiert werden. Unter den Begriff „Anzeigen“ fallen auch die Mittel, über die Werbung kommuniziert wird, darunter Printmedien, Rundfunk, Websites, Suchmaschinen und Streaming-Dienste oder Online-Plattformdienste.
- (33) Die Definition des Begriffs „politische Akteure“ 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 die rechtsfähigen und nicht rechtsfähigen, verbundenen und nachgelagerten 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.
- (34) 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.
- (35) Die Definition des Begriffs „politische Werbekampagne“ sollte sich auf 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 beziehen.
- (36) Die Definition des Begriffs „politische Werbung“ sollte weder nationale Definitionen für politische Parteien, politische Ziele oder politische Kampagnen berühren noch Regeln für politische Kampagnen auf nationaler Ebene ändern oder in sie eingreifen.
- (37) Die Definition des Begriffs „politischer Akteur“ sollte nationale Vorschriften darüber, wer eine politische Kampagne durchführen darf, nicht berühren und die Mitgliedstaaten nicht verpflichten, solche Vorschriften zu verabschieden.
- (38) Damit ein breites Spektrum relevanter Diensteanbieter im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen abgedeckt wird, sollte der Begriff der Anbieter von politischen Werbedienstleistungen auch Anbieter umfassen, die an der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung politischer Anzeigen beteiligt sind. Beispielsweise können Anbieter politischer Werbedienstleistungen im Namen von Sponsoren agieren, indem sie in ihrem Namen politische Werbedienstleistungen initiieren.

- (39) Die Definition des Begriffs „Anbieter politischer Werbedienstleistungen“ sollte nicht Anbieter umfassen, die reine Nebendienstleistungen im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen erbringen. Nebendienstleistungen sind 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. Zu diesen Dienstleistungen können Transport, Finanzierung und Investitionen, Einkauf, Verkauf, Bewirtung, Marketing, Computerdienstleistungen, Reinigung, Wartung, Postdienstleistungen, Druckdienstleistungen sowie grafisches, akustisches oder fotografisches Design gehören.
- (40) Ein Sponsor sollte als die Person oder Einrichtung definiert werden, in deren Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird, z. B. ein einzelner Kandidat bei einer Wahl 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.
- (41) Herausgeber politischer Werbung sollten als Anbieter politischer Werbedienstleistungen definiert werden, die in der Regel am Ende der Kette von Diensteanbietern politische Werbung veröffentlichen, zustellen oder verbreiten, indem sie sie ausstrahlen, über eine Schnittstelle zugänglich machen oder sie der Öffentlichkeit auf andere Weise zur Verfügung stellen.
- (42) Anbieter politischer Werbedienstleistungen nehmen Aufgaben wahr, die zur Verwirklichung der Ziele dieser Verordnung beitragen. Bestimmte Anbieter politischer Werbedienstleistungen strahlen politische Werbung aus, machen sie über eine Schnittstelle zugänglich oder stellen sie der Öffentlichkeit auf andere Weise zur Verfügung und sind aufgrund dieser Rolle in der Lage, dafür zu sorgen, dass dies im Einklang mit dieser Verordnung geschieht und dabei ein hohes Maß an Transparenz sichergestellt wird. Diese Diensteanbieter sollten daher besondere Verantwortlichkeiten als Herausgeber politischer Werbung haben, und es ist notwendig, sie als solche zu identifizieren.
- (43) Ein Sponsor sollte wahrheitsgemäß erklären, ob es sich bei der betreffenden Werbung um politische Werbung im Sinne dieser Verordnung handelt, und ob er im Einklang mit dieser Verordnung in den letzten drei Monaten vor einer Wahl oder einem Referendum auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene in einem Mitgliedstaat als Sponsor auftreten kann. Der Sponsor sollte für die Richtigkeit solcher Erklärungen verantwortlich sein. Darüber hinaus sollte eine Werbung, die als politisch identifiziert wurde, bei ihrer weiteren Verbreitung weiterhin den Transparenz- und den entsprechenden Sorgfaltspflichten entsprechen.
- (44) Angesichts der Bedeutung, die der Gewährleistung insbesondere der Wirksamkeit der Transparenz- und der entsprechenden Sorgfaltspflichten zukommt, sollte im Rahmen vertraglicher Vereinbarungen über die Erbringung politischer Werbedienstleistungen sichergestellt werden, dass die Informationen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen zur Einhaltung dieser Verordnung benötigen, nach Treu und Glauben, vollständig, genau und unverzüglich übermittelt werden. Im Falle einer unvollständigen, veralteten oder fehlerhaften Erklärung oder Information sollten in dieser Verordnung die Vervollständigung, Aktualisierung oder Berichtigung dieser Erklärung oder Information vorgesehen sein. Dies sollte keine allgemeine Verpflichtung der Anbieter politischer Werbedienstleistungen darstellen, den Wahrheitsgehalt der Anzeigen über den politischen Charakter zu überwachen oder exzessive oder kostspielige Nachforschungen anzustellen. Um die Anforderung, solche Erklärungen oder Informationen zu vervollständigen, zu aktualisieren oder zu berichtigen, wirksam umzusetzen, sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen ihre Online-Schnittstellen anpassen, um die Einhaltung solcher Verpflichtungen zu erleichtern.
- (45) Anbieter von Werbedienstleistungen sollten eine Erklärung oder Information als offensichtlich fehlerhaft ansehen, wenn dies aus dem Inhalt der Anzeige, der Identität des Sponsors oder dem Kontext, in dem die betreffende Dienstleistung erbracht wird, hervorgeht, ohne dass weitere Überprüfungen oder Nachforschungen durchgeführt werden.
- (46) Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich auch um sehr große Online-Plattformen oder sehr große Online-Suchmaschinen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 handelt, sollten im Rahmen ihrer Risikobewertungen nach Artikel 34 der genannten Verordnung alle systemischen Risiken, die von ihren politischen Werbedienstleistungen ausgehen, gewissenhaft ermitteln, analysieren und bewerten und angemessene, verhältnismäßige und wirksame Minderungsmaßnahmen gemäß Artikel 35 der genannten Verordnung ergreifen, um diesen Risiken entgegenzuwirken.

- (47) Die in dieser Verordnung festgelegten Transparenz- und entsprechenden Sorgfaltspflichten sollten nur für politische Werbedienstleistungen, d. h. Werbedienstleistungen, die normalerweise gegen Entgelt erbracht werden, gelten, wozu auch Entgelte in Form von Sachleistungen gehören können. Diese Vorschriften 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, Zustellung oder Verbreitung der betreffenden Mitteilung verbreitet werden, es sei denn, der Nutzer wird von einer dritten Partei für die politische Anzeige bezahlt.
- (48) Die Vorschriften zu den Transparenz- und den entsprechenden Sorgfaltspflichten 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.
- (49) Die in Artikel 11 der Charta verankerte Freiheit der Meinungsäußerung 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 im Einklang stehen. Diese Freiheit kann Differenzierungen oder Einschränkungen unterliegen, sofern sie zur Verwirklichung eines legitimen Ziels erforderlich und 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 politischer Werbedienstleistungen kommuniziert werden. Die Freiheit der Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit gehören zu den Ecksteinen einer lebendigen demokratischen Debatte.
- (50) 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 und die Informationsfreiheit, insbesondere die Freiheit der Presse 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.
- (51) Was Online-Vermittlungsdienste anbelangt, so gilt die Verordnung (EU) 2022/2065 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) 2022/2065 fallen. Dies gilt insbesondere für Informationen über die Finanzierung politischer Anzeigen. Die in der vorliegenden Verordnung festgelegten Anforderungen sollten die Verordnung (EU) 2022/2065 unberührt lassen.
- (52) An der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung und Verbreitung politischer Anzeigen kann eine komplexe Kette von Anbietern politischer Werbedienstleistungen 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 können.

Darüber hinaus können Sponsoren auch in verschiedenen Phasen der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung und Verbreitung politischer Werbung beteiligt sein. Ebenso könnte ein Verantwortlicher für die Zwecke von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren gemeinsam mit anderen Verantwortlichen die Zwecke und Mittel der Verarbeitung festlegen oder der Verarbeitungsvorgang könnte im Auftrag des Verantwortlichen durch eine andere Einrichtung durchgeführt werden. Im Lichte der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union kann eine gemeinsame Verantwortlichkeit auch dann begründet werden, wenn nur eine Einrichtung Zugang zu den betreffenden personenbezogenen Daten hat. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Beiträge, nämlich der Festlegung von Targeting-Parametern, der Benennung von Datenkategorien

und der Verarbeitung bei der Anzeige von Werbung, würden Diensteanbieter und Sponsoren regelmäßig gemeinsam über die Mittel und Zwecke der Verarbeitung personenbezogener Daten für politische Werbung entscheiden und könnten daher als gemeinsam Verantwortliche gemäß Artikel 26 der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽⁷⁾ und Artikel 28 der Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽⁸⁾ betrachtet werden. Daher ist es notwendig, eine klare Aufteilung der Zuständigkeiten der verschiedenen Einrichtungen im Rahmen dieser Verordnung vorzusehen.

- (53) 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.
- (54) Wenngleich spezielle Anforderungen festgelegt werden, so sollten die in dieser Verordnung festgelegten Pflichten nicht als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten zur Überwachung der von natürlichen oder juristischen Personen geteilten politischen Inhalte oder als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten ausgelegt werden, proaktive Maßnahmen in Bezug auf illegale Inhalte zu ergreifen, die diese Anbieter übermitteln oder speichern.
- (55) Um die Einhaltung der Anforderungen dieser Verordnung zu unterstützen, insbesondere in Bezug auf den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung, werden die Anbieter von Vermittlungsdiensten ermutigt, die Identifizierung politischer Werbung zu erleichtern, die von Nutzern direkt über ihren Online-Vermittlungsdienst hochgeladen oder verbreitet wird. So könnten Anbieter von Vermittlungsdiensten den Nutzern beispielsweise effiziente Mechanismen zur Verfügung stellen, um darauf hinzuweisen, dass eine Anzeige politisch ist.
- (56) Transparente politische Werbung sollte ermöglichen, dass Einzelpersonen 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 eine politische Anzeige handelt, sowie weitere Informationen, darunter die Identität des Sponsors, die politische Kampagne, zu der sie gehört, und eine Angabe darüber, ob Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren zum Einsatz kamen. Der Name des Sponsors könnte gegebenenfalls ein politisches Logo enthalten. Herausgeber politischer Werbung sollten sicherstellen, 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. Der Kommission sollten Durchführungsbefugnisse zum Erlass von Durchführungsrechtsakten übertragen werden, um das Format und die Vorlage der Kennzeichnungen festzulegen und sicherzustellen, dass sie an das verwendete Medium angepasst sind, wobei die neuesten Technologie- und Marktentwicklungen, die einschlägige wissenschaftliche Forschung und bewährte Verfahren zu berücksichtigen sind.
- (57) Um die Rechenschaftspflicht im politischen Prozess zu unterstützen, sollten die in einer Transparenzbekanntmachung bereitzustellenden Informationen auch die Identität des Sponsors und gegebenenfalls der Einrichtung umfassen, die den Sponsor letztlich kontrolliert. 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 anderen beteiligten politischen Akteuren 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 politische Werbekampagne geleistet wurden, einschließlich der Quellen dafür 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 Union oder von außerhalb stammen. Angaben zu damit verbundenen Wahlen oder Referenden sollten nach Möglichkeit einen Link zu Informationen aus

⁽⁷⁾ 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).

⁽⁸⁾ 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).

offiziellen Quellen über die Organisation und die Modalitäten für die Teilnahme oder die Förderung der Teilnahme an diesen Wahlen oder Referenden enthalten. Wird eine politische Anzeige erneut veröffentlicht, nachdem sie wegen eines Verstoßes gegen diese Verordnung ausgesetzt oder eingestellt wurde, sollte dies in den Transparenzbekanntmachungen angegeben werden, um sicherzustellen, dass Einzelpersonen angemessen informiert werden. Die Transparenzbekanntmachung sollte unmittelbar nach der Veröffentlichung oder Verbreitung der Anzeige verfügbar sein, und die darin enthaltenen Informationen sollten auf dem neuesten Stand gehalten werden. Die Transparenzbekanntmachung sollte ferner Informationen darüber enthalten, wie politische Anzeigen im Einklang mit den in dieser Verordnung festgelegten Mechanismen gemeldet werden können. Diese Anforderung sollte die Bestimmungen über die Meldungen im Einklang mit der Verordnung (EU) 2022/2065 unberührt lassen.

- (58) Um für eine größere Transparenz politischer Werbung zu sorgen, müssen Informationen über die Reichweite politischer Werbung und über den Umgang von Einzelpersonen mit dieser Werbung gesammelt und in der einschlägigen Transparenzbekanntmachung dargestellt werden. Die Reichweite der Nachricht bezieht sich auf Daten, die es ermöglichen, die geografische Verteilung und die Zahl der Einzelpersonen zu quantifizieren, die die politische Werbung gesehen, empfangen oder anderweitig mit ihr interagiert haben, einschließlich der Anzahl der Ansichten, Aufrufe und Klicks. Die Interaktion mit der Mitteilung bezieht sich auf Daten, die es ermöglichen, die Interaktionen von Einzelpersonen mit politischer Online-Werbung zu quantifizieren, gemessen mit verschiedenen Mitteln, einschließlich der Dauer der Interaktion mit der politischen Anzeige. Einschlägige Standards für die Erstellung von Kennzeichnungen und Transparenzbekanntmachungen für politische Anzeigen sollten die Quantifizierung von Reichweite und Interaktion berücksichtigen.
- (59) Die Darstellung der Informationen in der Transparenzbekanntmachung 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 – maschinenlesbar sein müssen, sollte beinhalten, dass die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden, indem die geltenden Barrierefreiheitsanforderungen eingehalten werden, etwa über die Bereitstellung der Informationen über mehr als einen sensorischen Kanal, sofern dies technisch machbar ist. Um die neuesten Technologie- und Marktentwicklungen, die einschlägige wissenschaftliche Forschung und bewährte Verfahren berücksichtigen zu können und um sicherzustellen, dass die Transparenzbekanntmachungen an das verwendete Medium angepasst sind, sollten der Kommission Durchführungsbefugnisse zum Erlass von Durchführungsrechtsakten zur Festlegung ihres Formats und zur Festlegung technischer Spezifikationen übertragen werden.
- (60) Wenn politische Werbung elektronisch, auch über ein Online-Medium, 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. Wenn jedoch politische Werbung über ein Offline-Medium und die Transparenzbekanntmachung elektronisch zur Verfügung gestellt wird, sollte die Transparenzbekanntmachung auch in einem maschinenlesbaren Format vorliegen.
- (61) Informationen sollten als maschinenlesbar gelten, wenn sie in einem Format bereitgestellt werden, das von Softwareanwendungen ohne menschliches Eingreifen automatisch verarbeitet werden kann, insbesondere für die Zwecke der Identifizierung, Erkennung und Extraktion bestimmter Daten.
- (62) 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 erhalten bleiben oder zugänglich bleiben, falls eine politische Anzeige weiterverbreitet wird, indem sie 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 veröffentlicht werden und bis zum Ende der Veröffentlichung bestehen bleiben. Herausgeber politischer Werbung sollten ihre Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen für einen Zeitraum von sieben Jahren nach der letzten Veröffentlichung aufbewahren und sie auf Aufforderung zur Verfügung stellen.

- (63) Da die Herausgeber politischer Werbung politische Anzeigen der Öffentlichkeit zugänglich machen, sollten sie die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen 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 sich nach besten Kräften bemühen, die nach dieser Verordnung erforderlichen Informationen zu vervollständigen oder zu korrigieren. Wenn die Informationen nicht unverzüglich vervollständigt oder berichtigt werden können, sollten die Herausgeber politischer Werbung politische Anzeigen, die den Transparenzanforderungen dieser Verordnung nicht genügen, nicht der Öffentlichkeit zugänglich machen bzw. ihre Veröffentlichung oder Verbreitung einstellen. In solchen Fällen 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 Auftrag des Sponsors handelnden Diensteanbieter über jede diesbezügliche Entscheidung unterrichten.
- (64) Um die Veröffentlichung der nach dieser Verordnung erforderlichen Informationen über politische Online-Werbung und den wirksamen Zugang aller interessierten Einzelpersonen zu diesen Informationen sicherzustellen, ist es notwendig, dass die Kommission ein öffentliches Archiv für sämtliche politische Online-Anzeigen, das europäische Archiv für politische Online-Anzeigen, einrichtet und dessen Verwaltung sicherstellt, entweder direkt oder durch Übertragung dieser Aufgabe an eine Verwaltungsbehörde. Eine etwaige Übertragung an eine Verwaltungsbehörde sollte den erforderlichen regulatorischen Anpassungen unterliegen. Um den Zugang von Einzelpersonen zu Informationen zu erleichtern, auch um interessierten Akteuren, wie Forschern in ihrer spezifischen Funktion, die Arbeit zu erleichtern und freie und faire Wahlen, Referenden und faire Wahlkampagnen zu unterstützen, unter anderem durch die Überprüfung der Sponsoren politischer Anzeigen und die Analyse der Landschaft politischer Anzeigen, sollte dieses Archiv eine Funktion umfassen, die den Zugang zu politischer Online-Werbung zusammen mit den nach dieser Verordnung erforderlichen Informationen für einen bestimmten Zeitraum über ein zentrales Portal ermöglicht. Zur Unterstützung von Herausgebern politischer Werbung, die keine sehr großen Online-Plattformen oder sehr großen Online-Suchmaschinen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 sind, sollte dieses Archiv einen Hosting-Dienst umfassen, der die kostenlose Verfügbarkeit der politischen Online-Werbung und der mit ihr veröffentlichten Informationen sicherstellt. Diese Herausgeber politischer Werbung sollten die erforderlichen Informationen innerhalb einer bestimmten Frist zur Verfügung stellen. Die Herausgeber politischer Werbung und die jeweiligen Sponsoren sollten weiterhin für die politischen Anzeigen und andere Informationen, die über das europäische Archiv für politische Online-Anzeigen zur Verfügung gestellt werden, verantwortlich bleiben, auch für deren Vollständigkeit und Richtigkeit und für die Sicherstellung, dass sie auf dem neuesten Stand bleiben.

Um das wirksame Funktionieren des europäischen Archivs für politische Online-Anzeigen sicherzustellen, sollten der Kommission Durchführungsbefugnisse zum Erlass von Durchführungsrechtsakten übertragen werden, um die Einzelheiten der Modalitäten für den Betrieb dieses Archivs festzulegen. Diese Durchführungsrechtsakte sollten sich unter anderem auf eine gemeinsame Datenstruktur und eine gemeinsame Anwendungsprogrammierschnittstelle beziehen, damit die erforderlichen Informationen übermittelt und aus dem Archiv abgerufen werden können, auf Metadaten, damit die Indexierung politischer Anzeigen durch Online-Suchmaschinen und ihre Aufnahme in das Archiv erleichtert wird, und auf standardisierte Authentifizierungslösungen, damit Transparenzinformationen mit den politischen Anzeigen verknüpft werden können und Fassungen der Informationen authentifiziert werden können.

- (65) Bei der Erfüllung ihrer Verpflichtungen nach dieser Verordnung sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen die Grundrechte sowie sonstige Rechte und berechnete Interessen achten. Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten insbesondere die Meinungsfreiheit und die Informationsfreiheit, einschließlich der Freiheit und des Pluralismus der Medien, gebührend berücksichtigen.
- (66) Darüber hinaus sollten Herausgeber politischer Werbung, die sehr große Online-Plattformen oder sehr große Online-Suchmaschinen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 sind, sicherstellen, dass die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen für jede politische Anzeige in den in Artikel 39 der genannten Verordnung genannten Archiven für Anzeigen bereitgestellt werden und über das europäische Archiv für politische Online-Anzeigen zugänglich sind. Diese Informationen sollten ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung zur Verfügung gestellt und auf dem neuesten Stand gehalten und gemäß einem vereinbarten branchenüblichen Standard für die Zugänglichkeit, die Datenstruktur und den Zugang über eine gemeinsame öffentlich zugängliche Anwendungsprogrammierschnittstelle bereitgestellt werden.

- (67) 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 darstellt, kontrolliert, getrennt ist, sollten diese Anbieter zusammen als Herausgeber politischer Werbung mit Verantwortung für die von ihnen jeweils erbrachte Dienstleistung angesehen werden, damit gewährleistet ist, dass die Kennzeichnung erfolgt und die Transparenzbehaftung und die einschlägigen Informationen verfügbar sind. Ihre vertraglichen Vereinbarungen sollten die Einhaltung dieser Verordnung ermöglichen.
- (68) 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 Herausgeber politischer Werbung 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 die Zustellung politischer Werbung in dem betreffenden Zeitraum, aggregiert nach Kampagne und einschließlich etwaiger relevanter Informationen, die den Herausgebern politischer Werbung von anderen Stellen übermittelt wurden, umfassen. Damit keine unverhältnismäßigen Belastungen entstehen, sollten diese Transparenzberichterstattungspflichten nicht für Kleinunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gelten, die unter Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen.
- (69) 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. Organisationen der Zivilgesellschaft, Menschenrechts- und Beobachtungsorganisationen, Journalisten und andere interessierte Einrichtungen spielen in dieser Hinsicht eine entscheidende Rolle. Die Verfahren für die Meldung solcher Anzeigen sollten leicht zugänglich und benutzerfreundlich sein und an die Form der von dem Herausgeber politischer Werbung verbreiteten politischen 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 Sicherstellung von IT-Mindestsicherheitsstandards einführen, einschließlich Maßnahmen zur Vorbeugung automatisierter Meldungen. Die Herausgeber politischer Werbung sollten gegebenenfalls auf bestehende Verfahren zurückgreifen können. Wenn beispielsweise Herausgeber politischer Werbung hinsichtlich der politischen Anzeigen, die sie im Auftrag der Empfänger ihrer Dienstleistungen hosten, Anbieter von Online-Hosting-Diensten im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 sind, sollten sich die Herausgeber politischer Werbung für Meldungen, dass solche Anzeigen nicht der genannten Verordnung entsprechen, auf das Melde- und Abhilfeverfahren gemäß der genannten Verordnung stützen können. Stehen solche Verfahren nicht zur Verfügung, sollten Einzelpersonen die Möglichkeit haben, eine solche politische Anzeige direkt den zuständigen Behörden zu melden.
- (70) Im Interesse einer kohärenten Umsetzung der Mechanismen, die die Meldung potenziell nicht konformer politischer Werbung ermöglichen, sollte 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.
- (71) Die Herausgeber politischer Werbung sollten die gemäß dieser Verordnung eingegangenen Meldungen sorgfältig, nicht willkürlich und objektiv prüfen und bearbeiten, wie in dieser Verordnung festgelegt. 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, gegebenenfalls einschließlich derjenigen gemäß der Richtlinie (EU) 2020/1828 des Europäischen Parlaments und des Rates^(*), in Bezug auf die Anzeige, auf die sich die Meldung bezieht, bereitstellen. Um sicherzustellen, dass betroffene Sponsoren und Anbieter politischer Werbedienstleistungen sich der Auswirkungen von Meldungen bewusst sind, sollte der Herausgeber politischer Werbung auch die betreffenden Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen über alle einschlägigen Maßnahmen informieren, die sie

(*) Richtlinie (EU) 2020/1828 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2020 über Verbandsklagen zum Schutz der Kollektivinteressen der Verbraucher und zur Aufhebung der Richtlinie 2009/22/EG (Abl. L 409 vom 4.12.2020, S. 1).

im Anschluss an Meldungen ergreifen. 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 Kleinunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen im Sinne von Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, Meldungen, die sie über eine Anzeige im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten, innerhalb von 48 Stunden bearbeiten, sofern die Meldung auf der Grundlage der in der Meldung enthaltenen Informationen vollständig verarbeitet werden kann.

- (72) 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. Dabei sollte der Herausgeber politischer Werbung der Meinungs- und Informationsfreiheit sowie anderen Grundrechten gebührend Rechnung tragen.
- (73) 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 Transparenzberichterstattung 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 unklar oder unverhältnismäßig sind oder Informationen betreffen, die sich nicht in ihrem Besitz befinden. Darüber hinaus sollte es dem betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen erlaubt sein, im Falle erheblicher Kosten eine vertretbare Gebühr in Rechnung zu stellen, bei der die Verwaltungskosten für die Bereitstellung der Informationen berücksichtigt werden.
- (74) Personenbezogene Daten, die direkt von Einzelpersonen oder indirekt erhoben werden, wie etwa als beobachtete oder abgeleitete Daten, wenn Einzelpersonen nach ihren vermuteten Interessen gruppiert 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 den Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 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 oder Botschaft besonders empfänglich sind. Eine solche Verarbeitung personenbezogener Daten hat spezifische und nachteilige Auswirkungen auf die Grundrechte und Grundfreiheiten von Einzelpersonen, wie z. B. das Recht, fair und gleich behandelt zu werden, nicht manipuliert zu werden, objektive Informationen zu erhalten, sich eine Meinung zu bilden, politische Entscheidungen zu treffen und ihr Wahlrecht auszuüben. Darüber hinaus wirkt sie sich negativ auf den demokratischen Prozess aus, da sie zu einer Fragmentierung der öffentlichen Debatte über wichtige gesellschaftliche Themen, einem selektiven Kontakt mit der Gesellschaft und letztlich einer Manipulation der Wählerschaft führt. Sie erhöht auch das Risiko der Verbreitung von Informationsmanipulation und Einflussnahme aus dem Ausland. Irreführende politische Werbung oder als Schleichwerbung betriebene politische Werbung stellt ein Risiko dar, weil dadurch die zentralen Mechanismen beeinflusst werden, die das Funktionieren unserer demokratischen Gesellschaft ermöglichen. Es sollten zusätzliche Beschränkungen und Bedingungen vorgesehen werden, die mit denjenigen, die in den Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 festgelegt sind, vergleichbar sind. Die in dieser Verordnung festgelegten Anforderungen an den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, sollten auf Artikel 16 AEUV gestützt werden.
- (75) Im Einklang mit dem Unionsrecht sollten die Verantwortlichen im Sinne von Artikel 4 Nummer 7 der Verordnung (EU) 2016/679 sicherstellen, dass die Entscheidungsfindung im Einzelfall nicht von „Dark Patterns“ beeinflusst wird, die die eigenständige und fundierte Entscheidungsfindung der Einzelperson wesentlich verzerren oder beeinträchtigen, unabhängig davon, ob dies absichtlich oder tatsächlich erfolgt, einschließlich der Verwendung bereits angekreuzter Kästchen und anderer parteiischer und intransparenter Verfahren, die Einzelpersonen zu bestimmten Entscheidungen veranlassen, die sie andernfalls möglicherweise nicht getroffen hätten. Die systematische Verwendung von Dark Patterns, unklaren Einwilligungserklärungen, irreführenden Informationen und unzureichender Zeit zum Lesen der Geschäftsbedingungen sind gängige Praktiken, um es den Einzelpersonen zu erschweren, im Zusammenhang mit der Online-Werbebranche klare Informationen und Kontrolle zu erhalten. Vorschriften zur Verhinderung von Dark Patterns sollten nicht so verstanden werden, dass sie Verantwortliche daran hindern, direkt mit Einzelpersonen zu interagieren. Die Verantwortlichen sollten jedoch davon absehen,

Einzelperson wiederholt aufzufordern, eine Auswahl zu treffen, wenn eine solche Auswahl bereits getroffen worden ist, die Rücknahme der Einwilligung wesentlich umständlicher zu gestalten als deren Erteilung, bestimmte Auswahlmöglichkeiten schwieriger oder zeitaufwendiger zu machen als andere oder Standardeinstellungen zu verwenden, die sehr schwer zu ändern sind, und so die Entscheidung der Einzelperson auf eine Weise zu beeinflussen, die ihre Autonomie, Entscheidungsfindung und Auswahl verzerrt und beeinträchtigt. Das Verfahren zur Einholung der Entscheidungen von Einzelpersonen sollte 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.

- (76) Herausgeber politischer Werbung, die Anbieter oder Nutzer von Anzeigenschaltungsverfahren sind, sollten dazu angehalten werden, Lösungen anzubieten, die die Möglichkeit einer Diskriminierung bei der Zustellung politischer Anzeigen auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten minimieren.
- (77) Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, die ein Profiling unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 umfassen, sollten im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung untersagt werden. Für den Einsatz dieser Techniken im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung sollte es nicht möglich sein, sich auf die in Artikel 9 Absatz 2 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 2 der Verordnung (EU) 2018/1725 festgelegten Ausnahmen zu berufen. Der Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, bei denen es sich nicht um besondere Kategorien personenbezogener Daten handelt, im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung sollte nur zulässig sein, wenn sie auf personenbezogenen Daten beruht, die von den betroffenen Personen erhoben wurden, und mit deren ausdrücklicher Einwilligung, die gesondert für die Zwecke politischer Werbung erteilt wurde. Unter Berücksichtigung der Rolle politischer Parteien, Stiftungen, Vereinigungen oder anderer gemeinnütziger Einrichtungen in unserer Demokratie sollten solche Einschränkungen nicht deren Fähigkeit beeinträchtigen, mit ihren Mitgliedern und ehemaligen Mitgliedern zu kommunizieren und Informationen, wie z. B. Newsletter, im Zusammenhang mit ihren politischen Aktivitäten zu verbreiten, wenn diese ausschließlich auf Abonnementdaten und auf von ihnen bereitgestellten personenbezogenen Daten beruhen. Die Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 gelten für die Verarbeitung personenbezogener Daten, und die ausdrückliche Einwilligung sollte als Einwilligung im Sinne dieser Verordnungen verstanden werden. Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren können, wenn sie unter den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen eingesetzt werden, nützlich sein, um politische Werbung und Informationen zu verbreiten und die Bürgerinnen und Bürger zu erreichen und zu informieren.
- (78) Die für die Verarbeitung Verantwortlichen sollten personenbezogene Daten, die sie von Dritten erhalten, nicht für die Zwecke des Targetings oder der Anzeigenschaltung politischer Werbung verwenden. Um manipulatives Mikrotargeting zu verhindern, ist es von wesentlicher Bedeutung, dass Anbieter politischer Werbedienstleistungen spezifische Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass die personenbezogenen Daten, die zum Zweck des Targeting und der Zustellung politischer Werbung erhoben und verarbeitet werden, auf das für diesen Zweck erforderliche Maß beschränkt sind, indem beispielsweise die Verfügbarkeit von Optionen für das Targeting und die Zustellung politischer Werbung, die Dienstleistungsempfängern angeboten werden, auf diejenigen beschränkt werden, für die nur eine Kombination von bis zu fünf Kategorien erforderlich ist.
- (79) Die Anforderung, dass das Targeting oder die Zustellung politischer Werbung nicht auf Profiling unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten beruhen darf, umfasst auch das Profiling unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten, die aus personenbezogenen Daten abgeleitet werden, die selbst keine besonderen Kategorien personenbezogener Daten darstellen. Dies könnte beispielsweise der Fall sein, wenn ein Verantwortlicher personenbezogene Daten verwendet, die keinen besonderen Kategorien personenbezogener Daten zuzurechnen sind, um betroffene Personen als Personen mit bestimmten religiösen, weltanschaulichen oder politischen Überzeugungen einzustufen, und zwar unabhängig davon, ob diese Kategorisierung zutrifft. Es sollte unerheblich sein, wie die Kategorie bezeichnet wird, wenn bei der Verarbeitung personenbezogener Daten eine besondere Kategorie personenbezogener Daten zum Vorschein kommt. Wenn der Nutzer eines sozialen Online-Netzwerks eine bestimmte Seite besucht oder eine App oder eine(n) andere(n) Online-Funktion oder Online-Dienst

nutzt, die bzw. der mit einer oder mehreren der in Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 genannten Kategorien im Zusammenhang stehen, und stellt er bei der Registrierung, der Online-Bestellung oder der anderweitigen Interaktion mit dem sozialen Netzwerk personenbezogene Daten bereit, so sollte die Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Betreiber dieses sozialen Netzwerks als „Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten“ im Sinne des genannten Artikels betrachtet werden, die grundsätzlich verboten ist, wenn diese Datenverarbeitung es ermöglicht, Informationen, die unter eine dieser Kategorien fallen, zum Vorschein zu bringen, unabhängig davon, ob diese Informationen einen Nutzer dieses sozialen Netzwerks oder eine andere natürliche Person betreffen. Dies gilt unabhängig davon, ob die betroffene Person zum Zeitpunkt der Erhebung von der Absicht in Kenntnis gesetzt wurde, diese Daten zum Zwecke des Targeting oder der Zustellung politischer Anzeigen zu verwenden.

- (80) Die Einwilligung zur Verarbeitung personenbezogener Daten wird gemäß den Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 erteilt und widerrufen. Eine solche Einwilligung sollte durch eine eindeutige bestätigende Handlung oder Erklärung erfolgen, mit der die betroffene Person freiwillig, für den konkreten Fall, in Kenntnis der Sachlage und unmissverständlich ihr Einverständnis mit der Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke politischer Werbung erklärt. Darüber hinaus sollte die Einwilligung für die Zwecke dieser Verordnung ausdrücklich erfolgen und für Zwecke der politischen Werbung gesondert erteilt werden. Für die Zwecke dieser Verordnung, insbesondere wenn während der Bereitstellung eines Online-Dienstes die Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Targeting oder zur Zustellung politischer Anzeigen eingeholt wird, sollte die Einwilligung von den für die Verarbeitung Verantwortlichen eingeholt werden, indem sie der betroffenen Person eine benutzerfreundliche Lösung vorlegen, um die Einwilligung ausdrücklich, klar und einfach zu erteilen, zu ändern oder zu widerrufen. Die Verantwortlichen sollten Schnittstellen nicht in einer Weise gestalten, organisieren und betreiben, die die betroffene Person täuscht, manipuliert oder in ihrer Fähigkeit, ihre Einwilligung für den jeweiligen Zweck frei zu erteilen, anderweitig wesentlich verfälscht oder beeinträchtigt. Für die Zwecke dieser Verordnung kann die Verpflichtung zur Einholung der Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten nicht dadurch umgangen werden, dass nachgewiesen wird, dass die betreffenden personenbezogenen Daten von der betroffenen Person der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. Der Widerruf der Einwilligung zur Verarbeitung personenbezogener Daten zum Targeting oder zur Zustellung politischer Werbung sollte ebenso einfach sein wie die Erteilung der Einwilligung. Die Verweigerung der Einwilligung oder der Widerruf der Einwilligung sollte für die betroffene Person nicht schwieriger oder zeitaufwändiger sein als die Erteilung der Einwilligung. Elektronische Signale, die den Wunsch der Einzelperson erkennen lassen, keine politische Werbung zu erhalten, sollten respektiert werden.
- (81) In Anbetracht des Urteils des Gerichtshofs vom 4. Juli 2023 in der Rechtssache C-252/21 ⁽¹⁰⁾, Meta Platforms u. a. (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), sollte es den betroffenen Personen freistehen, im Zusammenhang mit politischer Werbung ihre Einwilligung zu bestimmten Datenverarbeitungsvorgängen zu verweigern, ohne ganz auf den Zugang zu einer Dienstleistung verzichten zu müssen. Nach Auffassung des Gerichtshofs sollte diesen Nutzern eine gleichwertige Alternative angeboten werden, die nicht mit solchen Datenverarbeitungsvorgängen einhergeht.
- (82) Sehr junge Menschen bilden eine besonders gefährdete Gruppe, da sie durch den missbräuchlichen Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren ausgenutzt werden können. Obwohl sie noch nicht stimmberechtigt sind, können diese Personen gezielt dazu veranlasst werden, die Debatte zu beeinflussen. Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, 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.
- (83) Um für eine Verbesserung der Transparenz und Rechenschaftspflicht zu sorgen, sollten die Verantwortlichen beim Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, zusätzliche Transparenzanforderungen umsetzen. Zu diesen Anforderungen sollten unter anderem die Annahme einer Politik gehören, in der der Einsatz solcher Verfahren und die wichtigsten Parameter beschrieben werden, die Führung von Aufzeichnungen über ihren Einsatz, die Durchführung einer jährlichen Bewertung der Risiken, die sich aus dem Einsatz dieser Verfahren in Bezug auf die Grundrechte und Grundfreiheiten ergeben, sowie die Bereitstellung zusätzlicher Informationen zusammen mit einem Hinweis darauf, dass es sich bei einer Anzeige um eine politische Anzeige handelt, damit die betroffene Einzelperson die zugrunde liegende Logik verstehen kann.

⁽¹⁰⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 4. Juli 2023, Meta Platforms u. a. (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) 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.
- (85) Anbieter politischer 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.
- (86) Um Einzelpersonen weiter in die Lage zu versetzen, ihre Datenschutzrechte auszuüben, sollten die Herausgeber politischer Werbung der jeweils betroffenen Person zusätzliche Informationen und wirksame Instrumente zur Verfügung stellen, um sie bei der Ausübung ihrer Rechte nach dem Rechtsrahmen der Union für den Datenschutz zu unterstützen, einschließlich des Rechts, ihre personenbezogenen Daten zu ändern oder ihre Einwilligung zu widerrufen, wenn sie mit einer politischen Anzeige angesprochen wird. Solche 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 angesprochen wird und dass Targeting auf der Grundlage besonderer Kriterien und durch einen oder mehrere bestimmte Verantwortliche erfolgt.
- (87) Die Informationen, die im Einklang mit allen Bestimmungen, die nach dieser Verordnung für den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren gelten, bereitzustellen sind, sollten in einem Format vorgelegt werden, das leicht zugänglich, deutlich sichtbar, benutzerfreundlich, auch durch Verwendung einfacher Sprache, und für Menschen mit Behinderungen zugänglich ist.
- (88) Es ist angezeigt, Vorschriften für die Übermittlung von Informationen über Targeting und die Zustellung von Werbung an andere Interessenten festzulegen. Die entsprechende Regelung sollte mit der Regelung für die Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit den Transparenzanforderungen vereinbar sein.
- (89) Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Sitz in einem Drittland, die in der Union Dienstleistungen anbieten, sollten einen bevollmächtigten Vertreter in der Union benennen, der bei der von jedem Mitgliedstaat benannten zuständigen Behörde registriert ist, um in Bezug auf diese Anbieter eine wirksame Aufsicht nach dieser Verordnung zu ermöglichen. Der bevollmächtigte Vertreter könnte der auf der Grundlage des Artikels 27 der Verordnung (EU) 2016/679 benannte Vertreter oder der auf der Grundlage des Artikels 13 der Verordnung (EU) 2022/2065 benannte Vertreter sein. Die Mitgliedstaaten sollten ein öffentlich zugängliches Register aller Vertreter führen, die gemäß der vorliegenden Verordnung in ihrem Hoheitsgebiet registriert sind, und die Kommission sollte ein öffentlich zugängliches Portal einrichten und unterhalten, das mit den von den Mitgliedstaaten bereitgestellten Websites verknüpft ist. Angesichts der Bedeutung dieser Anforderung für die wirksame Durchsetzung dieser Verordnung in Bezug auf Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Sitz in einem Drittland sowie für die Aufrechterhaltung gleicher Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter politischer Werbedienstleistungen im Binnenmarkt sollten die Mitgliedstaaten in Ermangelung eines benannten bevollmächtigten Vertreters alle geeigneten Maßnahmen ergreifen, um die Einhaltung dieser Verordnung sicherzustellen, auch indem sie die Veröffentlichung oder Verbreitung der einschlägigen politischen Anzeigen einstellen, wenn die Einhaltung der Vorschriften auf andere Weise nicht sichergestellt werden kann.
- (90) Zum Zweck der wirksamen Überwachung dieser Verordnung ist es erforderlich, den Aufsichtsbehörden die Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften zu übertragen, wobei sicherzustellen ist, dass sie über die erforderlichen Mittel verfügen, um ihre Aufgaben im Rahmen dieser Verordnung wahrzunehmen. Je nach Rechtssystem des einzelnen Mitgliedstaats und im Einklang mit dem bestehenden Unionsrecht, einschließlich der Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2022/2065, können hierfür verschiedene nationale Justiz- oder Verwaltungsbehörden benannt werden.

- (91) Für die Aufsicht über Online-Vermittlungsdienste nach dieser Verordnung sollten die Mitgliedstaaten zu diesem Zweck zuständige Behörden benennen und sicherstellen, dass diese Aufsicht mit der Aufsicht durch die nach Artikel 49 der Verordnung (EU) 2022/2065 benannten zuständigen Behörden vereinbar ist. In jedem Fall sollten die nach der genannten Verordnung in jedem Mitgliedstaat benannten Koordinatoren für digitale Dienste 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 genannten Verordnung festgelegten Verfahren aufzunehmen. Bei der Anwendung dieser Verordnung sollte dieses Verfahren auf die nationale Zusammenarbeit zwischen Koordinatoren für digitale Dienste beschränkt werden und nicht die in der Verordnung (EU) 2022/2065 vorgesehene Befassung der Unionsebene umfassen. Soweit die Kommission die ausschließliche Zuständigkeit für die Aufsicht und Durchsetzung der Einhaltung der Verpflichtungen sehr großer Online-Plattformen und sehr großer Online-Suchmaschinen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 hat, sollte die Kommission die Einhaltung der Verpflichtungen dieser Akteure in Bezug auf das europäische Archiv für politische Online-Anzeigen bewerten.
- (92) Für die Aufsicht in Bezug auf die Aspekte dieser Verordnung, die nicht in die Zuständigkeit der Aufsichtsbehörden nach den Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 fallen, sollten die Mitgliedstaaten zuständige Behörden zur Aufsicht und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften 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, insbesondere ihrer Kennzeichnungs- und Transparenzanforderungen, sicherzustellen. Die Mitgliedstaaten können insbesondere die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen nach Artikel 30 der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽¹⁾ benennen; sie könnten aber auch andere Behörden wie Wahl- oder Justizbehörden benennen.
- (93) Um die Aufsichtsbehörden bei ihrer Wahrnehmung ihrer Aufgaben zu unterstützen, sollte die Kommission den Europäischen Datenschutzausschuss ersuchen, Leitlinien für die in Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 genannten Aufsichtsbehörden im Hinblick auf die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten zum Targeting oder zur Zustellung politischer Anzeigen herauszugeben, einschließlich der Bedingungen für die Einholung der Einwilligung zum Targeting politischer Anzeigen oder der Zustellung politischer Anzeigen und zur Zusammenarbeit zwischen diesen Behörden und anderen Behörden, die für die Anwendung und Durchsetzung der in dieser Verordnung festgelegten Anforderungen zuständig sind.
- (94) Die unabhängigen Aufsichtsbehörden gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 sollten dabei unterstützt werden, ihre Befugnisse im Rahmen der genannten Verordnung in vollem Umfang zu nutzen, um den Schutz der personenbezogenen Daten im Rahmen dieser Verordnung zu überwachen, auch im Rahmen des Verfahrens der Zusammenarbeit, des Kohärenzverfahrens und insbesondere des Dringlichkeitsverfahrens. Dem Zeitraum vor Wahlen oder Referenden kommt in Bezug auf politische Kampagnen und die Beeinflussung der Bürgerinnen und Bürger bei der politischen Meinungsbildung und der Ausübung ihres Wahlrechts besondere Bedeutung zu. Außerdem sind in dieser Zeit Verstöße gegen geltende Vorschriften besonders heikel, da Abhilfemaßnahmen in der Regel vor dem Wahltermin getroffen werden müssen, um wirksam zu sein. Deshalb können Verstöße gegen die Vorschriften, die für die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Targeting politischer Werbung in diesem Zeitraum gelten, besonders schwerwiegende negative Auswirkungen auf die Rechte der Bürgerinnen und Bürger haben, einschließlich ihrer Freiheit, sich ohne unzulässige Einmischung eine Meinung zu bilden, und ihrer Informationsfreiheit. Um dafür zu sorgen, dass in der kritischen Zeit vor der Stimmabgabe im Rahmen einer Wahl unverzüglich Maßnahmen zum Schutz der Rechte und Freiheiten von Einzelpersonen ergriffen werden, sollten die Datenschutzbehörden sicherstellen, dass sie in der Lage sind, unverzüglich zu handeln, um die Rechte der betroffenen Personen durchzusetzen. Zu diesem Zweck sollten die Datenschutzbehörden die in der Verordnung (EU) 2016/679 vorgesehenen Instrumente nutzen, um zusammenzuarbeiten und sich gegenseitig zu unterstützen, gegebenenfalls einschließlich des in Artikel 66 der genannten Verordnung festgelegten Dringlichkeitsverfahrens.

⁽¹⁾ 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).

- (95) Die für die Anwendung dieser Verordnung zuständigen Behörden dürfen zwar nicht von den Entscheidungen abweichen, die die für die Anwendung der Verordnung (EU) 2016/679 zuständigen Aufsichtsbehörden gemäß Artikel 51 der genannten Verordnung treffen, doch müssen diese zuständigen Behörden möglicherweise prüfen, ob politische Werbung für die Zwecke der vorliegenden Verordnung mit der genannten Verordnung im Einklang steht. Nach Artikel 4 Absatz 3 EUV müssen diese zuständigen Behörden und diese Aufsichtsbehörden loyal zusammenarbeiten und ihre jeweiligen Befugnisse und Zuständigkeiten achten, um die einheitliche Anwendung beider Verordnungen sicherzustellen.
- (96) 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) 2022/2065 oder die in der Verordnung (EU) 2016/679 festgelegten Vorschriften, sollten diese Vorschriften für die einschlägigen Bestimmungen der vorliegenden Verordnung entsprechend gelten.
- (97) Um die wirksame Anwendung, Überwachung und Durchsetzung der Bestimmungen der vorliegenden Verordnung zu unterstützen, muss unbeschadet der Verordnungen (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 und (EU) 2022/2065 festgelegt werden, welche zuständige Behörde dann zuständig sein sollte, wenn politische Werbedienstleistungen in mehr als einem Mitgliedstaat erbracht werden oder wenn der Anbieter politischer Werbedienstleistungen seine Haupttätigkeiten außerhalb des Mitgliedstaats ausübt, in dem sich seine Hauptniederlassung oder sein benannter bevollmächtigter 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 Anbieter politischer Werbedienstleistungen seine Hauptniederlassung hat, sollten die zuständigen Behörden berücksichtigen, wo der betreffende Anbieter seinen Hauptsitz oder eingetragenen Sitz hat, an dem die hauptsächlichen Finanzfunktionen und die betriebliche Kontrolle ausgeübt werden.
- (98) Bei der Ausübung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsbefugnisse sollten die zuständigen Behörden aller Mitgliedstaaten zusammenarbeiten und einander bei Bedarf unterstützen. Betrifft ein mutmaßlicher 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 Untersuchungs- und Durchsetzungsmaßnahmen ergreifen sollte(n).
- (99) Zur weiteren Erleichterung der wirksamen Anwendung und Durchsetzung dieser Verordnung im Fall der Erbringung grenzüberschreitender Dienstleistungen sollte in den Fällen, in denen die Untersuchung eines mutmaßlichen Verstoßes gegen die vorliegende Verordnung 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 können.
- (100) Die für die Aufsicht in Bezug auf diese Verordnung zuständigen Behörden sollten sowohl auf Unionsebene als auch auf nationaler Ebene zusammenarbeiten und dabei die bestehenden Strukturen bestmöglich nutzen, unter anderem nationale Kooperationsnetze, das in der Empfehlung der Europäischen Kommission vom 12. September 2018 zu Wahlkooperationsnetzen, zu Online-Transparenz, zum Schutz vor Cybersicherheitsvorfällen und zur Bekämpfung von Desinformationskampagnen im Zusammenhang mit Wahlen zum Europäischen Parlament genannte Europäische Kooperationsnetz für Wahlen, das gemäß der Verordnung (EU) 2022/2065 eingerichtete Europäische Gremium für digitale Dienste und die gemäß der Richtlinie 2010/13/EU eingesetzte Gruppe Europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste, soweit angemessen. Diese Zusammenarbeit sollte den schnellen, sicheren 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.

- (101) Zu dem Zweck, eine wirksame und strukturierte Zusammenarbeit aller zuständigen Behörden in Bezug auf alle Aspekte dieser Verordnung sicherzustellen, sollten die von den Mitgliedstaaten benannten nationalen Kontaktstellen in regelmäßigen Abständen auf Unionsebene im Rahmen des Netzes der nationalen Kontaktstellen zusammentreten. Um die Zusammenarbeit und den Austausch von Informationen und Verfahren auf Unionsebene zu stärken, sollte dieses Netz eng mit dem Europäischen Kooperationsnetz für Wahlen, der Gruppe Europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste und anderen einschlägigen Netzen oder Einrichtungen zusammenarbeiten.
- (102) Um die wirksame Anwendung der in dieser 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 für solche Ersuchen festgelegt werden. Vor allem im Interesse der zeitnahen Aufsicht über einen Wahlprozess sollten die Anbieter politischer Werbedienstleistungen die Ersuchen der zuständigen Behörden schnell und innerhalb einer festgelegten Frist beantworten. Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum sollte davon ausgegangen werden, dass sich ein Verstoß gegen diese Verpflichtungen nachteilig und erheblich auf die Rechte der Einzelpersonen auswirkt, weshalb Anbieter politischer Werbedienstleistungen die angeforderten Informationen innerhalb einer kürzeren festgelegten Frist bereitstellen sollten. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die als Kleinunternehmen oder kleine Unternehmen gemäß Artikel 3 Absätze 1 und 2 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, sollten zumutbare 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.

Eine solche Begründung kann entbehrlich sein, wenn die Offenlegung der Gründe für das Auskunftersuchen die Verhütung, Aufdeckung, Untersuchung und Verfolgung von Straftaten oder schweren Ordnungswidrigkeiten eindeutig gefährden würde. Die Schwere einer Ordnungswidrigkeit, die eine solche Ausnahme rechtfertigt, sollte nicht nur unter Berücksichtigung der Höhe der Geldbuße oder Sanktion, die gemäß dieser Verordnung verhängt werden kann, bestimmt werden, sondern auch unter Berücksichtigung der negativen Auswirkungen, die sie auf eine Wahl oder ein Referendum oder ein Gesetzgebungs- oder Regulierungsverfahren haben könnte. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten Kontaktstellen für die Interaktion mit den zuständigen Behörden benennen. Dies könnten elektronische Kontaktstellen sein. Nach ständiger Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union stellt der Schutz natürlicher und juristischer Personen vor willkürlichen oder unverhältnismäßigen Eingriffen von Behörden in die Sphäre ihrer privaten Tätigkeiten einen allgemeinen Grundsatz des Unionsrechts dar. Dieser Schutz kann von einer Person als durch das Unionsrecht garantiertes Recht im Sinne von Artikel 47 Absatz 1 der Charta geltend gemacht werden, um vor Gericht eine sie beschwerende Maßnahme wie eine Anordnung zur Auskunftserteilung oder eine wegen Nichtbefolgung dieser Anordnung verhängte Sanktion anzufechten.

- (103) Die Mitgliedstaaten sollten für die Zwecke dieser Verordnung eine zuständige Behörde als nationale Kontaktstelle auf Unionsebene benennen. Die Kontaktstelle sollte nach Möglichkeit Mitglied des Europäischen Kooperationsnetzes für Wahlen sein. Die nationale Kontaktstelle sollte die Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten bei ihren Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben erleichtern, insbesondere durch Vermittlung gegenüber den nationalen Kontaktstellen in anderen Mitgliedstaaten und gegenüber den zuständigen Behörden im eigenen Mitgliedstaat.
- (104) Die Behörden der Mitgliedstaaten sollten sicherstellen, dass Verletzungen der in dieser Verordnung festgelegten Pflichten durch Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Geldbußen oder finanziellen Sanktionen oder gegebenenfalls anderen Maßnahmen, einschließlich Zwangsgeldern, 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 Größe und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Verletzers berücksichtigen. Ferner sollten die Behörden der Mitgliedstaaten berücksichtigen, ob der betreffende Sponsor oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen diese Pflichten systematisch oder wiederholt verletzt, auch indem er die Bereitstellung von Informationen für Interessenten

verzögert, sowie gegebenenfalls, ob der Anbieter politischer Werbedienstleistungen in mehreren Mitgliedstaaten tätig ist. Sanktionen sollten in jedem Einzelfall wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein, unter gebührender Berücksichtigung ausreichender und zugänglicher Verfahrensgarantien verhängt werden und insbesondere ist sicherzustellen, dass die politische Debatte offen und zugänglich bleibt. Bestimmte Verpflichtungen spielen für die wirksame Verfolgung der Ziele dieser Verordnung eine entscheidende Rolle, und Verstöße gegen diese Verpflichtungen sollten als besonders schwerwiegend angesehen werden.

- (105) Einzelpersonen oder Einrichtungen sollten die Möglichkeit haben, bei den zuständigen Behörden Beschwerden einzulegen, um sie über Umstände zu unterrichten, die einen Verstoß gegen diese Verordnung darstellen könnten. Es sei daran erinnert, dass in diesem Zusammenhang auch andere im Unionsrecht vorgesehene Verwaltungsverfahren anwendbar sein könnten. So haben betroffene Personen beispielsweise das Recht, bei den gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 benannten Aufsichtsbehörden Beschwerde wegen Verstößen im Zusammenhang mit der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten einzulegen. Darüber hinaus ist es Einzelpersonen oder Einrichtungen möglich, bei den gemäß der Verordnung (EU) 2022/2065 benannten Koordinatoren für digitale Dienste Beschwerde gegen Anbieter von Vermittlungsdiensten wegen mutmaßlicher Verstöße gegen die genannte Verordnung einzulegen. Unbeschadet dieser Verfahren oder anderer verfügbarer Verwaltungsverfahren oder gerichtlicher Rechtsbehelfe sollten die zuständigen Behörden solchen Beschwerden nachgehen, unter anderem indem sie den Beschwerdeführer über die Folgemaßnahmen unterrichten. Wird einer zuständigen Behörde eine Beschwerde gemeldet, die in die Zuständigkeit einer zuständigen Behörde in einem anderen Mitgliedstaat fällt, so sollte sie die Beschwerde unverzüglich an diese zuständige Behörde weiterleiten.
- (106) 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.
- (107) Um ihnen die Einhaltung dieser Verordnung zu unterstützen, sollten Diensteanbietern und anderen Interessenten zeitnah leicht zugängliche Informationen über die Termine für Wahlen und Referenden zur Verfügung gestellt werden. Die Mitgliedstaaten sollten daher die Termine ihrer Wahlen und Referenden sowie gegebenenfalls die Termine ihrer Wahlzeiträume 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 der Bekanntgabe dieser Termine auch der Öffentlichkeit zugänglich machen.
- (108) Um die zuständigen nationalen Behörden bei der wirksamen Durchführung dieser Verordnung zu unterstützen, wird der Kommission nahegelegt, erforderlichenfalls Leitlinien für die Identifizierung politischer Werbung und die Anwendung von Sanktionen auszuarbeiten.
- (109) 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, um die in die Transparenzbekanntmachung aufzunehmenden Informationen sowie die Informationen über den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren zu regeln. Es ist von besonderer Bedeutung, dass die Kommission im Zuge ihrer Vorbereitungsarbeit angemessene Konsultationen, auch auf der Ebene von Sachverständigen, durchführt, die mit den Grundsätzen in Einklang stehen, die in der Interinstitutionellen Vereinbarung vom 13. April 2016⁽¹²⁾ über bessere Rechtsetzung festgelegt 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.
- (110) Zur Sicherstellung einheitlicher Bedingungen für die Durchführung der vorliegenden Verordnung sollten der Kommission, wie in dieser festgelegt, Durchführungsbefugnisse übertragen werden. Diese Befugnisse sollten im Einklang mit der Verordnung (EU) Nr. 182/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates⁽¹³⁾ ausgeübt werden.

⁽¹²⁾ ABl. L 123 vom 12.5.2016, S. 1.

⁽¹³⁾ Verordnung (EU) Nr. 182/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 2011 zur Festlegung der allgemeinen Regeln und Grundsätze, nach denen die Mitgliedstaaten die Wahrnehmung der Durchführungsbefugnisse durch die Kommission kontrollieren (ABl. L 55 vom 28.2.2011, S. 13).

- (111) 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 berücksichtigen.
- (112) Da die Ziele dieser Verordnung, nämlich zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen und Vorschriften für den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren im Rahmen der Veröffentlichung und Verbreitung politischer Werbung festzulegen, von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können und daher auf Unionsebene besser zu verwirklichen sind, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip diese Maßnahmen erlassen. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Verordnung nicht über das für die Verwirklichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.
- (113) Diese Verordnung gilt unbeschadet der Vorschriften der Richtlinien 2000/31/EG⁽¹⁴⁾, 2002/58/EG⁽¹⁵⁾, 2005/29/EG⁽¹⁶⁾, 2006/114/EG⁽¹⁷⁾, 2006/123/EG⁽¹⁸⁾, 2010/13/EU und 2011/83/EU⁽¹⁹⁾ und der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates⁽²⁰⁾ sowie der Verordnung (EU) 2022/2065, einschließlich der in den Artikeln 4, 5, 6 und 8 der letztgenannten Verordnung festgelegten Vorschriften über die Verantwortlichkeit der Anbieter von Vermittlungsdiensten. Diese Verordnung sollte den Besitzstand der Union im Bereich des Datenschutzes, insbesondere die Verordnungen (EU) 2016/679 und (EU) 2018/1725 sowie die Richtlinie 2002/58/EG, ergänzen.
- (114) Der Europäische Datenschutzbeauftragte wurde nach Artikel 42 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 konsultiert und hat am 20. Januar 2022 eine Stellungnahme⁽²¹⁾ abgegeben —

HABEN FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

KAPITEL I

ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Artikel 1

Gegenstand und Ziele

- (1) Mit dieser Verordnung werden festgelegt:

⁽¹⁴⁾ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1).

⁽¹⁵⁾ Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation) (ABl. L 201 vom 31.7.2002, S. 37).

⁽¹⁶⁾ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22).

⁽¹⁷⁾ Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 21).

⁽¹⁸⁾ Richtlinie 2006/123/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt (ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 36).

⁽¹⁹⁾ Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64).

⁽²⁰⁾ Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (ABl. L 186 vom 11.7.2019, S. 57).

⁽²¹⁾ ABl. C 145 vom 1.4.2022, S. 12.

- a) harmonisierte Vorschriften, einschließlich Transparenz- und entsprechenden Sorgfaltspflichten, für die Erbringung politischer Werbung und damit verbundener Dienstleistungen sowie gegebenenfalls für Sponsoren über die Erhebung, Speicherung, Offenlegung und Veröffentlichung von Informationen, die mit der Erbringung solcher Dienstleistungen im Binnenmarkt in Zusammenhang stehen;
- b) harmonisierte Vorschriften für den Einsatz von Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, die die Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit der Erbringung politischer Online-Werbung umfassen;
- c) Vorschriften über die Überwachung und Durchsetzung dieser Verordnung einschließlich der Zusammenarbeit und Koordinierung der zuständigen Behörden.

(2) Politische Meinungen und andere redaktionelle Inhalte, die redaktioneller Verantwortung unterliegen, gelten ungeachtet des Mediums, in dem sie geäußert werden, nur dann als politische Werbung, wenn für ihre Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung oder im Zusammenhang damit eine konkrete Zahlung oder sonstige Vergütung durch Dritte geleistet wird.

(3) Politische Meinungen, die als Privatperson geäußert werden, gelten nicht als politische Werbung.

(4) Diese Verordnung hat das Ziel,

- a) zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen;
- b) die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerten Grundrechte und Grundfreiheiten zu schützen, insbesondere das Recht auf Privatsphäre und auf Schutz personenbezogener Daten.

Artikel 2

Anwendungsbereich

(1) Diese Verordnung gilt für politische Werbung, wenn die politische Anzeige in der Union verbreitet wird, in einem oder mehreren Mitgliedstaaten veröffentlicht wird oder sich an Unionsbürger richtet, unabhängig vom Ort der Niederlassung des Anbieters politischer Werbedienstleistungen oder des Wohnsitzes oder der Niederlassung des Sponsors und unabhängig von den verwendeten Mitteln.

(2) Diese Verordnung berührt nicht den Inhalt politischer Anzeigen und lässt die Vorschriften der Union oder der Mitgliedstaaten unberührt, die andere als die von dieser Verordnung erfassten Aspekte der politischen Werbung regeln, einschließlich der Vorschriften über die Organisation, die Finanzierung und die Durchführung politischer Kampagnen, der Vorschriften über allgemeine Verbote oder Beschränkungen der politischen Werbung während bestimmter Zeiträume und, falls anwendbar, der Vorschriften zum Wahlzeiträumen.

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

- a) Richtlinie 2000/31/EG;
- b) Richtlinie 2002/58/EG;
- c) Richtlinie 2005/29/EG;
- d) Richtlinie 2006/114/EG;
- e) Richtlinie 2006/123/EG;
- f) Richtlinie 2010/13/EU;
- g) Richtlinie 2011/83/EU;
- h) Verordnung (EU) 2019/1150;
- i) Verordnung (EU) 2022/2065.

Artikel 3

Begriffsbestimmungen

Für die Zwecke dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck

1. „Dienstleistung“ bzw. „Dienst“ 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, Zustellung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt,

- 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;

und die Folgendes nicht einschließt:

- i) Mitteilungen aus amtlichen Quellen der Mitgliedstaaten oder der Union, die sich ausschließlich auf die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden, einschließlich der Bekanntgabe von Kandidaturen oder Referendumsvorlagen, oder die Förderung der Teilnahme an Wahlen oder Referenden beziehen;
 - ii) öffentliche Kommunikation, mit der die Öffentlichkeit durch, für oder im Namen einer Behörde eines Mitgliedstaates oder durch die, für die oder im Namen der Union, einschließlich durch, für oder im Namen von Mitgliedern der Regierung eines Mitgliedstaates, offiziell informiert werden soll, sofern sie nicht geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, das Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen; sowie
 - iii) die Vorstellung von Kandidaten in bestimmten öffentlichen Räumen oder in den Medien, die gesetzlich ausdrücklich vorgesehen ist und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung der Kandidaten erfolgt;
3. „politische Anzeige“ einen Fall politischer Werbung, die mithilfe eines beliebigen Mittels veröffentlicht, zugestellt 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 direkt oder indirekt mit dem Tätigkeitsbereich 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 einen Kandidaten für eine Führungsposition einer politischen Partei oder Inhaber einer solchen;
 - e) ein Mitglied von Unionsorganen, mit Ausnahme des Gerichtshofs der Europäischen Union, der Europäischen Zentralbank und des Rechnungshofs, oder einer Regierung eines Mitgliedstaats auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene;
 - f) eine Organisation für politische Kampagnen mit oder ohne Rechtspersönlichkeit, die ausschließlich zu dem Zweck gegründet wurde, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums zu beeinflussen;
 - g) jede natürliche oder juristische Person, die eine der unter den Buchstaben a bis f 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 3 Buchstabe g der Verordnung (EU) 2022/2065, der ohne Gegenleistung für die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der betreffenden Botschaft erbracht wird;
6. „Anbieter politischer Werbedienstleistungen“ eine natürliche oder juristische Person, die politische Werbedienstleistungen erbringt, mit Ausnahme reiner Nebendienstleistungen;
7. „politische Werbekampagne“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener politischer Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage gemeinsamer Ausarbeitung, gemeinsamer Sponsorentätigkeit oder gemeinsamer Finanzierung;
8. „sehr große Online-Plattform“ eine Online-Plattform, die gemäß Artikel 33 Absatz 4 der Verordnung (EU) 2022/2065 als sehr große Online-Plattform benannt wurde;
9. „sehr große Online-Suchmaschine“ eine Online-Suchmaschine, die gemäß Artikel 33 Absatz 4 der Verordnung (EU) 2022/2065 als sehr große Online-Suchmaschine benannt wurde;
10. „Sponsor“ die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag oder Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird;
11. „Targetingverfahren“ Verfahren, die eingesetzt werden, um, auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten, eine politische Anzeige nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten oder diese auszuschließen;
12. „Anzeigenschaltungsverfahren“ Optimierungsverfahren, die eingesetzt werden, um die Verbreitung, die Reichweite oder die Sichtbarkeit einer politischen Anzeige auf der Grundlage der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten zu erhöhen, und die es ermöglichen, die politische Anzeige nur einer bestimmten Person oder Personengruppe zuzustellen;
13. „Herausgeber politischer Werbung“ einen Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der politische Werbung über ein beliebiges Medium veröffentlicht, zustellt oder verbreitet;
14. „Verantwortlicher“ einen „Verantwortlichen“ im Sinne des Artikels 4 Nummer 7 der Verordnung (EU) 2016/679 oder gegebenenfalls des Artikels 3 Nummer 8 der Verordnung (EU) 2018/1725.

Artikel 4

Binnenmarktgrundsatz

- (1) Die Mitgliedstaaten dürfen nicht aus Gründen der Transparenz von 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, auch nicht in geografischer Hinsicht, wenn den Anforderungen dieser Verordnung genügt worden ist.

Artikel 5

Erbringung politischer Werbedienstleistungen in der Union

- (1) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen dürfen die Erbringung ihrer Dienstleistungen keinen diskriminierenden Beschränkungen unterwerfen, die allein auf dem Wohnsitz oder der Niederlassung des Sponsors beruhen.

Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen dürfen die Erbringung ihrer Dienstleistungen nicht allein aufgrund des Ortes ihrer Niederlassung auf eine europäische politische Partei im Sinne von Artikel 2 Nummer 3 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014 oder eine Fraktion im Europäischen Parlament beschränken.

(2) Unbeschadet strengerer einzelstaatlicher Vorschriften dürfen in den letzten drei Monaten vor einer Wahl oder einem Referendum auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene in einem Mitgliedstaat politische Werbedienstleistungen im Zusammenhang mit dieser Wahl bzw. diesem Referendum nur für einen Sponsor oder einen im Namen eines Sponsors handelnden Dienstleister erbracht werden, der erklärt, Folgendes zu sein:

- a) ein Unionsbürger oder
- b) ein Drittstaatsangehöriger, der seinen ständigen Wohnsitz in der Union hat und gemäß dem nationalen Recht des Wohnsitzmitgliedstaats das aktive Wahlrecht bei dieser Wahl oder diesem Referendum besitzt oder
- c) eine in der Union niedergelassene juristische Person, die letztlich nicht im Eigentum oder unter der Kontrolle eines Drittstaatsangehörigen, mit Ausnahme der unter Buchstabe b genannten Drittstaatsangehörigen, oder einer in einem Drittland niedergelassenen juristischen Person steht.

KAPITEL II

TRANSPARENZ- UND SORGFALTPFLICHTEN FÜR POLITISCHE WERBEDIENSTLEISTUNGEN

Artikel 6

Transparenz- und Sorgfaltspflichten für politische Werbedienstleistungen

(1) Politische Werbedienstleistungen werden in transparenter Weise im Einklang mit den in diesem Artikel, in den Artikeln 7 und 17 und im Artikel 21 festgelegten Pflichten erbracht.

(2) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass die vertraglichen Vereinbarungen über die Erbringung einer politischen Werbedienstleistung die Einhaltung der einschlägigen Bestimmungen dieser Verordnung ermöglichen, darunter der Bestimmungen über die Aufteilung der Zuständigkeiten und der Bestimmungen über die Vollständigkeit und Richtigkeit von Informationen.

Artikel 7

Identifizierung politischer Werbedienstleistungen

(1) Die Anbieter von Werbedienstleistungen verlangen von Sponsoren und Anbietern von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, dass sie eine Erklärung dazu abgeben, ob es sich bei der Werbedienstleistung, mit der sie den Anbieter von Werbedienstleistungen beauftragt haben, um eine politische Werbedienstleistung im Sinne des Artikels 3 Nummer 5 handelt, und ob sie die Anforderungen nach Artikel 5 Absatz 2 erfüllen. Die Sponsoren und Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, müssen entsprechende Erklärungen wahrheitsgemäß abgeben und haften für deren Richtigkeit.

(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 in Absatz 1 des vorliegenden Artikels genannte Erklärung abzugeben und die einschlägigen Informationen vorzulegen, die für die Einhaltung des Artikels 9 Absatz 1, des Artikels 11 Absatz 1 und des Artikels 12 Absatz 1 erforderlich sind. Diese Informationen sind vollständig, genau und unverzüglich zu übermitteln.

(3) Die Sponsoren stellen die Informationen zur Verfügung, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen benötigen, um Artikel 9 Absatz 1 Buchstaben a, d, e und f, Artikel 11 Absatz 1 Buchstaben a bis d sowie Artikel 12 Absatz 1 Buchstaben a, b, c, e, h und k, vor oder während des Zeitraums der Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der politischen Anzeige nachzukommen, und gewährleisten deren Richtigkeit.

Stellt ein Sponsor oder ein im Namen eines Sponsors handelnder Anbieter von Werbedienstleistungen fest, dass sich die von ihm übermittelten Informationen geändert haben, so stellt er sicher, dass aktualisierte Informationen dem betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen zeitnah, vollständig und genau übermittelt werden.

Stellt ein Sponsor oder ein im Namen eines Sponsors handelnder Anbieter von Werbedienstleistungen fest, dass die an den Herausgeber politischer Werbung übermittelten oder von diesem veröffentlichten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so nimmt er unverzüglich mit dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung Kontakt auf und übermittelt diesem die vervollständigten oder berichtigten Informationen.

(4) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen verlangen von Sponsoren oder von im Namen von Sponsoren handelnden Anbietern von Werbedienstleistungen, die eine Erklärung oder Informationen gemäß diesem Artikel abgeben bzw. übermitteln, bei denen offensichtlich Fehler vorliegen, dass sie ihre Erklärung bzw. die Informationen berichtigen. Die Sponsoren oder Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, nehmen eine solche Berichtigung, die vollständig und genau sein muss, unverzüglich vor.

(5) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die eine Online-Schnittstelle nutzen, stellen sicher, dass diese Online-Schnittstelle so gestaltet und strukturiert ist, dass sie Sponsoren und Anbietern von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, die Einhaltung ihrer in Absatz 1 dieses Artikels und in Artikel 9 Absatz 1 genannten Pflichten erleichtert.

Artikel 8

Identifizierung einer politischen Anzeige

(1) Bei der Feststellung, ob eine Botschaft politische Werbung im Sinne von Artikel 3 Nummer 2 Buchstabe b darstellt, sollten alle ihre Merkmale berücksichtigt werden, darunter:

- a) der Inhalt der Botschaft,
- b) der Sponsor der Botschaft,
- c) die zur Vermittlung der Botschaft verwendete Sprache,
- d) der Kontext, in dem die Botschaft vermittelt wird, einschließlich des Verbreitungszeitraums,
- e) die Mittel, mit denen die Botschaft ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird,
- f) die Zielgruppe,
- g) das Ziel der Botschaft.

(2) Die Kommission erarbeitet einheitliche Leitlinien, um zur ordnungsgemäßen Anwendung dieses Artikels beizutragen.

Artikel 9

Führung von Aufzeichnungen

(1) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen bewahren in dem Maße, wie es für die Einhaltung dieser Verordnung erforderlich ist, 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 von ihnen erbrachten Dienstleistungen in Rechnung gestellt haben, und den Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für die erbrachten Dienstleistungen erhalten haben,
- d) Informationen darüber, ob die Beträge oder sonstigen Leistungen, die in Buchstabe c genannt werden, aus öffentlicher oder privater Quelle stammen und ob sie ihren Ursprung innerhalb oder außerhalb der Union haben,
- e) die Identität und die Kontaktdaten des Sponsors der politischen Anzeige und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, und bei juristischen Personen den Ort der Niederlassung und
- f) gegebenenfalls Angaben zu der Wahl, dem Referendum oder dem Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess, mit dem die politische Anzeige in Zusammenhang steht.

(2) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen unternehmen zumutbare Anstrengungen, um sicherzustellen, dass die gemäß Absatz 1 gespeicherten Informationen vollständig und genau sind.

(3) Die in Absatz 1 genannten Informationen müssen in schriftlicher oder elektronischer Form abgefasst werden. Diese Informationen werden in einem maschinenlesbaren Format für einen Zeitraum von sieben Jahren ab dem Tag der letzten Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung beziehungsweise Verbreitung aufbewahrt.

(4) Dieser Artikel gilt nicht für Kleinunternehmen, die unter Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, wenn die Erbringung von Werbedienstleistungen im Verhältnis zu ihren Haupttätigkeiten völlig untergeordnet und unwesentlich ist.

Artikel 10

Übermittlung von Informationen an den Herausgeber politischer Werbung

(1) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass die in Artikel 9 Absatz 1 genannten Informationen den Herausgebern politischer Werbung rechtzeitig, vollständig und genau mitgeteilt werden, damit sie ihre Pflichten nach dieser Verordnung erfüllen können.

Alle Anbieter politischer Werbedienstleistungen übermitteln die in Unterabsatz 1 genannten Informationen bei der Erbringung der entsprechenden Dienstleistung und im Einklang mit bewährten Verfahren und Branchenstandards und, soweit dies technisch möglich ist, mittels eines standardisierten automatisierten Verfahrens.

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

(2) Stellt ein Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass sich die von ihm übermittelten Informationen geändert haben, sorgt er dafür, dass aktualisierte Informationen dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung übermittelt werden.

Artikel 11

Kennzeichnungs- und Transparenzanforderungen an jede politische Anzeige

(1) Die Herausgeber politischer Werbung stellen sicher, dass jede politische Anzeige zusammen mit den folgenden Informationen bereitgestellt wird, 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;

- c) gegebenenfalls Angaben zu der Wahl, dem Referendum oder dem Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess, mit dem die politische Anzeige in Zusammenhang steht;
- d) gegebenenfalls eine Erklärung, aus der hervorgeht, dass die politische Anzeige Gegenstand von Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren war;
- e) eine Transparenzbekanntmachung, die die in Artikel 12 Absatz 1 genannten Informationen umfasst, oder einen klaren Hinweis darauf, wo sie leicht und unmittelbar abgerufen werden kann.

(2) Die Herausgeber politischer Werbung stellen sicher, dass die in den Absatz 1 genannten Informationen vollständig sind. Die Herausgeber politischer Werbung stellen sicher, dass die Informationen darüber, wo die in Absatz 1 Buchstabe e genannte Transparenzbekanntmachung abgerufen werden kann, korrekt sind.

(3) Die in Absatz 1 genannten Informationen werden in Form von Kennzeichnungen zur Verfügung gestellt, die dem jeweiligen verwendeten Medium Rechnung tragen.

Diese Kennzeichnung muss deutlich sichtbar sein, es Einzelpersonen ermöglichen, eine politische Anzeige leicht als solche zu erkennen, und im Falle einer weiteren Verbreitung der politischen Anzeige weiterhin sichtbar sein.

(4) Die Kommission erlässt bis zum 10. Juli 2025 Durchführungsrechtsakte zur Festlegung des Formats und des Musters der in Absatz 3 genannten Kennzeichnungen. Mit diesen Durchführungsrechtsakten wird sichergestellt, dass die Kennzeichnungen an das verwendete Medium, auch für audiovisuelle Medien und Printmedien sowie für Online- und Offline-Werbung, angepasst werden, wobei die besonderen Merkmale des entsprechenden Mediums sowie die neuesten technischen Entwicklungen und Marktentwicklungen, die einschlägige wissenschaftliche Forschung und bewährte Verfahren zu berücksichtigen sind.

Diese Durchführungsrechtsakte werden gemäß dem in Artikel 29 Absatz 2 genannten Prüfverfahren erlassen.

(5) Die Mitgliedstaaten, einschließlich der zuständigen Behörden, und die Kommission fördern unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale der beteiligten einschlägigen Diensteanbieter und der besonderen Bedürfnisse von Kleinunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen im Sinne des Artikels 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU die Ausarbeitung von freiwilligen Verhaltensregeln, die zur ordnungsgemäßen Anwendung dieses Artikels beitragen sollen.

Artikel 12

Transparenzbekanntmachungen

(1) Die Herausgeber politischer Werbung stellen sicher, dass die Transparenzbekanntmachung gemäß Artikel 11 Absatz 1 Buchstabe e folgende Informationen umfasst:

- a) die Identität des Sponsors und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, einschließlich des Namens, der E-Mail-Adresse und, sofern veröffentlicht, der Postanschrift sowie, wenn der Sponsor keine natürliche Person ist, der Anschrift des Orts der Niederlassung,
- b) die nach Buchstabe a erforderlichen Informationen über die natürliche oder juristische Person, die für die politische Anzeige eine Vergütung zahlt, wenn diese Person nicht mit dem Sponsor oder der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, identisch ist,
- c) den Zeitraum, in dem die politische Anzeige veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet werden soll,
- d) die Gesamtbeträge und den Gesamtwert der sonstigen Leistungen, die die Anbieter politischer Werbendienstleistungen erhalten haben, einschließlich derjenigen, die der Herausgeber teilweise oder vollständig im Austausch für die politischen Werbendienstleistungen erhalten hat, und gegebenenfalls der politischen Werbekampagne,
- e) Informationen darüber, ob die Beträge oder sonstigen Leistungen, die in Buchstabe d genannt werden, aus öffentlicher oder privater Quelle stammen und ob sie ihren Ursprung innerhalb oder außerhalb der Union haben,

- f) die Methode, die für die Berechnung der Beträge und des Werts gemäß Buchstabe d verwendet wurde,
 - g) gegebenenfalls die Angabe der Wahlen oder Referenden oder der Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesse, mit denen die politische Anzeige in Zusammenhang steht,
 - h) wenn die politische Anzeige mit bestimmten Wahlen oder Referenden in Zusammenhang steht, Links zu offiziellen Informationen über die Modalitäten der Teilnahme an den betreffenden Wahlen oder Referenden,
 - i) gegebenenfalls Links zu dem in Artikel 13 genannten europäischen Archiv für politische Online-Anzeigen,
 - j) Angaben zu den in Artikel 15 Absatz 1 genannten Verfahren,
 - k) gegebenenfalls die Angabe, ob eine frühere Veröffentlichung der politischen Anzeige bzw. einer früheren Fassung aufgrund eines Verstoßes gegen diese Verordnung ausgesetzt oder eingestellt wurde;
 - l) gegebenenfalls eine Erklärung, dass die politische Anzeige auf der Grundlage der Verwendung personenbezogener Daten, einschließlich der in Artikel 19 Absatz 1 Buchstaben c und e genannten Informationen, Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren unterzogen wurde;
 - m) gegebenenfalls und falls technisch machbar die Reichweite der politischen Anzeige, die Anzahl der Aufrufe und der Interaktionen mit der politischen Anzeige.
- (2) Die Herausgeber politischer Werbung stellen sicher, dass die in Absatz 1 genannten Informationen vollständig sind.

Die Herausgeber politischer Werbung sorgen für die Richtigkeit der in Absatz 1 Buchstaben d, f, i, j und m genannten Informationen vor und während des Zeitraums der Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der politischen Anzeige.

Stellt der Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass die an den Herausgeber politischer Werbung übermittelten oder von diesem veröffentlichten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so nimmt er unverzüglich mit dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung Kontakt auf und übermittelt gegebenenfalls die vervollständigten oder berichtigten Informationen an den Herausgeber politischer Werbung.

Stellt der Herausgeber politischer Werbung auf irgendeine Weise fest, dass die in Artikel 11 Absatz 1 und Absatz 1 des vorliegenden Artikels genannten Informationen unvollständig oder unrichtig sind, bemüht sich der Herausgeber nach besten Kräften, auch durch die Kontaktaufnahme zu dem Sponsor oder den Anbietern politischer Werbedienstleistungen, darum, dass diese Informationen unverzüglich vervollständigt oder berichtet werden.

Können die Angaben nicht unverzüglich vervollständigt oder berichtet werden, so darf der Herausgeber politischer Werbung die politische Anzeige nicht zur Verfügung stellen bzw. muss die Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der politischen Anzeige unverzüglich einstellen.

Der Herausgeber politischer Werbung informiert unverzüglich die betroffenen Sponsoren bzw. Anbieter politischer Werbedienstleistungen über alle Entscheidungen, die im Rahmen von Unterabsatz 5 dieses Absatzes getroffen wurden.

(3) Die Transparenzbekanntmachung muss in jede politische Anzeige aufgenommen werden bzw. während des Zeitraums der Schaltung der politischen Anzeige jederzeit leicht auffindbar sein.

Die Transparenzbekanntmachung muss während des gesamten Zeitraums der Schaltung der politischen Anzeige auf dem neuesten Stand gehalten werden und in einem leicht zugänglichen Format und, zumindest wenn die politische Anzeige elektronisch zur Verfügung gestellt wird, in einem maschinenlesbaren Format vorliegen. Sie ist in der Sprache der politischen Anzeige abzufassen. Die Herausgeber politischer Werbung, die Dienstleistungen in der Union anbieten, stellen sicher, dass die Transparenzbekanntmachungen den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen genügen, indem sie u. a. die Informationen über mehr als einen sensorischen Kanal zur Verfügung stellen, sofern dies technisch machbar ist.

Die Transparenzbekanntmachungen müssen deutlich sichtbar und benutzerfreundlich sein, auch durch die Verwendung einer einfachen Sprache.

(4) Die Herausgeber politischer Werbung bewahren ihre Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen daran für einen Zeitraum von sieben Jahren nach der letzten Veröffentlichung der betreffenden politischen Anzeige auf.

(5) Absatz 4 des vorliegenden Artikels gilt nicht für Kleinunternehmen, 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) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, delegierte Rechtsakte gemäß Artikel 28 zu erlassen, um diese Verordnung durch Hinzufügung von Punkten zur Liste der Punkte in Absatz 1 des vorliegenden Artikels und durch Änderung von Absatz 1 Buchstabe f des vorliegenden Artikels im Lichte der technischen Entwicklungen, der Marktpraxis, der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung, der Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und der von den zuständigen Stellen herausgegebenen einschlägigen Leitlinien zu ändern, sofern eine solche Änderung für das Verständnis des größeren Zusammenhangs der politischen Anzeige und ihrer Ziele erforderlich ist.

(7) Die Kommission erlässt bis zum 10. Juli 2025 Durchführungsrechtsakte zur Festlegung des Formats der Transparenzbekanntmachung und zur Bereitstellung technischer Spezifikationen für die Transparenzbekanntmachung, um sicherzustellen, dass sie unter Berücksichtigung der neuesten technischen Entwicklungen und Marktentwicklungen, der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung und bewährter Verfahren sowie der besonderen Erfordernisse von Kleinunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen, die unter Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, an das verwendete Medium angepasst wird, einschließlich für audiovisuelle Medien und Printmedien sowie für Online- und Offline-Werbung.

Diese Durchführungsrechtsakte werden gemäß dem in Artikel 29 Absatz 2 genannten Prüfverfahren erlassen.

Artikel 13

Europäisches Archiv für politische Online-Anzeigen

(1) Die Kommission richtet ein europäisches Archiv für politische Online-Anzeigen (im Folgenden „europäisches Archiv“) ein, das sämtliche in der Union veröffentlichten oder an Unionsbürger oder in der Union ansässige Personen gerichtete politische Online-Anzeigen enthält, und sorgt für dessen Verwaltung, entweder direkt oder durch Übertragung dieser Aufgabe an eine Verwaltungsbehörde. Dieses Archiv muss Folgendes umfassen:

- a) eine Funktion, die den öffentlichen Zugang zu politischer Online-Anzeige ermöglicht, zusammen mit den Informationen, die von Herausgebern politischer Werbung gemäß Artikel 12 Absatz 1 für jede politische Online-Anzeige ab dem Zeitpunkt ihrer ersten Veröffentlichung bereitgestellt werden; die Informationen müssen in maschinenlesbarem Format verfügbar sein, eine Suche mit mehreren Kriterien erlauben und über ein zentrales Portal öffentlich zugänglich sein,
- b) einen Hosting-Dienst, der die Verfügbarkeit politischer Online-Werbung und der mit ihr veröffentlichten Informationen gemäß Artikel 12 Absatz 1 für den gesamten Zeitraum, in dem die politische Anzeige geschaltet ist, und für sieben Jahre nach der letzten politischen Anzeige sicherstellt; der Hosting-Dienst und der Zugang zu den gespeicherten Informationen erfüllen die rechtlichen Anforderungen an die Entfernung der politischen Anzeige und der damit veröffentlichten Informationen und lassen diese unberührt; der Hosting-Dienst ist für die Herausgeber politischer Werbung, die eine politische Online-Anzeige in das europäische Archiv einstellen, kostenlos.

(2) Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen und sehr große Online-Suchmaschinen handelt, stellen sicher, dass jede politische Anzeige zusammen mit den in Artikel 12 Absatz 1 der vorliegenden Verordnung genannten Informationen in einem Archiv gemäß Artikel 39 der Verordnung (EU) 2022/2065 zur Verfügung gestellt wird. Darüber hinaus ermöglichen diese Herausgeber politischer Werbung ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung und während des gesamten Zeitraums, in dem die politische Anzeige geschaltet ist, und sieben Jahre, nachdem die politische Anzeige zuletzt auf ihren Online-Schnittstellen angezeigt wurde, Zugang zu diesen Informationen über das europäische Archiv.

(3) Entfernen oder sperren Herausgeber politischer Werbung eine bestimmte politische Anzeige aufgrund mutmaßlicher Rechtswidrigkeit oder Unvereinbarkeit mit ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen, so gewähren sie für den in Artikel 9 Absatz 3 der vorliegenden Verordnung genannten Zeitraum weiterhin Zugang zu den nach Artikel 12 Absatz 1 der vorliegenden Verordnung erforderlichen Informationen. Diese Anforderung gilt unbeschadet der in Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a Ziffer i, Artikel 17 Absatz 3 Buchstaben a bis e und Artikel 39 Absatz 3 der Verordnung (EU) 2022/2065 festgelegten Anforderungen.

(4) Andere als die in Absatz 2 des vorliegenden Artikels genannten Herausgeber politischer Werbung, die politische Anzeigen über einen Online-Dienst veröffentlichen, stellen jede solche politische Anzeige und die nach Artikel 12 Absatz 1 erforderlichen Informationen spätestens 72 Stunden nach der ersten Veröffentlichung der politischen Anzeige in das europäische Archiv ein.

(5) Die Kommission oder gegebenenfalls die in Absatz 1 genannte Verwaltungsbehörde haftet nicht für die Vollständigkeit und Richtigkeit der politischen Werbung und der darin veröffentlichten Informationen oder für die Einhaltung des einschlägigen Unionsrechts oder der nationalen Rechtsvorschriften und sonstiger geltender verbindlicher Vorschriften.

(6) Die Kommission erlässt bis zum 10. April 2026 Durchführungsrechtsakte gemäß Artikel 29, um die Modalitäten für die Bereitstellung einer gemeinsamen Datenstruktur, standardisierte Metadaten zur Erleichterung der Aufnahme politischer Anzeigen in das europäische Archiv und die Indexierung politischer Werbung durch Online-Suchmaschinen, standardisierte Authentifizierung und eine gemeinsame Anwendungsprogrammierschnittstelle festzulegen, damit die Bündelung der gemäß dieser Verordnung online veröffentlichten Informationen über ein zentrales Portal abgerufen werden kann.

Beim Erlass dieser Durchführungsrechtsakte trägt die Kommission den technischen, marktbezogenen und wissenschaftlichen Entwicklungen Rechnung und strebt folgende Ziele an:

- a) öffentliches Zugänglichmachen der in den Absätzen 1, 2 und 3 genannten Informationen über das europäische Archiv,
- b) Ermöglichung eines einfachen Zugangs der Öffentlichkeit zu Online-Transparenzbekanntmachungen, und zwar durch die Verwendung einer gemeinsamen Programmierschnittstelle für Anwendungen, die den Zugriff auf die Bekanntmachungen und die Abfrage der einschlägigen Datenbanken ermöglicht,
- c) Unterstützung des Zugangs Dritter und der Öffentlichkeit zu Transparenzbekanntmachungen, u. a. durch die angebotene Möglichkeit, Online-Transparenzbekanntmachungen zu analysieren und sie über benutzerfreundliche Portale und Suchdienste aufzurufen.

Artikel 14

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 Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, erhalten haben, aggregiert nach Kampagne als Anlage zu ihrem Lagebericht im Sinne des Artikels 19 der Richtlinie 2013/34/EU.

Die Herausgeber politischer Werbung stellen die in Unterabsatz 1 genannten Informationen den zuständigen Behörden zur Verfügung, die für die Prüfung oder Beaufsichtigung politischer Akteure zuständig sind, sofern entsprechende Behörden nach nationalem Recht eingerichtet wurden.

(2) Absatz 1 des vorliegenden Artikels gilt nicht für Kleinunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen, die unter Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen.

Artikel 15

Hinweis auf möglicherweise unzulässige politische Anzeigen

(1) Die Herausgeber politischer Werbung müssen über die erforderlichen Verfahren verfügen, die es natürlichen oder juristischen Personen erlauben, ihnen zu melden, dass eine bestimmte von ihnen veröffentlichte politische Anzeige nicht dieser Verordnung entspricht.

(2) Die in Absatz 1 genannten Verfahren müssen kostenlos, benutzerfreundlich und leicht zugänglich sein, auch von der Transparenzbekanntmachung aus. Soweit technisch machbar bieten diese Verfahren die Möglichkeit, Meldungen in elektronischer Form vorzunehmen.

(3) Die genannten Verfahren erleichtern die Übermittlung präziser und begründeter Meldungen an Herausgeber politischer Werbung, damit diese feststellen können, dass die betreffenden politischen Anzeigen nicht dieser Verordnung genügen. Hierzu ergreifen die Herausgeber politischer Werbung die erforderlichen Maßnahmen, um die Übermittlung von Meldungen zu ermöglichen und zu erleichtern, die alle folgenden Elemente enthalten:

- a) eine begründete Erklärung der Gründe, warum die natürliche oder juristische Person, die die Meldung einreicht, annimmt, dass die fragliche politische Anzeige dieser Verordnung nicht genügt,
- b) Angaben, die die Identifizierung der politischen Anzeige ermöglichen,
- c) den Namen und die E-Mail-Adresse der meldenden juristischen bzw. natürlichen Person.

(4) Die Herausgeber politischer Werbung übermitteln der juristischen bzw. natürlichen Person, die die Meldung gemäß Absatz 1 übermittelt hat, unverzüglich eine Bestätigung des Eingangs der Meldung.

(5) Die Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen und sehr große Online-Suchmaschinen handelt, müssen unverzüglich:

- a) die gemäß Absatz 1 eingegangenen Meldungen sorgfältig, unparteiisch und objektiv prüfen und bearbeiten,
- b) die natürliche oder juristische Person, die die Meldung gemäß Absatz 1 vorgenommen hat, über die daraufhin ergriffenen Folgemaßnahmen unterrichten.

(6) Die Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich nicht um sehr große Online-Plattformen und sehr große Online-Suchmaschinen handelt, müssen unverzüglich:

- a) sich nach besten Kräften bemühen, die gemäß Absatz 1 eingegangenen Meldungen sorgfältig, unparteiisch und objektiv zu prüfen und zu bearbeiten,
- b) die natürliche oder juristische Person, die die Meldung gemäß Absatz 1 des vorliegenden Artikels vorgenommen hat, – zumindest bei einer entsprechenden Anfrage – über die daraufhin ergriffenen Folgemaßnahmen unterrichten; die Herausgeber politischer Werbung, die gemäß Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2013/34/EU als Kleinstunternehmen gelten, bemühen sich nach besten Kräften, die Einhaltung der Bestimmungen dieses Buchstabens sicherzustellen.

(7) Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum bearbeiten die Herausgeber politischer Werbung jede Meldung, die sie über eine politische Anzeige im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten, innerhalb von 48 Stunden, sofern die Meldung auf der Grundlage der in der Meldung enthaltenen Informationen vollständig bearbeitet werden kann. Die Herausgeber politischer Werbung, die als Kleinstunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gemäß Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, bemühen sich nach besten Kräften, jede Meldung, die sie zu einer politischen Anzeige im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten, unverzüglich zu bearbeiten.

(8) Die Herausgeber politischer Werbung stellen eindeutige und benutzerfreundliche Informationen über die Rechtsbehelfsmöglichkeiten in Bezug auf die politische Anzeige, auf die sich die Meldung bezieht, und gegebenenfalls über die Verwendung automatisierter Mittel für die Bearbeitung von Meldungen bereit.

(9) Die Herausgeber politischer Werbung unterrichten die betreffenden Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen unverzüglich über alle Maßnahmen, die sie nach Meldungen gemäß diesem Artikel ergreifen und die sich auf die Verfügbarkeit oder Darstellung der betroffenen politischen Anzeige auswirken.

(10) Die Herausgeber politischer Werbung können auf sich wiederholende Meldungen nach Absatz 1, die dieselbe Anzeige oder Werbekampagne betreffen, mittels automatisierter Werkzeuge gemeinsam antworten oder durch eine Bekanntmachung auf ihrer Website unter Bezugnahme auf die betreffenden Meldungen.

(11) Die Kommission kann nach Konsultation des in Artikel 22 Absatz 8 genannten Netzes der nationalen Kontaktstellen Leitlinien herausgeben, um die Herausgeber politischer Werbung bei der Anwendung dieses Artikels zu unterstützen.

Artikel 16

Übermittlung von Informationen an die zuständigen Behörden

(1) Um die Einhaltung der Artikel 9, 11, 12 und 14 zu überprüfen, sind die zuständigen nationalen Behörden befugt, Anbieter politischer Werbedienstleistungen um Übermittlung aller erforderlichen Informationen zu ersuchen. 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 standardisierten und maschinenlesbaren Format übermittelt.

(2) Das in Absatz 1 genannte Ersuchen muss Folgendes enthalten:

- a) eine Begründung, aus der hervorgeht, für welchen Zweck die Informationen angefordert werden, es sei denn, das Ersuchen dient der Prävention, Aufdeckung, Ermittlung und Verfolgung von Straftaten oder schwerwiegenden Ordnungswidrigkeiten, soweit die Begründung des Ersuchens diesen Zweck gefährden würde,
- b) Informationen über die Rechtsbehelfe, die dem betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen und dem Sponsor der politischen Werbedienstleistung zur Verfügung stehen.

(3) Nach Eingang eines Ersuchens nach Absatz 1 des vorliegenden Artikels bestätigen die Anbieter politischer Werbedienstleistungen innerhalb von zwei Arbeitstagen den Eingang des Ersuchens und unterrichten die zuständige nationale Behörde über die Schritte, die unternommen wurden, um dem Ersuchen zu entsprechen. Der betreffende Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellt die angeforderten Informationen innerhalb von acht Arbeitstagen zur Verfügung. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die als Kleinstunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gemäß Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, unternehmen jedoch zumutbare Anstrengungen, um die angeforderten Informationen innerhalb von zwölf Arbeitstagen und danach ohne unnötige Verzögerung zu übermitteln.

(4) Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum stellen Anbieter politischer Werbedienstleistungen die angeforderten Informationen, in deren Besitz sie sich befinden, abweichend von Absatz 3 des vorliegenden Artikels unverzüglich und spätestens binnen 48 Stunden zur Verfügung. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die als Kleinstunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gemäß Artikel 3 Absätze 1 und 2 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, unternehmen jedoch zumutbare Anstrengungen, um die angeforderten Informationen, in deren Besitz sie sich befinden, unverzüglich und wenn möglich vor dem Datum der Wahl oder des Referendums bereitzustellen.

(5) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen benennen eine Kontaktstelle für die Interaktion mit den zuständigen nationalen Behörden. Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die als Kleinstunternehmen, kleine oder mittlere Unternehmen gemäß Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU gelten, können eine externe natürliche Person als Kontaktstelle benennen.

Artikel 17

Übermittlung von Informationen an andere Einrichtungen

(1) Auf Ersuchen interessierter Einrichtungen übermitteln die Anbieter politischer Werbedienstleistungen diesen Einrichtungen unverzüglich und kostenlos und soweit technisch möglich in einem maschinenlesbaren Format die Informationen, über die diese Anbieter politischer Werbedienstleistungen gemäß den Artikeln 9, 11 und 12 verfügen müssen.

(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 40 Absatz 8 der Verordnung (EU) 2022/2065,
- 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
- e) Journalisten.

(3) Nach Eingang des Ersuchens eines Interessenten bemüht sich der Anbieter politischer Werbedienstleistungen nach besten Kräften, die angeforderten Informationen oder seine begründete Antwort nach Absatz 5 so schnell wie möglich, spätestens jedoch innerhalb eines Monats bereitzustellen.

(4) Bei der Zusammenstellung der nach Absatz 1 bereitzustellenden Informationen kann der Anbieter politischer Werbedienstleistungen die betreffenden Beträge aggregieren oder als Spanne angeben, soweit dies für den Schutz seiner berechtigten geschäftlichen Interessen erforderlich ist.

(5) Sind Ersuchen gemäß Absatz 1 offenkundig unklar, unverhältnismäßig oder betreffen sie Informationen, die sich nicht im Besitz des Anbieters politischer Werbedienstleistungen befinden, kann dieser die Bereitstellung der erbetenen Informationen ablehnen. In solchen Fällen übermittelt der betreffende Anbieter politischer Werbedienstleistungen dem Interessenten, der das Ersuchen gestellt hat, eine begründete Antwort, die auch Angaben zu den Rechtsbehelfsmöglichkeiten, einschließlich wo anwendbar der im Rahmen der Richtlinie (EU) 2020/1828 bestehenden Rechtsbehelfe, enthält.

(6) Verursacht die Bearbeitung der Ersuchen nach Absatz 1 erhebliche Kosten, so kann der Anbieter politischer Werbedienstleistungen eine vertretbare, angemessene Gebühr in Rechnung stellen, die in keinem Fall die Verwaltungskosten für die Bereitstellung der angeforderten Informationen übersteigen darf.

(7) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen tragen die Beweislast dafür, dass ein Ersuchen offenkundig unklar oder unverhältnismäßig ist oder Informationen betrifft, die sich nicht in ihrem Besitz befinden, oder dass die Bearbeitung der Ersuchen erhebliche Kosten verursacht.

KAPITEL III

TARGETING UND ANZEIGENSCHALTUNG POLITISCHER WERBUNG ÜBER DAS INTERNET

Artikel 18

Spezielle Anforderungen in Bezug auf das Targeting und die Anzeigenschaltung im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet

(1) Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, die eine Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit politischer Werbung umfassen, sind nur dann zulässig, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- a) Der Verantwortliche hat die personenbezogenen Daten von der betroffenen Person erhoben,
- b) die betroffene Person hat ihre ausdrückliche Einwilligung im Sinne der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 in die gesonderte Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der politischen Werbung gegeben, und
- c) diese Techniken umfassen nicht das Profiling im Sinne des Artikels 4 Nummer 4 der Verordnung (EU) 2016/679 und des Artikels 3 Nummer 5 der Verordnung (EU) 2018/1725 unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten, die in Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 aufgeführt werden.

(2) Im Zusammenhang mit politischer Werbung sind Targeting- bzw. Anzeigenschaltungsverfahren verboten, die mit der Verarbeitung personenbezogener Daten einer betroffenen Person einhergehen, bei der der Verantwortliche mit hinreichender Sicherheit davon ausgehen kann, dass sie das in den nationalen Vorschriften festgelegte Wahlalter frühestens in einem Jahr erreicht. Die Einhaltung der in diesem Absatz genannten Pflichten verpflichtet den Verantwortlichen nicht dazu, zusätzliche personenbezogene Daten zu verarbeiten, um zu prüfen, ob die betroffene Person das Wahlalter in als einem Jahr erreicht.

(3) Dieser Artikel gilt nicht für Mitteilungen von politischen Parteien, Stiftungen, Verbänden oder anderen gemeinnützigen Einrichtungen an ihre Mitglieder und ehemaligen Mitglieder noch für Mitteilungen, wie Newsletter, die mit ihrer politischen Tätigkeit in Verbindung stehen, sofern diese Mitteilungen ausschließlich auf Abonnementdaten beruhen und daher streng auf ihre Mitglieder, ehemaligen Mitglieder oder Abonnenten beschränkt sind und sich von ihnen bereitgestellten personenbezogenen Daten stützen und keine Verarbeitung personenbezogener Daten für eine zielgenaue Auswahl oder für eine anderweitige nähere Eingrenzung der Empfänger und der von ihnen erhaltenen Nachrichten umfassen.

(4) Für die Zwecke der Umsetzung der Anforderungen der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 in Bezug auf die Erteilung der ausdrücklichen Einwilligung und deren Widerruf nach ihrer Erteilung stellen die Verantwortlichen sicher, dass

- a) die betroffene Person nicht um ihre Einwilligung gebeten wird, wenn sie bereits mit Hilfe automatisierter Verfahren zu erkennen gegeben hat, dass sie mit der Datenverarbeitung zu Zwecken der politischen Werbung nicht einverstanden ist, es sei denn, das Ersuchen ist durch eine wesentliche Änderung der Umstände gerechtfertigt,
- b) der betroffenen Person, die ihre Einwilligung nicht erteilt, eine gleichwertige Alternative zur Nutzung des Online-Dienstes angeboten wird, ohne dass sie politische Werbung erhält.

Artikel 19

Zusätzliche Anforderungen in Bezug auf Targeting- und die Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet

(1) Beim Einsatz von Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, müssen die Verantwortlichen neben sonstigen Anforderungen dieser Verordnung und den Anforderungen der Verordnungen (EU) 2016/679 und (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 sieben Jahren ab dem letzten Einsatz dieser Verfahren durchführen;
- b) sie müssen Protokolle über den Einsatz dieser Verfahren führen unter Angabe der einschlägigen Mechanismen und verwendeten Parameter;
- c) sie müssen zusammen mit dem Hinweis, dass es sich um eine politischen Anzeige handelt, zusätzliche Informationen liefern, die notwendig sind, damit die betroffene Person die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter der eingesetzten Verfahren nachvollziehen kann, einschließlich der Angabe, ob ein System der künstlichen Intelligenz für die gezielte Schaltung oder Zustellung der politischen Anzeige und etwaige zusätzliche Analysetechniken verwendet wurden, wobei die folgenden Elemente enthalten sein müssen:
 - i) die spezifischen Gruppen von gezielt angesprochenen Empfängern, einschließlich der Parameter, die zur Bestimmung der Empfänger, an die die Werbung verbreitet wird, verwendet werden,
 - ii) die Kategorien personenbezogener Daten, die für die Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren verwendet werden,
 - iii) die Ziele, Mechanismen und Logik des Targetings, einschließlich der Inklusions- und Ausschlussparameter und der Gründe für die Auswahl dieser Parameter,
 - iv) aussagekräftige Informationen über den Einsatz von Systemen der künstlichen Intelligenz beim Targeting und bei der Anzeigenschaltung im Rahmen der politischen Werbung,
 - v) den Zeitraum der Verbreitung der politischen Anzeige und die Zahl der Einzelpersonen, an die die politische Anzeige übermittelt wird,
 - vi) ein Link dazu oder ein klarer Hinweis darauf, wo die in Buchstabe a genannte Politik leicht abgerufen werden kann;

- d) sie müssen eine interne jährliche Risikobewertung des Einsatzes von Targeting- und Anzeigschaltungsverfahren in Bezug auf die Grundrechte und Grundfreiheiten vornehmen, deren Ergebnisse öffentlich verfügbar gemacht werden;
- e) sie müssen zusammen mit der politischen Anzeige, es sei denn, dies ist Bestandteil der nach Artikel 12 Absatz 1 der vorliegenden Verordnung geforderten Transparentbekanntmachung, auf wirksame Mittel hinweisen, 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, personenbezogene Daten zu ändern bzw. ihre Einwilligung zu widerrufen, wobei ein Link zu einer Schnittstelle enthalten sein muss, die die Ausübung dieser Rechte ermöglicht.

(2) Handelt es sich bei dem Verantwortlichen nicht um den Herausgeber der politischen Werbung, so stellt der Verantwortliche sicher, dass die in Absatz 1 Buchstaben c und e genannten Informationen dem Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden, damit er seinen Verpflichtungen gemäß dieser Verordnung nachkommen kann. 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) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen müssen den Verantwortlichen erforderlichenfalls die Informationen übermitteln, die diese benötigen, um den Absätzen 1 und 2 nachzukommen.

(4) Gemäß Absatz 1 Buchstaben c und d sowie Absatz 2 und 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 28 delegierte Rechtsakte zu erlassen, um diese Verordnung durch Hinzufügen von Elementen der Liste nach Absatz 1 des vorliegenden Artikels zu ändern, die sich angesichts technischer Entwicklungen, der Marktpraxis, der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung und von Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und in einschlägigen Leitlinien, die durch die zuständigen Behörden veröffentlicht werden, ergeben.

Artikel 20

Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit dem Targeting oder der Schaltung von politischen Anzeigen im Internet an andere Interessenten

Die Verantwortlichen ergreifen geeignete Maßnahmen, um auf Ersuchen von Interessenten im Einklang mit Artikel 17 Absatz 2 die Informationen nach Artikel 19 kostenlos zu übermitteln.

KAPITEL IV

ÜBERWACHUNG UND DURCHSETZUNG

Artikel 21

Bevollmächtigter Vertreter

(1) Ein Diensteanbieter, der politische Werbedienstleistungen in der Union anbietet, jedoch nicht in der Union ansässig ist, muss schriftlich eine natürliche oder juristische Person als seinen bevollmächtigten Vertreter in einem der Mitgliedstaaten, in dem er ihre Dienstleistungen anbietet, benennen.

Der benannte bevollmächtigte Vertreter muss sich bei der in Absatz 4 genannten zuständigen Behörde in dem Mitgliedstaat, in dem er ansässig oder niedergelassen ist, registrieren lassen. Zu diesem Zweck übermitteln die Diensteanbieter der zuständigen Behörde den Namen, die Postanschrift, die E-Mail-Adresse und die Telefonnummer ihres bevollmächtigten Vertreters. Die übermittelten Informationen müssen genau und in einem maschinenlesbaren Format abgefasst sein und auf dem neuesten Stand gehalten werden.

(2) Der bevollmächtigte Vertreter ist für die Einhaltung der Pflichten aus dieser Verordnung verantwortlich und kann unbeschadet der Haftung des Diensteanbieters und etwaiger gegen ihn eingeleiteter Gerichtsverfahren für jede Nichteinhaltung der Pflichten aus dieser Verordnung haftbar gemacht werden. Der bevollmächtigte Vertreter ist der Empfänger für die gesamte in dieser Verordnung vorgesehene Kommunikation mit dem entsprechenden Diensteanbieter. Jegliche Kommunikation mit dem bevollmächtigten Vertreter gilt als Kommunikation mit dem vertretenen Diensteanbieter.

(3) Die Diensteanbieter statten ihren bevollmächtigten Vertreter mit den erforderlichen Befugnissen und ausreichenden Ressourcen aus, um seine effiziente und zeitgerechte Zusammenarbeit mit den zuständigen nationalen Behörden und gegebenenfalls mit der Kommission sowie die Befolgung deren Entscheidungen sicherzustellen.

(4) Die Mitgliedstaaten benennen eine zuständige nationale Behörde, die für die Führung öffentlich zugänglicher und maschinenlesbarer Online-Verzeichnisse über alle in ihrem Hoheitsgebiet gemäß dieser Verordnung eingetragenen bevollmächtigten Vertreter verantwortlich ist. Die zuständige nationale Behörde stellt sicher, dass diese Informationen leicht zugänglich und vollständig sind und regelmäßig aktualisiert werden. Die Mitgliedstaaten stellen der Kommission die Links zu den einschlägigen Websites zur Verfügung.

(5) Die Kommission richtet ein öffentlich verfügbares Portal ein, das zu den von den Mitgliedstaaten gemäß Absatz 4 bereitgestellten Websites führt, und unterhält es.

Artikel 22

Zuständige Behörden und nationale Kontaktstelle

(1) Die Aufsichtsbehörden nach Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 oder der Europäische Datenschutzbeauftragte nach Artikel 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 sind in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich für die Überwachung der Anwendung der Artikel 18 und 19 der vorliegenden Verordnung verantwortlich. Artikel 58 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 58 der Verordnung (EU) 2018/1725 gelten sinngemäß. Kapitel VII der Verordnung (EU) 2016/679 findet Anwendung auf Maßnahmen nach den Artikeln 18 und 19 der vorliegenden Verordnung.

(2) Der in Artikel 68 der Verordnung (EU) 2016/679 genannte Europäische Datenschutzausschuss arbeitet von sich aus oder auf Ersuchen der Kommission Leitlinien aus, mit denen die in der Verordnung (EU) 2016/679 genannten Aufsichtsbehörden bei der Bewertung der Frage unterstützt werden sollen, ob die Anforderungen dieser Verordnung eingehalten werden.

(3) Die Mitgliedstaaten benennen die zuständigen Behörden, die die Einhaltung der Pflichten nach den Artikeln 7 bis 17 und 21 dieser Verordnung durch Anbieter von Vermittlungsdiensten im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 überwachen. Die nach der Verordnung (EU) 2022/2065 benannten zuständigen Behörden können auch eine der zuständigen Behörden sein, die die Erfüllung der Pflichten der Online-Vermittlungsdienste nach den Artikeln 7 bis 17 und 21 dieser Verordnung überwachen. Der Koordinator für digitale Dienste nach Artikel 49 der Verordnung (EU) 2022/2065 ist in jedem Mitgliedstaat dafür verantwortlich, die Koordinierung der Anbieter von „Vermittlungsdiensten“ nach Maßgabe der Verordnung (EU) 2022/2065 auf nationaler Ebene zu gewährleisten. Artikel 49, Artikel 58 Absätze 1 bis 4 und Artikel 60 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 finden im Zusammenhang mit der Anwendung der vorliegenden Verordnung auf Anbieter von Vermittlungsdiensten Anwendung. Artikel 51 der Verordnung (EU) 2022/2065 gilt entsprechend für die Befugnisse der gemäß diesem Absatz benannten zuständigen Behörden.

(4) Jeder Mitgliedstaat benennt eine oder mehrere zuständige Behörden, die für die Anwendung und Durchsetzung der in den Absätzen 1 und 3 dieses Artikels nicht genannten Aspekte dieser Verordnung zuständig sind. Diese zuständigen Behörden können sich von den in den Absätzen 1 und 3 dieses Artikels genannten Behörden unterscheiden und mit den in Artikel 30 der Richtlinie 2010/13/EU genannten identisch sein. Jede nach diesem Absatz benannte zuständige Behörde ist vollständig unabhängig von der Branche, von Interventionen von außen oder von politischem Druck. 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.

(5) Die in Absatz 4 genannten zuständigen Behörden haben bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben im Zusammenhang mit dieser Verordnung die Befugnis,

- a) im Einklang mit den einschlägigen Rechtsvorschriften über den Schutz personenbezogener Daten und vertraulicher Informationen Zugang zu Daten, Dokumenten bzw. zu allen erforderlichen Informationen, insbesondere von dem betreffenden Sponsor oder den betreffenden Anbietern politischer Werbedienstleistungen, zu verlangen, die die zuständigen Behörden nur für die Zwecke der Überwachung und Bewertung der Einhaltung dieser Verordnung verwenden dürfen,
- b) Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu warnen, wenn sie ihre Pflichten nach Maßgabe dieser Verordnung nicht erfüllen,
- c) die Einstellung von Verstößen anzuordnen und Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu verpflichten, die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, um dieser Verordnung nachzukommen,
- d) gegebenenfalls Geldbußen, finanzielle Sanktionen oder andere finanzielle Maßnahmen zu verhängen oder eine Justizbehörde zu ersuchen, dies zu tun,
- e) erforderlichenfalls ein Zwangsgeld zu verhängen oder eine Justizbehörde in ihrem Mitgliedstaat zu ersuchen, dies zu tun,
- f) erforderlichenfalls Abhilfemaßnahmen zu verhängen, die in einem angemessenen Verhältnis zu dem Verstoß stehen und erforderlich sind, um den Verstoß wirksam zu beenden, oder eine Justizbehörde in ihrem Mitgliedstaat ersuchen, dies zu tun,
- g) 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,
- h) in allen Räumlichkeiten, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu Zwecken ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit nutzen, Nachprüfungen durchzuführen oder eine Justizbehörde um die Anordnung solcher Nachprüfungen zu ersuchen, oder andere Behörden zu ersuchen, dies zu tun, um auf gleich welchen Speichermedien enthaltene Informationen zu untersuchen, sicherzustellen oder Kopien oder Auszüge davon anzufertigen oder zu erhalten.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass den zuständigen nationalen Behörden alle erforderlichen Mittel zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben aus dieser Verordnung zur Verfügung stehen, einschließlich ausreichender technischer, finanzieller und personeller Ressourcen, um die Einhaltung der Vorschriften durch Sponsoren und Anbieter politischer Werbedienstleistungen im Rahmen ihrer Zuständigkeit nach dieser Verordnung angemessen zu überwachen.

(7) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass es eine wirksame und strukturierte Zusammenarbeit und Koordinierung auf nationaler Ebene zwischen allen einschlägigen in den Absätzen 1 bis 4 genannten zuständigen Behörden gibt, 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 die Meldung ermittelter Verstöße, die für andere Behörden von Relevanz sind, den Austausch von Erkenntnissen und Fachwissen und Kontakte bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften.

(8) Die von den Mitgliedstaaten gemäß Absatz 9 Unterabsatz 2 benannten nationalen Kontaktstellen treten regelmäßig auf Unionsebene im Netz der nationalen Kontaktstellen zusammen. Das Netz der nationalen Kontaktstellen dient als Plattform für den regelmäßigen Informationsaustausch, bewährte Verfahren und die strukturierte Zusammenarbeit zwischen den nationalen Kontaktstellen und der Kommission zu allen Aspekten dieser Verordnung. Insbesondere erleichtert das Netz der nationalen Kontaktstellen die Zusammenarbeit auf Unionsebene bei der Anwendung und Durchsetzung dieser Verordnung und begünstigt in Kooperation mit den einschlägigen Interessenträgern die Ausarbeitung von Leitlinien zur Unterstützung von Sponsoren und Anbietern politischer Werbedienstleistungen bei der Erfüllung der Anforderungen dieser Verordnung. Das Netz der nationalen Kontaktstellen tritt mindestens zweimal jährlich sowie – bei Bedarf – auf ein hinreichend begründetes Ersuchen der Kommission oder eines Mitgliedstaats hin zusammen. Es arbeitet eng mit dem Europäischen Kooperationsnetz für Wahlen, der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste und anderen einschlägigen Netzen oder Gremien zusammen, um den raschen und sicheren Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Aufsicht und Durchsetzung im Rahmen dieser Verordnung zu erleichtern. Die Kommission nimmt an den Sitzungen des Netzes nationaler Kontaktstellen teil und leistet administrative Unterstützung.

(9) Benennt ein Mitgliedstaat mehr als eine zuständige Behörde, so stellt er sicher, dass die jeweiligen Aufgaben dieser Behörden klar definiert sind und dass diese Behörden bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben eng und wirksam zusammenarbeiten.

Jeder Mitgliedstaat benennt für die Zwecke aller Aspekte dieser Verordnung eine zuständige nationale Behörde als Kontaktstelle auf Unionsebene.

Die nationalen Kontaktstellen unterstützen und begünstigen eine wirksame Zusammenarbeit zwischen den zuständigen nationalen Behörden sowie mit den nationalen Kontaktstellen in anderen Mitgliedstaaten. Die Mitgliedstaaten veröffentlichen die Kontaktdaten ihrer nationalen Kontaktstellen. Die betreffenden Mitgliedstaaten teilen erforderlichenfalls dem Netz der nationalen Kontaktstellen den Namen der anderen zuständigen Behörden und ihre jeweiligen Aufgaben mit.

Artikel 23

Grenzüberschreitende Zusammenarbeit

(1) Die Einhaltung dieser Verordnung durch Anbieter politischer Werbedienstleistungen und Sponsoren unterliegt der Zuständigkeit des Mitgliedstaats, in dem der Anbieter niedergelassen ist. Hat der Anbieter Niederlassungen in mehr als einem Mitgliedstaat, unterliegt er der Zuständigkeit des Mitgliedstaats, in dem er seine Hauptniederlassung hat.

(2) Unbeschadet Artikel 22 Absatz 1 und 2 sowie Absatz 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 22 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 22 Absatz 9 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 eine zuständige nationale Behörde eines Mitgliedstaats Grund zu der Annahme, dass in dessen Hoheitsgebiet gegen diese Verordnung verstoßen wurde, so unterrichtet sie die zuständige Behörde der Hauptniederlassung des Anbieters und fordert sie gegebenenfalls auf, die Angelegenheit zu prüfen und die erforderlichen Untersuchungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gemäß Absatz 7 zu ergreifen.

(5) Eine Mitteilung gemäß Absatz 4 muss fundiert, hinreichend begründet und verhältnismäßig sein und zumindest Folgendes enthalten:

- a) Angaben, die die Identifizierung des Sponsors oder des Anbieters politischer Werbedienstleistungen ermöglichen,
- b) eine Beschreibung der einschlägigen Fakten, die betreffenden Bestimmungen dieser Verordnung und die Gründe, aufgrund derer die zuständige meldende Behörde einen Verstoß gegen diese Verordnung vermutet, gegebenenfalls einschließlich einer Beschreibung der Umstände, die die Bewertung der in Artikel 25 Absatz 4 genannten Kriterien ermöglichen,
- c) Angaben dazu, wo die betreffende politische Anzeige oder eine Kopie davon gefunden werden kann,
- d) alle sonstigen Angaben, die die meldende zuständige Behörde 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 gemäß Absatz 4 erhaltene Mitteilung hin tätig zu werden, so kann sie von der zuständigen Behörde, die die Mitteilung vorgenommen hat, zusätzliche Informationen anfordern. Nach Eingang eines solchen Ersuchens stellt die zuständige Behörde die angeforderten Informationen unverzüglich zur Verfügung.

Die Frist gemäß Absatz 7 ruht, bis diese zusätzlichen Informationen vorliegen.

(7) Die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung übermittelt der zuständigen Behörde, die die Mitteilung vorgenommen hat, und dem Netz der nationalen Kontaktstellen 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 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 nicht die Hauptniederlassung des Anbieters politischer Werbedienstleistung befindet, so kann die zuständige Behörde des Landes der Hauptniederlassung unter Beteiligung der zuständigen Behörde(n) dieser Mitgliedstaaten 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 zuständiger Behörden auf der Grundlage der begründeten Annahme, dass die durch einen Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der im Mitgliedstaat der Hauptniederlassung ansässig ist, erbrachten politischen Werbedienstleistungen gegen diese Verordnung verstoßen oder Einzelpersonen im Hoheitsgebiet des Landes der ersuchenden zuständigen Behörde(n) erheblich beeinträchtigen.

(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 24

Beschwerderecht

Unbeschadet sonstiger Verwaltungsverfahren oder gerichtlicher Rechtsbehelfe bearbeiten die zuständigen Behörden ordnungsgemäß jede Mitteilung über einen möglichen Verstoß gegen diese Verordnung und unterrichten – auf Ersuchen – die Person oder Einrichtung, die die Mitteilung vorgenommen hat, über die Folgemaßnahmen. Im letzten Monat vor Wahlen oder Referenden werden alle Mitteilungen, die im Zusammenhang mit diesen Wahlen oder Referenden eingehen, unverzüglich bearbeitet.

Die zuständigen Behörden leiten Beschwerden, die in die Zuständigkeit einer anderen zuständigen Behörde in einem anderen Mitgliedstaat fallen, unverzüglich an diese zuständige Behörde weiter.

Artikel 25

Sanktionen

(1) Die Mitgliedstaaten legen Vorschriften über Sanktionen bzw. andere Maßnahmen fest, die für Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen bei Verstößen gegen die Artikel 5 bis 17, 20 und 21 erforderlich sind, und ergreifen alle erforderlichen Maßnahmen, damit diese zeitnah umgesetzt werden.

Die vorgesehenen Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein. Bei der Festlegung der Sanktionen müssen die Mitgliedstaaten die Vorschriften über die Pressefreiheit und die Freiheit der Meinungsäußerung in anderen Medien sowie die für den Journalistenberuf geltenden Vorschriften oder Regeln berücksichtigen.

(2) Der Höchstbetrag der finanziellen Sanktionen, der verhängt werden kann, richtet sich nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens, das Sanktionen unterworfen wird:

- a) 6 % der jährlichen Einnahmen oder des Jahresbudgets des Sponsors bzw. des Anbieters politischer Werbedienstleistungen, je nachdem, welcher Betrag höher ist, oder
- b) 6 % des weltweiten Jahresumsatzes des Sponsors oder Anbieters politischer Werbedienstleistungen im vorangegangenen Geschäftsjahr.

(3) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission diese Vorschriften und Maßnahmen bis zum 10. Januar 2026 mit und melden ihr unverzüglich nachfolgende Änderungen.

(4) Bei der Entscheidung über die Art und die Höhe der Sanktion wird in jedem Einzelfall Folgendes gebührend berücksichtigt:

- a) Art, Schwere, wiederholtes Auftreten 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;
- e) der Umfang der Zusammenarbeit mit der zuständigen Behörde;
- f) gegebenenfalls Größe und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens, das Sanktionen unterworfen wird.

(5) Verstöße gegen die Artikel 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 und 18 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. Die Mitgliedstaaten können auch Zwangsgelder verhängen, um Sponsoren, Anbieter politischer Werbedienstleistungen und Verleger politischer Werbedienstleistungen zu zwingen, einen schwerwiegenden und wiederholten Verstoß gegen diese Verordnung abzustellen.

(6) Bei Verstößen gegen die Pflichten nach den Artikeln 18 und 19 der vorliegenden Verordnung können die Aufsichtsbehörden nach Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 innerhalb ihrer Zuständigkeit 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 18 und 19 der vorliegenden Verordnung kann der Europäische Datenschutzbeauftragte nach Artikel 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 innerhalb seiner Zuständigkeit Geldbußen im Einklang mit Artikel 66 der Verordnung (EU) 2018/1725 bis zu dem in Artikel 66 Absatz 3 jener Verordnung genannten Betrag verhängen.

(8) Die Mitgliedstaaten erstatten der Kommission jährlich Bericht über die Sanktionen, die zur Durchsetzung der Bestimmungen dieser Verordnung verhängt wurden, insbesondere über die Art der verhängten Sanktionen und die Höhe der Geldbußen und finanziellen Sanktionen. Die Kommission berücksichtigt diese Informationen bei der Erstellung des Berichts gemäß Artikel 27.

*Artikel 26***Veröffentlichung der Daten von Wahlen und Referenden**

(1) Die Mitgliedstaaten veröffentlichen die Daten ihrer Wahlen und Referenden sowie gegebenenfalls ihrer Wahlzeiträume 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, Referenden sowie gegebenenfalls ihre Wahlzeiträume angeben. Das Portal muss öffentlich zugänglich sein.

KAPITEL V

SCHLUSSBESTIMMUNGEN*Artikel 27***Bewertung und Überprüfung**

Innerhalb von zwei Jahren nach jeder Wahl zum Europäischen Parlament legt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat einen Bericht über die Bewertung und Überprüfung dieser Verordnung vor. Der Bericht wird veröffentlicht und mit ihm wird die Notwendigkeit einer Änderung geprüft, insbesondere im Hinblick auf Folgendes:

- a) den Anwendungsbereich dieser Verordnung und die Begriffsbestimmung der politischen Werbung in Artikel 3 Absatz 2,
- b) die Wirksamkeit dieser Verordnung in Bezug auf spezifische Mittel der politischen Werbung,
- c) die Wirksamkeit der Transparenzmaßnahmen, insbesondere der Erklärungen und Mechanismen zur Identifizierung des politischen Charakters einer Werbedienstleistung oder einer Anzeige im Sinne der Artikel 7 und 8,
- d) die Wirksamkeit der Vorschriften zur Beschränkung der Verarbeitung personenbezogener Daten für die Zwecke der Targeting- und Anzeigeschaltungsverfahren,
- e) die Wirksamkeit der Aufsichts- und Durchsetzungsorganisation sowie Art und Umfang der von den Mitgliedstaaten verhängten Sanktionen,
- f) die Auswirkungen dieser Verordnung auf Medienakteure, die nach Artikel 3 Absätze 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU als Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen eingestuft werden,
- g) die Wirksamkeit dieser Verordnung im Hinblick auf technologische, wissenschaftliche und sonstige Entwicklungen,
- h) die Wechselwirkungen zwischen dieser Verordnung und den in Artikel 2 Absatz 3 genannten Rechtsakten,
- i) die Fortschritte bei der Einrichtung des europäischen Archivs und seines anschließenden Betriebs.

*Artikel 28***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 12 Absatz 6 und Artikel 19 Absatz 5 wird der Kommission für einen Zeitraum von vier Jahren ab dem 9. April 2024 übertragen. Die Kommission erstellt spätestens neun Monate vor Ablauf des Zeitraums von vier Jahren einen Bericht über die Befugnisübertragung. 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 12 Absatz 6 und Artikel 19 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.
- (4) Vor dem Erlass eines delegierten Rechtsakts konsultiert die Kommission die von den einzelnen Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen im Einklang mit den in der Interinstitutionellen Vereinbarung vom 13. April 2016 über bessere Rechtsetzung enthaltenen Grundsätzen.
- (5) Sobald die Kommission einen delegierten Rechtsakt erlässt, übermittelt sie ihn gleichzeitig dem Europäischen Parlament und dem Rat.
- (6) Ein delegierter Rechtsakt, der gemäß Artikel 12 Absatz 6 oder Artikel 19 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 29

Ausschussverfahren

- (1) Die Kommission wird von einem Ausschuss unterstützt. Dieser Ausschuss ist ein Ausschuss im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 182/2011.
- (2) Wird auf diesen Absatz Bezug genommen, so gilt Artikel 5 der Verordnung (EU) Nr. 182/2011.

Artikel 30

Inkrafttreten und Geltungsbeginn

- (1) Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.
- (2) Sie gilt ab dem 10. Oktober 2025. Was den Anwendungsbereich dieser Verordnung betrifft, finden jedoch Artikel 3 und Artikel 5 Absatz 1 ab dem Tag ihres Inkrafttretens Anwendung.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Straßburg am 13. März 2024.

Im Namen des Europäischen Parlaments

Die Präsidentin

R. METSOLA

Im Namen des Rates

Die Präsidentin

H. LAHBIB