



Bruxelles, den 13. december 2022
(OR. en)

**Interinstitutionel sag:
2021/0381(COD)**

**16013/1/22
REV 1**

**AG 159
COMPET 1027
INST 460
PE 154
DATAPROTECT 360
FREMP 269
CONSOM 338
TELECOM 524
AUDIO 139
MI 937
DISINFO 107
FIN 1356
CODEC 2009**

RESULTAT AF DRØFTELSENE

fra: Generalsekretariatet for Rådet
til: delegationerne

Tidl. dok. nr.: 15669/22

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

Vedr.: Forslag til EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING om
gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame
– Generel indstilling

Vedlagt følger til delegationerne i bilaget til denne note teksten til den generelle indstilling, som Rådet (almindelige anliggender) nåede frem til på samlingen den 13. december 2022.

Forslag til
EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING
om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR –

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 16 og 114,

under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen,

efter fremsendelse af udkast til lovgivningsmæssig retsakt til de nationale parlamenter,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg¹,

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget²,

efter den almindelige lovgivningsprocedure, og

¹ EUT C , , s. .

² EUT C , , s. .

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Udbuddet af og efterspørgslen efter politisk reklame er stigende og har stadig oftere grænseoverskridende karakter. Et stort og stigende antal forskelligartede tjenester er forbundet med denne aktivitet, f.eks. politiske konsulentfirmaer, reklamebureauer, platforme for annonceringsteknologi, PR-virksomheder, influencere og diverse dataanalyse- og mæglervirksomheder. Politisk reklame kan optræde i mange former, herunder med betalt indhold, sponsorerede søgeresultater, betalte målrettede budskaber, promovering i rangordningen, promovering af noget eller nogen, der er integreret i indholdet såsom produktplacering, influencere og andre anbefalinger. Relaterede aktiviteter kan f.eks. omfatte udbredelse af politisk reklame på en sponsors anmodning eller udgivelse af indhold mod betaling.
- (2) Politisk reklame kan udbredes eller udgives på tværs af grænserne på forskellige måder og ved hjælp af forskellige medier. Det kan udbredes eller udgives via traditionelle offline medier såsom aviser, TV og radio og også i stigende grad via onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer, computerspil og andre digitale grænseflader. Sidstnævnte er ikke kun særligt egnede til at blive udbudt på tværs af grænserne, men medfører også nye og vanskelige udfordringer i relation til regulering og håndhævelse. Brugen af politisk reklame online er stærkt stigende, og visse lineære former for politisk reklame offline såsom radio og TV udbydes også online som on demand-tjenester. Der er en tendens til, at politiske reklamekampagner organiseres ved brug af en række forskellige medier og udtryksformer.
- (3) Da reklame, herunder politisk reklame, normalt udføres mod betaling, **hvilket kan omfatte en naturalydelse**, udgør dette en tjenesteydelse i henhold til artikel 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde ("TEUF"). I erklæring nr. 22 om handicappede, der er knyttet som bilag til Amsterdamtraktaten, vedtog man på konferencen mellem repræsentanterne for medlemsstaternes regeringer, at Unionens institutioner i forbindelse med udarbejdelsen af foranstaltninger i henhold til artikel 114 i TEUF skal tage hensyn til behovene hos personer med handicap.

(4) Behovet for at sikre gennemsigtighed er et berettiget formål i samfundets interesse, der er i overensstemmelse med de værdier, som EU og medlemsstaterne deler, jf. artikel 2 i traktaten om Den Europæiske Union ("TEU"). Det er ikke altid let for borgerne at genkende politiske annoncer og udøve deres demokratiske rettigheder på et oplyst grundlag. ***Stadig mere sofistikeret desinformation, diversificering af aktører, hurtig udvikling af nye teknologier og øget udbredelse af manipulerende indblanding udgør væsentlige udfordringer for Unionen og medlemsstaterne. Politisk reklame kan ligge til grund for desinformation, navnlig hvis dens politiske karakter ikke afsløres i reklamen samt i tilfælde, hvor reklamen er målrettet eller forstærket.*** En høj grad af gennemsigtighed er nødvendig, bl.a. for at understøtte en åben og fair politisk debat med ***henblik på at sikre demokratiske politiske kampagner*** og frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og for at bekæmpe desinformation og ulovlig indblanding, herunder fra tredjelande. [...].

Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bidrager til i højere grad at gøre vælgerne i stand til at forstå, hvornår de står over for en politisk annonce, på hvis vegne den pågældende annonce er lavet, og hvordan de målrettes af en reklametjenesteudbyder, således at vælgerne er bedre rustet til at træffe et kvalificeret valg.

(4a) Hensigten med denne forordning er at sikre, at politisk reklame leveres under fuld overholdelse af de grundlæggende rettigheder, herunder bl.a. databeskyttelsesrettigheder.

- (5) I forbindelse med politisk reklame *anvendes der hyppigt* målretnings- og forstærkningsteknikker *baseret på behandling af personoplysninger, herunder observerede og afledte personoplysninger, såsom oplysninger, der afslører politiske holdninger og andre særlige kategorier af oplysninger* [...]. Målretning [...] skal forstås som teknikker, der enten anvendes til at kun rette en [...] politisk annonce mod en bestemt person eller en gruppe af personer, *normalt med skræddersyet [...] indhold, baseret på behandling af personoplysninger, uanset hvordan personoplysningerne er blevet indhentet. Forstærkningsteknikker, der omfatter en bred vifte af teknikker til optimering og reklamelevering, har til formål* [...] at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk annonce *baseret på behandling af personoplysninger, uanset hvordan personoplysningerne er blevet indhentet*. Med tanke på at målretningen medfører magt og potentielt misbrug af personoplysninger, herunder *gennem [...] mikromålretning* og andre avancerede teknikker, kan sådanne teknikker udgøre en særlig trussel mod legitime samfundsmæssige interesser såsom retfærdighed, ligestilling og gennemsigtighed i valgprocessen samt den grundlæggende ret til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde.
- (6) Politisk reklame reguleres i øjeblikket på forskellige måder i medlemsstaterne, som i mange tilfælde har en tendens til at fokusere på traditionelle medieformer. Der findes specifikke restriktioner, herunder for grænseoverskridende levering [...] af politiske reklametjenester. Nogle medlemsstater forbyder EU-tjenesteudbydere, der er etableret i andre medlemsstater, at levere tjenester af politisk karakter eller med et politisk formål i valgperioder. Samtidig er der sandsynligvis mangler og smuthuller i nogle medlemsstaters nationale lovgivning, hvilket kan føre til, at politisk reklame undertiden udbredes uden hensyn til relevante nationale regler og dermed risikerer at være til skade for målet om gennemsigtighed i reguleringen af politisk reklamevirksomhed.
- (7) For at skabe større gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, herunder for at imødekomme borgernes bekymringer, har nogle medlemsstater allerede undersøgt eller overvejer yderligere foranstaltninger for at sikre gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og støtte en fair politisk debat samt frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger. Disse nationale foranstaltninger overvejes navnlig for reklame, der udgives og udbredes online, og kan omfatte yderligere forbud. Foranstaltningerne varierer fra bløde til bindende foranstaltninger og indebærer forskellige elementer af gennemsigtighed.

- (8) Denne situation fører til fragmentering af det indre marked, mindsker retssikkerheden for udbydere af politiske reklametjenester, der udarbejder, placerer, *promoverer*, udgiver eller formidler politiske annoncer, skaber hindringer for den frie bevægelighed for relaterede tjenesteydelser, forvrider konkurrencen i det indre marked, herunder mellem offline- og onlinetjenesteudbydere, og den kræver en kompliceret indsats for overholdelse samt yderligere omkostninger for relevante tjenesteudbydere.
- (9) I denne forbindelse er det sandsynligt, at leverandører af politiske reklametjenester afskrækkes fra at udbyde deres politiske reklametjenester i grænseoverskridende situationer. Dette gælder især mikrovirksomheder og SMV'er, som i mange tilfælde ikke har ressourcer til at absorbere eller overvælde de høje efterlevelseseomkostninger på senere led i forbindelse med udarbejdelse, placering, *promovering*, udgivelse eller udbredelse af politisk reklame i mere end én medlemsstat. Dette begrænser tilgængeligheden af tjenester og har en negativ indvirkning på tjenesteudbydernes mulighed for at innovere og tilbyde multimediekampagner og multinationale kampagner i det indre marked.
- (10) Der bør derfor sikres en konsekvent og høj grad af gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame i hele Unionen, når der leveres politiske reklametjenester, samtidig med at forskelle, der hæmmer den frie bevægelighed for relaterede tjenester i det indre marked, bør forhindres ved at indføre ensartede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politiske reklametjenester, som skal sikre ensartet beskyttelse af rettigheder for personer og tilsyn i hele det indre marked på grundlag af artikel 114 i TEUF.
- (11) Medlemsstaterne bør i national ret ikke opretholde eller indføre bestemmelser *om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, der* fraviger dem, der er fastsat i denne forordning, navnlig strengere eller lempeligere bestemmelser, for at sikre et andet gennemsigtighedsniveau for så vidt angår politisk reklame. Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene til politiske annoncer øger retssikkerheden og mindsker fragmenteringen af de forpligtelser, som tjenesteudbydere skal opfylde i forbindelse med politisk reklame.

- (12) Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene bør ikke berøre friheden for udbydere af politiske reklametjenester til på frivillig basis at give yderligere oplysninger om politisk reklame, *f.eks. en specifik politisk onlineannonces klikrate*, som en del af ytrings- og informationsfriheden, der er beskyttet i artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder.
- (13) Denne forordning *begrænser sig til harmonisering af reglerne om gennemsigtighed og målretning og forstærkning af politisk reklame. Den [...] berører [...] hverken indholdet i politiske annoncer [...] eller Unionens eller medlemsstaternes regler, der regulerer andre aspekter vedrørende politisk reklame end dem, der er omfattet af denne forordning. Denne forordning ændrer som sådan ikke de regler, der regulerer gennemførelse og finansiering af politiske kampagner, herunder generelle forbud mod eller begrænsninger af politisk reklame i bestemte perioder, de såkaldte tavshedsperioder, donationer fra individuelle kampagnedonorere eller forbud vedrørende anvendelse af kommercielle reklamer til valgkampagner [...] [...].*
- (13a) *Der bør tages hensyn til mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders særlige behov ved anvendelsen og håndhævelsen af denne forordning i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet. Begrebet mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder bør forstås som defineret i artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU.*

- (14) Forordningen bør indeholde harmoniserede gennemsigtighedskrav, der gælder for økonomiske aktører, der udbyder politisk reklame og relaterede tjenester (dvs. aktiviteter, der normalt udføres mod betaling), *hvilket kan omfatte en naturalydelse*. Disse tjenester består navnlig i udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politiske *annoncer*[...]. Reglerne i denne forordning, som skal sikre en høj grad af gennemsigtighed i politiske reklametjenester, bygger på artikel 114 i TEUF. Denne forordning bør også omhandle anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med [...] politisk reklame, der *er baseret på* [...] behandling af personoplysninger, *uanset om dette involverer en tjeneste*. De regler i denne forordning, der omhandler anvendelsen af målretning og forstærkning, er baseret på artikel 16 i TEUF. Politisk reklame rettet mod enkeltpersoner i en medlemsstat bør omfatte politisk reklame, der udelukkende er udarbejdet, placeret, *promoveret*, [...] udgivet *eller udbredt* af tjenesteudbydere, som er etableret uden for Unionen, men som formidles til enkeltpersoner i Unionen. For at afgøre, om en politisk annonce er målrettet enkeltpersoner i en medlemsstat, bør der tages hensyn til faktorer, der knytter den til den pågældende medlemsstat, herunder sprog, sammenhæng, formålet med annoncen og dens udbredelsesmetoder.
- (14a) Der bør ved anvendelsen af denne forordning tages hensyn til de særlige forhold, der gør sig gældende for mediet til udgivelse eller udbredelse af den politiske annonce, navnlig for at tilpasse vilkårene til tv, radio og aviser, alt efter hvad der er relevant i overensstemmelse med EU-retten.*
- (15) Der findes ingen eksisterende definition af politisk reklame eller politisk annonce på EU-plan. Der er behov for en fælles definition for at fastlægge anvendelsesområdet for de harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser og regler om målretning og forstærkning. Denne definition bør dække mange former, som politisk reklame kan antage, og alle midler og former for udgivelse eller udbredelse inden for Unionen, uanset om kilden befinder sig i Unionen eller i et tredjeland.

- (16) Definitionen af politisk reklame bør omfatte reklame, der *udarbejdes, placeres, promoveres*, udgives eller udbredes direkte eller indirekte af eller *udarbejdes, placeres, promoveres*, udgives eller udbredes direkte eller indirekte for eller på vegne af en politisk aktør. *Politisk reklame kontrolleres normalt direkte eller indirekte af en sponsor, som kan være en politisk aktør, og som navnlig vil være i stand til at bestemme den politiske karakter, indholdet eller udgivelsen af den politiske reklame, der udarbejdes, placeres, promoveres, udgives eller udbredes. Nogle gange kan en anden enhed i sidste ende udøve faktisk kontrol over sponsorens relevante afgørelser ved at yde finansiering eller ved hjælp af andre former for kontrol, herunder virksomhedskontrol. Det bør derfor sikres, at de gennemsigtighedsstandarder, der er fastsat i denne forordning, omfatter sådanne situationer.* Da annoncer fra, for eller på vegne af en politisk aktør ikke kan adskilles fra deres aktiviteter i deres rolle som politisk aktør, formodes de at kunne påvirke den politiske debat, bortset fra budskaber af udelukkende privat eller kommerciel karakter. *For at afgøre, om et budskab er af rent privat eller rent kommerciel karakter, bør der tages hensyn til alle relevante faktorer såsom dets indhold, det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, herunder den periode, hvori det udbredes, formålet med budskabet og de midler, hvormed budskabet promoveres, udgives eller udbredes, og målgruppen. Budskaber for eller på vegne af en politisk aktør, som promoveres, udgives eller udbredes til et potentielt ubegrænset antal tredjeparter, bør ikke betragtes som rent private.*

- (17) Andre aktørers *promovering*, udgivelse eller udbredelse af et budskab, der kan *og har til formål* at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, *eller stemmeadfærden, eller* en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces [...] [...] *på EU-plan, nationalt, regionalt eller lokalt plan eller på politisk partiplan*, bør også udgøre politisk reklame. *Der bør være en klar og væsentlig forbindelse mellem budskabet og dets potentiale til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller en afstemningsadfærd.* For at afgøre, om *der er en sådan forbindelse*, [...] bør der tages hensyn til alle relevante faktorer såsom *budskabets sponsor*, budskabets indhold, det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, *herunder den periode, hvori det udbredes, som f.eks. en valgperiode*, formålet med budskabet, [...] de midler, hvormed budskabet *promoveres*, udgives eller udbredes, *og målgruppen*. Budskaber om samfundsmæssige eller kontroversielle spørgsmål (*så kaldt "emnebaseret reklame"*) kan[...] være tilbøjelige *og udformet* til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller stemmeadfærden.
- (18) *For at sikre effektiv kommunikation med den brede offentlighed bør offentlig kommunikation fra, for eller på vegne af enhver offentlig myndighed i en medlemsstat, herunder regeringsmedlemmer, f.eks. pressemeddelelser eller konferencer, der annoncerer lovgivnings- eller reguleringsmæssige initiativer og redegør for det politiske valg, der ligger til grund for sådanne initiativer, ikke udgøre politisk reklame, forudsat at den ikke har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces. På samme måde* bør praktiske oplysninger fra officielle kilder *i medlemsstaterne eller Unionen*, der *alene* omhandler tilrettelæggelsen af og vilkårene for deltagelse i valg eller folkeafstemninger, *herunder kandidaturerne eller emnet for det spørgsmål, der skal sættes til folkeafstemning, heller ikke* udgøre politisk reklame.

- (18a) *Denne forordning bør ikke finde anvendelse, hvis der ved lov er fastsat bestemmelser om et offentligt rum, som er forbeholdt præsentation af kandidater, og som tildeles gratis, f.eks. ved at afsætte plads til sådanne præsentationer i kommunerne og inden for andre offentlige områder eller i en bestemt sendetid på tv, hvis dettesker på en retfærdig og ikkediskriminerende måde på grundlag af gennemsigtige og objektive kriterier.*
- (19) Politiske *holdninger* [...], som kommer til udtryk *i et hvilket som helst medie under redaktionelt ansvar, herunder, men ikke begrænset til*, programmer for audiovisuelle *medietjenester som defineret i artikel 1, stk. 1, litra a), i direktiv 2010/13/EU, i lineære og ikkelineære radioudsendelser* [...], [...] udgivet i trykte *eller online* medier, [...] *medmindre der er fastsat et specifikt vederlag for eller i forbindelse med tilkendegivelsen af den politiske holdning*[...], bør ikke omfattes af denne forordning.
- (20) Ved valg forstås i denne forordning valg til Europa-Parlamentet samt alle valg eller folkeafstemninger, der afholdes på nationalt, regionalt og lokalt plan i medlemsstaterne, samt valg til et politisk partis ledelse. Forordningen bør ikke omhandle andre former for valg såsom *faglige afstemninger eller* afstemninger, der afholdes i privat regi.
- (21) Det er nødvendigt at definere politisk annonce som et konkret tilfælde af politisk reklame. Annoncer omfatter de metoder, der anvendes til at formidle reklamebudskabet, herunder på tryk, via radio- og TV-medier eller via onlineplatformstjenester.
- (22) Politiske aktører som omhandlet i denne forordning bør henvise til begreber, der er defineret i EU-retten og i national ret i overensstemmelse med internationale retsfor skrifter såsom Europarådets. Begrebet politiske *aktører*[...] bør omfatte [...] *et politisk partis* tilknyttede organer og underordnede organer, som er etableret med eller uden status som juridisk person med henblik på at støtte *det* [...] eller forfølge *dets* [...] mål, f.eks. ved at gå i dialog med en bestemt gruppe af vælgere eller med henblik på et særligt valgformål.

- (23) Begrebet politiske aktører bør også omfatte *kandidater til eller indehavere af ethvert folkevalgt embede*, [...] [...] [...] og medlemmer af *medlemsstaters* regeringer på [...] nationalt, regionalt eller lokalt plan *eller af Unionens institutioner, bortset fra Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten*. [...].
- (24) En politisk reklamekampagne skal forstås som udarbejdelse, *placering, promovering*, udgivelse og udbredelse af en række sammenhængende annoncer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame på grundlag af fælles udarbejdelse, sponsorering og finansiering. [...].
- (25) Definitionen af politisk reklame bør ikke berøre nationale definitioner af politiske partier, politiske mål eller valgkampagner *og heller ikke ændre eller gribe ind i kampagneregler* [...] på nationalt plan.
- (25a) *Definitionen af politisk aktør griber ikke ind i nationale regler om, hvem der kan føre en politisk kampagne, og bør ikke forpligte medlemsstaterne til at fastlægge sådanne regler.*
- (26) For at dække den brede vifte af relevante tjenesteudbydere, der er knyttet til politiske reklametjenester, bør udbydere af politiske reklametjenester forstås således, at de omfatter udbydere, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse [...] *eller* udbredelse af politiske *annoncer* [...]. *Udbydere, der udelukkende leverer accessoriske tjenester i forbindelse med politiske reklametjenester, bør ikke forstås som udbydere af politiske reklametjenester i denne forordnings forstand. Accessoriske tjenester er tjenester, som typisk er afhængige af og supplerer en politisk reklametjeneste, men som ikke har direkte indflydelse på indholdet eller præsentationen af politiske annoncer eller direkte kontrol over deres udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse. Sådanne tjenester omfatter f.eks. posttjenester, trykktjenester, grafisk, lyd-mæssigt eller fotografisk design, "ren videreformidling", "caching" og "cloudcomputingtjenester" som defineret i forordning (EU) 2022/xxx [forordningen om digitale tjenester].*

- (26a) *Udgivere af politisk reklame bør forstås som udbydere af politiske reklametjenester, normalt sidst i kæden af tjenesteudbydere, der udgiver og udbreder politisk reklame ved hjælp af radio og TV, giver adgang via en grænseflade eller på anden måde bringer den ud i offentligheden.*
- (26b) *En sponsor bør forstås som den person eller enhed, på hvis vegne den politiske annonce udarbejdes, placeres, promoveres, udgives eller udbredes, f.eks. en individuel kandidat til et valg, en registreret tredjepart eller et politisk parti, og som normalt er den person eller enhed, der yder betaling som modydelse for politiske reklametjenester.*
- (27) Begrebet politiske reklametjenester bør ikke omfatte budskaber, der udveksles mellem enkeltindivider i deres egenskab af privatpersoner. Enkeltindivider bør *imidlertid* ikke anses for at handle i deres egenskab af privatperson, hvis de er ophavsmand til budskaber, hvis udbredelse eller udgivelse betales af *en tredjepart*[...].
- (28) Når *sponsoren erklærer, at en reklame* [...] [...] er [...] politisk [...], bør dette klart angives over for andre tjenesteudbydere, der er involveret i de politiske reklametjenester. *Sponsoren bør fremsætte denne erklæring sandfærdigt.* Når [...] *en reklame* [...] er klassificeret som politisk [...], skal den videre udbredelse heraf desuden stadig opfylde gennemsigtighedskravene. Når *politiske annoncer som defineret i denne forordning* f.eks. [...] deles mellem personer på almindelig vis, bør reklamen stadig kategoriseres som politisk reklame. *Undladelse af at handle i god tro inden for rammerne af en kontrakt bør være underlagt kontraktligt ansvar.*

- (28a) Eftersom det er vigtigt at garantere navnlig gennemsigtighedskravenes effektivitet, bør sponsorer og udbydere af politiske reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, på tro og love videregive relevante oplysninger fuldstændigt og nøjagtigt og rettidigt for at gøre det muligt for de andre udbydere af politiske reklametjenester i kæden at overholde forordningen. Når den politiske reklameudgiver er den eneste udbyder af politiske reklametjenester, bør sponsoren meddele sådanne oplysninger til den politiske reklameudgiver. I tilfælde af en erklæring, der er åbenbart urigtig, eller oplysninger, der er åbenbart urigtige, bør udbydere af reklametjenester anmode sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på sponserers vegne, om at rette deres erklæring.*
- (28b) En erklæring bør anses for at være åbenbart urigtig, eller oplysninger for at være åbenbart urigtige, hvis det fremgår af annoncens indhold, sponsorens identitet eller den sammenhæng, hvori den relevante tjeneste leveres, uden yderligere verifikation eller udredning.*
- (29) De regler om gennemsigtighed, som er fastsat i denne forordning, bør kun finde anvendelse på politiske reklametjenester, dvs. politisk reklame, der normalt udbydes mod betaling, hvilket kan omfatte en naturalydelse. Gennemsigtighedskravene bør ikke finde anvendelse på indhold, der uploades af en bruger af en onlineformidlingstjeneste, såsom en onlineplatform, og udbredes af onlineformidlingstjenesten uden at tage hensyn til placering, udgivelse eller udbredelse af det specifikke budskab, medmindre brugeren er blevet aflønnet af en tredjepart for den politiske annonce.
- (30) Gennemsigtighedskravene bør heller ikke finde anvendelse på udveksling af oplysninger via elektroniske kommunikationstjenester såsom elektroniske meddelelsetjenester eller telefonsamtaler, så længe det ikke indebærer nogen politisk reklametjeneste.

(31) Ytrings- **og informations**friheden som er beskyttet ved artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder omfatter en persons ret til at have politiske meninger, modtage og meddele politiske oplysninger og dele politiske tanker. Enhver begrænsning af **denne frihed** [...] skal være i overensstemmelse med artikel 52 i chartret om grundlæggende rettigheder. **Denne** [...] [...] frihed kan gøres til genstand for ændringer og begrænsninger, hvis de er begrundet i legitime samfundsmæssige hensyn og er i overensstemmelse med EU-rettens almindelige principper om eksempelvis proportionalitet og retssikkerhed. Dette er bl.a. tilfældet, når de politiske idéer formidles via udbydere af reklametjenester.

(31a) Denne forordning bør ikke indebære, at medlemsstaterne skal træffe foranstaltninger, som strider mod grundlæggende principper om ytringsfrihed, navnlig pressefrihed og frihed til at udtrykke sig i andre medier, som følger af forfatningsmæssige traditioner, eller regler om pressens eller andre mediers rettigheder og ansvar samt om de proceduremæssige garantier herfor, for så vidt disse regler vedrører fastlæggelse eller begrænsning af ansvar.

(32) For så vidt angår onlineformidlere finder forordning (EU) 2022[...] /XX [forordningen om digitale tjenester] anvendelse på politiske annoncer, der udgives eller udbredes af onlineformidlere gennem horisontale regler, der finder anvendelse på alle former for onlinereklame, herunder kommercielle og politiske annoncer. De gennemsigtighedskrav, der er fastsat for reklameudgivere, der er omfattet af anvendelsesområdet for forordning (EU) 2022[...] /XX [forordningen om digitale tjenester], navnlig meget store **online**platforme, bør beskrives i yderligere detaljer på grundlag af den i denne forordning fastsatte definition af politisk reklame. Dette gælder især oplysninger om finansiering af politiske annoncer. Kravene i denne forordning berører ikke bestemmelserne i forordningen om digitale tjenester, herunder hvad angår risikovurderings- og risikobegrænsningsforpligtelser for meget store onlineplatforme i forbindelse med deres reklamesystemer.

- (33) Udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen og udbredelsen af politiske *annoncer*[...] kan omfatte en kompleks kæde af tjenesteudbydere. Dette er særlig tilfældet, hvis valget af reklameindhold, valget af målretnings- og *forstærknings*kriterier, leveringen af data, der anvendes til målretning og *forstærkning* af en annonce, bestemmelserne om målretnings- og *forstærkning*steknikker, leveringen af en annonce og udbredelsen heraf kan være kontrolleret af forskellige tjenesteudbydere. F.eks. kan automatiserede tjenester støtte matchning af profilen af brugeren af en grænseflade med det reklameindhold, der leveres, ved hjælp af personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra brugeren af tjenesten og ud fra brugernes onlineadfærd og afledte data.
- (34) I betragtning af betydningen af navnlig at sikre effektiviteten af gennemsigtighedskravene, bl.a. for at lette tilsynet med overholdelsen af dem, bør udbydere af politiske reklametjenester sikre, at de relevante oplysninger, som de indsamler i forbindelse med leveringen af deres tjenester, herunder angivelse af, at en annonce er politisk, *er fuldstændig og nøjagtig og* formidles til den politiske reklameudgiver, som offentliggør den politiske annonce. For at støtte en effektiv gennemførelse af dette krav og en rettidig og nøjagtig formidling af disse oplysninger bør udbydere af politiske reklametjenester *videregive disse oplysninger samtidig med leveringen af den relevante tjeneste og* berede sig på at støtte en automatiseret videregivelse af oplysninger mellem udbydere af politiske reklametjenester. *Når en udbyder af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at de oplysninger, som den pågældende har videregivet, er blevet ajourført, bør vedkommende sikre, at disse ajourførte oplysninger meddeles til de relevante politiske reklameudgivere.*
- (34a) *Udbydere af politiske reklametjenester bør anses for at være opmærksomme på, at oplysningerne bør ajourføres, når sponsoren eller tjenesteudbyderen, der handler på dennes vegne, underretter udbyderen af politiske reklametjenester om en relevant ændring. Politiske reklameudgivere kan også blive opmærksomme på et sådant behov for ajourføring gennem den meddelelsesmekanisme, der er fastsat i denne forordning.*

- (34b) Hvis udbydere af politiske reklametjenester[...] får kendskab til en åbenbar fejl, unøjagtighed eller ufuldstændighed i de meddelte oplysninger, bør disse udbydere af politiske reklametjenester gøre en rimelig indsats for at sikre, at en sådan åbenbar fejl, unøjagtighed eller ufuldstændighed rettes, navnlig ved at oplysningerne bekræftes af udbyderen af politiske reklametjenester, eller, hvis det er relevant, sponsoren selv. Dette bør ikke udgøre en generel forpligtelse for udbyderen af politiske reklametjenester til at overvåge sandfærdigheden af erklæringer vedrørende annoncens politiske karakter eller til at indlede urimelig eller omkostningskrævende udredning. Der kan også gøres en rimelig indsats i de kontraktlige aftaler mellem udbydere af politiske reklametjenester og med sponsoren, hvis det er relevant. Kontraktlige aftaler mellem tjenesteudbydere og sponsorer bør muliggøre videregivelse af oplysninger mellem udgiveren og sponsoren, f.eks. i tilfælde af manglende oplysninger eller indstilling af politisk reklame.**
- (34c) En rimelig indsats bør omfatte omhyggelige og objektive skridt såsom at kontakte sponsoren eller den pågældende udbyder af politiske reklametjenester for at supplere eller rette oplysningerne. Der bør tages hensyn til arten og betydningen af de fejlagtige eller manglende oplysninger i forbindelse med kravene i denne forordning.**
- (35) I situationer, hvor der som følge af en kunstig kommerciel eller aftalt konstruktion er fare for, at de i **denne**[...] forordning fastsatte gennemsigtighedsforpligtelser omgås, bør disse forpligtelser finde anvendelse på den eller de enheder, der rent faktisk leverer reklametjenesten.
- (36) [...]

- (37) Selv om der fastsættes specifikke krav, bør ingen af de forpligtelser, der fastsat i denne forordning, forstås således, at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig tilsynsforpligtelse for så vidt angår politisk indhold, der deles af fysiske eller juridiske personer, eller at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig forpligtelse til at træffe proaktive foranstaltninger i forbindelse med ulovligt indhold eller ulovlige aktiviteter, som disse udbydere videregiver eller lagrer.
- (38) Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bør give borgerne mulighed for at forstå, at de har med en politisk annonce at gøre. Politiske reklameudgivere bør sikre, at der **sammen med** [...] hver politisk annonce offentliggøres en klar erklæring om, at der er tale om en politisk annonce, samt oplysninger om sponsors identitet. Hvis det er relevant, kan sponsors navn omfatte et politisk logo. **Hver politisk annonce bør, hvis det er relevant, gøres tilgængelig sammen med en erklæring om, at den politiske annonce er blevet målrettet eller forstærket.** Politiske reklameudgivere bør gøre brug af mærkning, der fungerer efter hensigten, under hensyntagen til udviklingen inden for relevant videnskabelig forskning og bedste praksis for så vidt angår gennemsigtighed ved hjælp af mærkning af reklamer. **Visningen af erklæringen og sponsors navn kan variere afhængigt af de anvendte midler. For så vidt angår radiospredningstjenester kan der f.eks. gøres brug af en forudgående eller efterfølgende erklæring.** Politiske reklameudgivere [...] bør også sikre, at der **sammen med** [...] hver politisk annonce offentliggøres oplysninger, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, og som enten kan være omfattet af selve annoncen eller formidles af udgiveren på dennes websted via et link, **en Quick Response-kode ("QR-kode")** eller en tilsvarende klar og brugervenlig henvisning, der indgår i annoncen.

(39) Disse oplysninger bør angives i en gennemsigtighedsmeddelelse, der også bør omfatte sponsors identitet **og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren**, med henblik på at støtte ansvarligheden i den politiske proces. Det bør klart angives, hvor sponsoren er etableret, og hvorvidt sponsoren er en fysisk eller juridisk person. Personoplysninger om enkeltpersoner, der er involveret i politisk reklame, og som ikke har forbindelse til sponsoren eller en anden involveret politisk aktør, bør ikke angives i gennemsigtighedsmeddelelsen. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør også indeholde oplysninger om udbredelsesperioden, ethvert dermed forbundet valg, udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist for den specifikke annonce samt for hele reklamekampagnen, kilden til de anvendte midler og andre oplysninger til sikring af en rimelig udbredelse af den politiske annonce. Oplysninger om kilden til de anvendte midler vedrører f.eks. deres offentlige eller private oprindelse, **og** hvorvidt den har oprindelse i eller uden for Den Europæiske Union. Oplysninger om tilknyttede valg eller folkeafstemninger bør så vidt muligt omfatte et link til oplysninger fra officielle kilder om afholdelsen af og bestemmelserne for deltagelse eller fremme af deltagelse i de pågældende valg eller folkeafstemninger. **Gennemsigtighedsmeddelelsen bør være tilgængelig, straks når reklamen udgives eller udbredes, og de oplysninger, der vises, bør ajourføres, alt efter hvad der er relevant.** Gennemsigtighedsmeddelelsen bør endvidere indeholde oplysninger om, hvordan politiske annoncer anmeldes i overensstemmelse med den procedure, der er fastsat i denne forordning. Dette krav bør ikke berøre bestemmelserne om meddelelse i henhold til artikel 14, 15 og 19 i forordning (EU) 2022[...]XXX [forordningen om digitale tjenester]. **Udbydere af politiske reklametjenester bør gøre en rimelig indsats for at sikre, at oplysningerne er fuldstændige og nøjagtige.**

- (40) De oplysninger, der skal indgå i gennemsigtighedsmeddelelsen, bør fremgå af selve annoncen eller være lette at finde på basis af en angivelse i annoncen. ***Visningen af oplysningerne kan variere afhængigt af de anvendte midler. Med henblik på at sikre, at det er let at få fat på oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen i offlineannoncer, kan der f.eks. anvendes et særligt link til websiden, en Quick Response-kode ("QR-kode") eller tilsvarende brugervenlige tekniske foranstaltninger.*** Kravet om, at oplysningerne om gennemsigtighedsmeddelelsen bl.a. skal være klart synlige, bør indebære, at de indtager en fremtrædende plads i eller sammen med annoncen. Kravet om, at de oplysninger, der offentliggøres i gennemsigtighedsmeddelelsen, skal være let tilgængelige, maskinlæsbare, hvis det er teknisk muligt, og brugervenlige bør medføre, at behovene hos personer med handicap imødekommes. Bilag I til direktiv (EU) 2019/882 (den europæiske retsakt om tilgængelighed) omfatter tilgængelighedskrav for oplysninger, herunder digitale oplysninger, der bør anvendes for at gøre politiske oplysninger tilgængelige for personer med handicap.
- (41) Gennemsigtighedsmeddelelser bør udformes med henblik på at øge brugernes bevidsthed og bidrage til en klar identifikation af den politiske annonce som værende en sådan. ***Når det er teknisk muligt,*** bør de udformes således, at de fastholdes eller forbliver tilgængelige i tilfælde af, at en politisk annonce udbredes yderligere, f.eks. på en anden platform eller mellem enkeltpersoner. Oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen bør offentliggøres, når udgivelsen af de politiske annoncer påbegyndes ***og indtil udgivelsen afsluttes*** [...]. ***Politiske reklameudgivere bør opbevare deres gennemsigtighedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på fem år efter den sidste udgivelse og efter anmodning stille dem til rådighed.*** De opbevarede oplysninger bør også omfatte oplysninger om politisk reklame, som blev indstillet eller fjernet af udgiveren. ***Udbydere af politiske reklametjenester, som ikke er meget store onlineplatforme som defineret i forordning (EU) 2022/XXX [forordningen om digitale tjenester], bør kunne beslutte, i hvilket format disse oplysninger opbevares.***

- (42) Eftersom politiske reklameudgivere formidler politiske annoncer til offentligheden, bør de offentliggøre eller udbrede disse oplysninger til offentligheden sammen med udgivelsen eller udbredelsen af den politiske annonce. *Hvis den politiske reklameudgiver på en hvilken som helst måde bliver opmærksom på, at en politisk annonce ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, f.eks. efter en individuel meddelelse, bør vedkommende gøre en rimelig indsats for at opfylde kravene i denne forordning. Hvis oplysningerne ikke kan suppleres eller rettes uden unødigt forsinkelse, bør politiske reklameudgivere ikke formidle eller bør indstille udgivelsen eller udbredelsen af politiske annoncer, der ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, til offentligheden. I en sådan situation bør politiske reklameudgivere underrette de pågældende udbydere af politiske reklametjenester og, hvis det er relevant, sponsoren om de rimelige skridt, der er taget for at opfylde kravene i denne forordning. Udgiveren bør underrette sponsoren eller den tjenesteudbyder, der handler på sponsorens vegne, hvis den politiske annonce, som vedkommende sponsorerer, ikke stilles til rådighed eller indstilles.*
- (42a) *Når sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at de oplysninger, der er videregivet til eller offentliggjort af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, bør vedkommende uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og bør, hvis det er relevant, videregive fuldstændige eller rettede oplysninger til den politiske reklameudgiver.*
- (42b) *Kontraktlige aftaler kan indeholde en bestemmelse, der gør det muligt at opkræve et rimeligt gebyr for de foranstaltninger, der træffes for at supplere eller rette oplysningerne.*
- (42c) *Ved opfyldelsen af deres forpligtelser i henhold til denne forordning bør udbydere af politiske reklametjenester handle upartisk og under behørig hensyntagen til de grundlæggende rettigheder og andre rettigheder og legitime interesser. Udbydere af politiske reklametjenester bør især tage behørigt hensyn til ytringsfriheden og adgang til oplysninger, herunder mediefrihed og mediernes pluralisme.*

- (42d) Desuden bør politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. forordning (EU) 2022[...]/XXX [forordningen om digitale tjenester], **sikre, at** [...] oplysningerne i gennemsigthedsmodellen **gøres** tilgængelige **øjeblikkeligt for hver politisk annonce i**[...] de databaser med annoncer, der offentliggøres i henhold til artikel 39 [...] i nævnte forordning [forordningen om digitale tjenester]. **Sådanne oplysninger bør holdes ajour og stilles til rådighed i overensstemmelse med en aftalt branchestandard for tilgængelighed, datastruktur og adgang ved hjælp af en fælles offentligt tilgængelig applikationsprogrammeringsgrænseflade. Det er hensigtsmæssigt at sikre en yderligere detaljeringsgrad af de gennemsigthedskrav, der er fastsat for de databaser, der er omhandlet i artikel 39 i forordning (EU) 2021/XX [forordningen om digitale tjenester]. Dette vedrører hovedsagelig oplysninger om fjernede politiske annoncer og årsagen til deres tilbagetrækning, navnlig oplysninger om tilfælde, hvor politiske annoncer er blevet fejlagtigt mærket eller ulovligt målrettet. Desuden kan meget store onlineplatforme offentliggøre andre oplysninger om annoncens indflydelse, herunder oplysninger om klikrate. Andre udbydere af den politiske reklametjeneste bør tilskyndes til at oprette lignende databaser med politiske annoncer.** Dette vil lette det arbejde, der udføres af berørte aktører, herunder forskere, i deres særlige rolle, når det kommer til at støtte frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og fair valgkampagner, bl.a. ved nøje at undersøge sponsorerne af politiske annoncer og analysere det politiskeannoncemiljø.
- (43) I tilfælde, hvor udbyderen af den politiske reklametjeneste, der stiller kapacitet til rådighed for eller på anden måde lagrer og leverer indholdet af en politisk annonce, er forskellig fra udbyderen af den politiske reklametjeneste, som kontrollerer webstedet eller en anden grænseflade, der i sidste ende **viser** [...] den politiske annonce, bør disse sammen betragtes som reklameudgivere med ansvar for den specifikke tjeneste, de yder, således at der sikres mærkning og adgang til gennemsigthedsmeddelelsen og relevante oplysninger. Deres kontraktlige aftaler bør **muliggøre** [...] overholdelse af denne forordning.

- (44) Oplysninger om udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for politiske reklametjenester, kan med fordel bidrage til den politiske debat. Det er nødvendigt at sikre, at der kan skaffes passende overblik over politiske reklameaktiviteter i de årlige rapporter, der udarbejdes af de relevante **udbydere af politiske reklametjenester**[...]. Til støtte for tilsyn og ansvarlighed bør der heri indgå oplysninger om udgifter til målretning **eller forstærkning** af politisk reklame i den relevante periode, fordelt på kampagne eller kandidat. For at undgå uforholdsmæssigt store byrder bør disse rapporteringsforpligtelser vedrørende gennemsigtighed ikke finde anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, **stk. 1**-[...]**3**[...], i direktiv 2013/34/EU.
- (45) Politiske reklameudgivere, der leverer politiske reklametjenester, bør indføre mekanismer, der gør det muligt for **fysiske eller juridiske personer** [...] at meddele reklameudgiverne, at en bestemt politisk annonce, som de har udgivet, ikke opfylder kravene i denne forordning. De mekanismer, der skal anvendes i forbindelse hermed, bør være lette at tilgå og anvende og bør tilpasses den form for reklame, der distribueres af reklameudgiveren. Disse mekanismer bør så vidt muligt kunne tilgås fra selve annoncen, f.eks. på reklameudgiverens websted. **Politiske reklameudgivere bør om nødvendigt indføre tekniske foranstaltninger til sikring af minimumsstandarder for IT-sikkerhed, herunder foranstaltninger til beskyttelse mod automatiserede anmeldelser.** Politiske reklameudgivere bør kunne benytte eksisterende mekanismer, hvis det er relevant. **Eksempelvis kan politiske reklameudgivere, hvis [...] de er udbydere af hostingtjenester, jf. forordningen om digitale tjenester, for så vidt angår politiske annoncer, der hostes på anmodning af modtagerne af tjenesterne, i henhold til artikel 14 i forordningen om digitale tjenester anvende anmeldelsesmekanismen på anmeldelser om sådanne annoncer manglende overholdelse af denne forordning.** [...]

- (45a) Politiske reklameudgivere kan fastsætte særlige former for anmeldelsesmekanismer i henhold til denne forordning med krav om udfyldelse af datafelter som f.eks. oplysninger, der gør det muligt at identificere den annonce, der hævdes at ikke at overholde kravene, en redegørelse for de årsager, der begrundet anmeldelsen, navnet på og en e-mailadresse for den fysiske eller juridiske person, der indgiver anmeldelsen, og en erklæring, hvori det bekræftes, at den pågældende i god tro mener, at oplysningerne deri er nøjagtige.*
- (45b) De politiske reklameudgivere bør gøre en rimelig indsats for omhyggeligt og objektivt og uden unødigt forsinkelse at behandle de anmeldelser, der modtages i henhold til denne forordning. Hvis en anmeldelse indeholder tilstrækkelige oplysninger til, at en omhyggelig politisk reklameudgiver uden at foretage en detaljeret undersøgelse kan konstatere, at en oplysning mangler eller er unøjagtig, bør den politiske reklameudgiver anses for at være bekendt med unøjagtigheden eller ufuldstændigheden og bør skride til handling ved uden unødigt forsinkelse at kontakte de relevante tjenesteudbydere og, hvis det er relevant, sponsoren. Den politiske reklameudgiver bør som minimum efter anmodning underrette de personer, der har foretaget anmeldelsen om opfølgningen på den.*
- (45c) For at sikre, at gennemsigtighedskravene er effektive i forbindelse med et valg eller en folkeafstemning, bør politiske reklameudgivere, som er meget store onlineplatforme som omhandlet i forordning (EU) 2022/XXX [forordningen om digitale tjenester], inden for den sidste måned forud for valget eller folkeafstemningen behandle enhver anmeldelse, som de modtager om annoncer forbundet med det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, inden for 48 timer ved at kontakte de pågældende udbydere af politiske reklametjenester og, hvis det er relevant, sponsoren.*
- (45d) Enhver foranstaltning, der træffes af en politisk reklameudgiver, bør være nøje målrettet, i den forstand at den først og fremmest bør tjene til at rette, supplere de krævede oplysninger og kun som en sidste udvej fjerne specifikke oplysninger, der ikke opfylder kravene i denne forordning, under behørig hensyntagen til ytrings- og informationsfriheden og andre grundlæggende rettigheder.*

- (46) For at give specifikke enheder mulighed for at varetage deres demokratiske funktion bør der fastsættes regler for videregivelse af oplysninger, der offentliggøres sammen med den politiske annonce eller indgår i gennemsigtighedsmeddelelsen, til berørte aktører såsom kontrolunderlagte forskere, journalister, civilsamfundsorganisationer og *anerkendte*[...] valgobservatører med henblik på at støtte deres respektive roller i den demokratiske proces. Udbydere af politiske reklametjenester bør ikke være forpligtede til at besvare anmodninger, der er åbenbart grundløse, *uklare* eller overdrevne. Den relevante tjenesteudbyder bør desuden kunne opkræve et rimeligt gebyr i tilfælde af [...] omkostningskrævende anmodninger under hensyn til de administrative omkostninger, der er forbundet med at give oplysningerne.

(47) Personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra enkeltpersoner eller indirekte som f.eks. via afledte data, hvor enkeltpersoner grupperes efter deres formodede interesser eller udledes af deres onlineaktivitet, adfærdsprofilering og andre analyseteknikker, anvendes i stigende grad til at rette politiske budskaber mod grupper, enkelte vælgere eller enkeltpersoner og til at forstærke deres virkning. På grundlag af behandlingen af personoplysninger, navnlig **særlige kategorier af personoplysninger** [...] i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679³ og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725⁴, kan forskellige grupper af vælgere eller enkeltpersoner segmenteres, og deres karakteristika eller sårbarheder udnyttes, f.eks. ved at udbrede annoncer på bestemte tidspunkter og på specifikke steder med henblik på at udnytte situationer, hvor de ville være følsomme over for en bestemt type oplysninger/budskaber. Dette kan i særlig grad skade borgernes grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder for så vidt angår behandlingen af deres personoplysninger og deres frihed til at modtage objektive oplysninger, til at danne sig deres egen mening, til at træffe politiske beslutninger og til at udøve deres stemmeret. Dette indvirker negativt på den demokratiske proces. Der bør fastsættes yderligere restriktioner og betingelser sammenlignet med forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Betingelserne i denne forordning for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame, bør baseres på artikel 16 i TEUF.

³ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1).

⁴ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39).

- (48) Målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der omfatter behandling **af særlige kategorier** af oplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, bør derfor forbydes.
- Anvendelsen af sådanne teknikker bør kun tillades, hvis de anvendes af de dataansvarlige eller en person, der handler på *deres*[...] vegne, på grundlag af den registreredes udtrykkelige samtykke eller en stiftelse, en sammenslutning eller et andet organ, som ikke arbejder med profit for øje, og hvis sigte er af politisk, filosofisk, religiøs eller fagforeningsmæssig art, som led i deres legitime aktiviteter og med de fornødne garantier, og på betingelse af at behandlingen alene vedrører organets medlemmer, tidligere medlemmer eller personer, der på grund af organets formål er i regelmæssig kontakt hermed, og at personoplysningerne ikke videregives uden for organet uden den registreredes samtykke. Dette bør ledsages af **yderligere** [...] garantier. Samtykke skal forstås som et samtykke som omhandlet i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. **Det** bør [...] ikke være muligt at kunne påberåbe sig de undtagelser, der er fastsat i henholdsvis artikel 9, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2018/1725, ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker til udgivelse, promovning eller udbredelse af politiske reklame, der indebærer i behandling af personoplysninger som omhandlet i artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725. **Anvendelsen af andre bestemmelser i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, herunder bestemmelserne om at give og trække samtykke tilbage, automatiske individuelle afgørelser, herunder profilering og retten til at gøre indsigelse, berøres ikke af nærværende forordning. Med henblik på gennemførelse af kravene i nærværende forordning bør der separat og specifikt med henblik på den politiske reklame gives udtrykkeligt samtykke som omhandlet i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725. Dataansvarlige bør i overensstemmelse med EU-retten sikre, at individuelle afgørelser ikke berøres af mørke mønstre, der forvrider eller forringer selvstændige og informerede afgørelser, herunder forhåndsafkrydsede felter og andre forudindtagede og uigennemsigtige teknikker, som fører eller foranlediger enkeltpersoner til bestemte afgørelser, som de ellers ikke havde truffet. Navnlig bør mekanismerne til at opnå afgørelser fra enkeltpersoner være klare og lette at anvende, og alternativernes relative fremtrædende placering bør ikke søge at påvirke personens afgørelse. De oplysninger, der gives til enkeltpersoner i denne henseende, bør være kortfattede, affattes på et klart og forståeligt sprog og være let, synligt og direkte tilgængelige.**

- (48a) Intern kommunikation fra et politisk parti til dets medlemmer bør ikke anses for at anvende målretningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, så længe den pågældende kommunikation er begrænset til dets medlemmer og bygger på personoplysninger, som disse medlemmer udtrykkeligt har udleveret til formålet.*
- (48b) Meget unge mennesker er en særlig sårbar gruppe, som kan udnyttes gennem misbrug af målretnings- og forstærkningsteknikker. Selv om disse personer endnu ikke har stemmeret, kan der målrettet gås efter dem specifikt for at manipulere debatten. Målretnings- og forstærkningsteknikker, der involverer behandling af personoplysninger for en registreret, om hvem det med rimelig sikkerhed vides, at vedkommende er mindst et år under den valgetsalder, der er fastsat ved nationale regler, bør derfor forbydes i forbindelse med politisk reklame.*

- (49) For at sikre øget gennemsigtighed og ansvarlighed, **og uanset om den politiske reklame involverer en tjeneste eller ej, bør der indføres yderligere garantier** ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, **som ikke er forbudt i henhold til forordningen. Sådanne yderligere krav om gennemsigtighed og ansvarlighed bør gælde dels for behandling, der involverer særlige kategorier af oplysninger, når den registrerede har givet udtrykkeligt samtykke, eller når behandlingen foretages i forbindelse med legitime aktiviteter, jf. artikel 9, stk. 2, a) og d), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra a) og d), i forordning (EU) 2018/1725, dels for behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame, som ikke involverer særlige kategorier af oplysninger. Disse yderligere krav bør supplere eksisterende garantier, herunder dem, der vedrører automatiske afgørelser i overensstemmelse med artikel 22 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 24 i forordning (EU) 2018/1725. [...]De dataansvarlige [...] bør udarbejde, [...] efterleve og offentliggøre** retningslinjer for [...], **hvordan** sådanne teknikker **anvendes**, [...] samt registrere deres relevante aktiviteter. Ved udgivelse, promovring eller udbredelse af en politisk annonce, hvor der gøres brug af målretnings- og forstærkningsteknikker, bør de dataansvarlige sammen med den politiske annonce formidle brugbare oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte målretning og brugen af tredjepartsdata og yderligere analyseteknikker, herunder om målretningen af annoncen blev yderligere optimeret i forbindelse med leveringen.
- (50) Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker, bør i deres gennemsigtighedsmeddelelse medtage oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå fremgangsmåden bag og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger fra tredjemand og yderligere analyseteknikker, der anvendes. [...]

- (50a) *Kravene om gennemsigtighed og ansvarlighed bør gælde for alle dataansvarlige, uanset om den dataansvarlige handler i egen egenskab, sammen med udbyderen af politiske reklametjenester eller er den samme enhed som politisk reklameudgiver.* Hvis de dataansvarlige ikke er de samme som reklameudgiveren, bør de dataansvarlige fremsende de interne retningslinjer til *den* politiske reklameudgiver *og sikre, at de oplysninger, der er nødvendige for at overholde denne forordning, videregives rettidigt og korrekt til den politiske reklameudgiver.*[...]
- (50b) Udbydere af reklametjenester bør[...] videregive de oplysninger, der er nødvendige for at overholde forpligtelserne i denne forordning, til den politiske reklameudgiver. *Videregivelsen* [...]af sådanne oplysninger kan være automatiseret og integreret i de almindelige forretningsprocesser på basis af standarder.
- (51) For yderligere at sætte enkeltpersoner i stand til at udøve deres databeskyttelsesrettigheder bør de politiske reklameudgivere stille yderligere oplysninger og effektive værktøjer til rådighed for den pågældende registrerede til støtte for udøvelsen af deres rettigheder i henhold til EU's databeskyttelsesregler, herunder til at gøre indsigelse mod eller trække deres samtykke tilbage, når de gøres til genstand for en målrettet politiske annonce. Disse oplysninger bør også være let tilgængelige direkte fra gennemsigtighedsmeddelelsen. De værktøjer, der stilles til rådighed for enkeltpersoner til støtte for udøvelsen af deres rettigheder, bør effektivt kunne forhindre, at en enkeltperson gøres til genstand for målrettede politiske annoncer, og forhindre målretning på basis af specifikke kriterier og af en eller flere specifikke dataansvarlige.
- (52) Kommissionen bør tilskynde til udarbejdelse af adfærdskodekser, jf. artikel 40 i forordning (EU) 2016/679, til støtte for udøvelsen af de registreredes rettigheder i denne forbindelse.
- (53) De oplysninger, der skal fremlægges i overensstemmelse med alle de krav, der gælder for anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i henhold til denne forordning, bør vises i et format, der er let tilgængeligt, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

- (54) Der bør fastsættes regler for videregivelse af oplysninger om målretning til andre berørte enheder. Den gældende ordning bør være i overensstemmelse med den ordning for videregivelse af oplysninger, der er knyttet til gennemsigtighedskravene.
- (55) Udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret i et tredjeland, og som præsterer tjenesteydelser i Unionen, bør udpege en bemyndiget retlig repræsentant i Unionen for at muliggøre et effektivt tilsyn i henhold til denne forordning for så vidt angår disse udbydere. Den retlige repræsentant kan være den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 27 i forordning (EU) 2016/679, eller den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 11 i forordning (EU) 2022[...]/xxx [forordningen om digitale tjenester].
- (55a) Den udpegede retlige repræsentant bør lade sig registrere hos en kompetent myndighed, der er udpeget til disse formål. Med henblik på at stille let tilgængelige oplysninger om de udpegede retlige repræsentanter for udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret uden for Unionens område, til rådighed bør den relevante kompetente myndighed online offentliggøre og regelmæssigt ajourføre oplysningerne om retlige repræsentanter på deres område. Kommissionen bør oprette en portal med link til de websteder, som medlemsstaterne stiller til rådighed.***
- (56) For at sikre et effektivt tilsyn inden for rammerne af denne forordning er det nødvendigt at give tilsynsmyndighederne kompetence til at overvåge og håndhæve de relevante regler. Afhængigt af hver enkelt medlemsstats retssystem og i overensstemmelse med gældende EU-ret, herunder forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2022/xxx [forordningen om digitale tjenester], kan der med henblik herpå udpeges forskellige nationale retslige eller administrative myndigheder.

- (57) For så vidt angår tilsyn med onlineformidlingstjenester inden for rammerne af denne forordning bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder og sikre, at et sådant tilsyn stemmer overens med det tilsyn, som føres af de kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til artikel 38 i forordning (EU) [forordningen om digitale tjenester]. Ifølge forordning (EU) [forordningen om digitale tjenester] bør koordinatorene for digitale tjenester i hver medlemsstat under alle omstændigheder være ansvarlige for at sikre koordinering på nationalt plan med hensyn til disse spørgsmål og om nødvendigt indgå i et grænseoverskridende samarbejde med andre koordinatorene for digitale tjenester i overensstemmelse med de mekanismer, der er fastsat i forordning (EU) [forordningen om digitale tjenester]. Som led i anvendelsen af denne forordning bør denne mekanisme begrænses til det nationale samarbejde mellem koordinatorene for digitale tjenester og bør ikke udvides til EU-niveau som fastsat i forordning (EU) [forordningen om digitale tjenester].
- (58) For så vidt angår tilsyn med de aspekter af denne forordning, der ikke henhører under tilsynsmyndighedernes kompetence i henhold til forordning (EU) 2016/679 **og** forordning (EU) 2018/1725, bør medlemsstaterne udpege **relevante** kompetente myndigheder. For at støtte opretholdelsen af de grundlæggende rettigheder og frihedsrettighederne, retsstatsprincippet, de demokratiske principper og borgernes tillid til tilsynet med politiske reklame er det nødvendigt, at disse myndigheder er **upartiske**, strukturelt uafhængige af indblanding udefra eller politisk pres og har passende beføjelser **til** effektivt at overvåge og træffe de nødvendige foranstaltninger til at sikre overholdelsen af denne forordning, navnlig forpligtelserne i artikel 7. **Selv om** medlemsstaterne kan udpege de nationale tilsynsmyndigheder eller -organer, der er udpeget i henhold til artikel 30 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU⁵, **kan de også udpege andre myndigheder såsom valgmyndigheder eller retslige myndigheder.**

⁵ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) (EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1).

- (59) Hvis der allerede findes regler i EU-retten om videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder og samarbejde med og mellem disse myndigheder såsom artikel 9 i forordning (EU) 2021/xxx [forordningen om digitale tjenester] eller reglerne i forordning (EU) 2016/679, bør disse regler finde tilsvarende anvendelse på de relevante bestemmelser i nærværende forordning.
- (59a) For at støtte den effektive anvendelse af, tilsynet med og håndhævelsen af bestemmelserne i denne forordning, og uden at det berører forordning (EU) 2016/679, forordning (EU) 2018/1725 og forordningen om digitale tjenester, er det nødvendigt at fastslå, hvilken kompetent myndighed der bør være ansvarlig, hvis tjenesterne leveres i mere end én medlemsstat, eller hvis tjenesteudbyderen udfører sine primære aktiviteter uden for den medlemsstat, hvor dennes hjemsted eller udpegede repræsentant er beliggende. Hvis en tjenesteudbyder leverer politiske reklametjenester i mere end én medlemsstat, bør den eller de kompetente myndigheder i den medlemsstat, hvor udbyderen af de politiske reklametjenester har sit hjemsted, normalt være ansvarlig for den effektive anvendelse af, tilsynet med og håndhævelsen af bestemmelserne i denne forordning. Ved afgørelsen af, hvor en tjenesteudbyder har sit hjemsted, bør de kompetente myndigheder tage hensyn til, hvor tjenesteudbyderen har sit hovedkontor eller vedtægtsmæssige hjemsted, og hvor de vigtigste økonomiske funktioner og den operationelle kontrol udøves.*
- (59b) Ved udøvelsen af deres undersøgelses- og håndhævelsesbeføjelser bør de kompetente myndigheder i alle medlemsstater samarbejde med og bistå hinanden efter behov. Hvis den formodede overtrædelse af denne forordning kun involverer den eller de kompetente myndigheder, hvor udbyderen af politiske reklametjenester ikke har sit hjemsted, bør den eller de relevante kompetente myndigheder underrette den kompetente myndighed for hjemstedet, som derfor bør vurdere sagen og i givet fald træffe de nødvendige håndhævelsesforanstaltninger.*
- (59c) For yderligere at lette en effektiv anvendelse og håndhævelse af denne forordning i tilfælde af levering af grænseoverskridende tjenester, hvor undersøgelsen af en påstået overtrædelse vedrører levering af politiske reklametjenester i en eller flere medlemsstater, hvor udbyderen ikke har sit hjemsted, kan den kompetente myndighed for hjemstedet iværksætte og lede en fælles undersøgelse med deltagelse af den eller de berørte kompetente myndigheder.*

- (60) De myndigheder, der har kompetence til at føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning, bør samarbejde både på nationalt plan og på EU-plan ved at gøre bedst mulig brug af eksisterende strukturer, herunder nationale samarbejdsnetværk, Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk som omhandlet i henstilling C(2018) 5949 final og Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester, der er nedsat ved direktiv 2010/13/EU. Et sådant samarbejde bør fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål, der vedrører udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af relevante regler.
- (60a) For at sikre et effektivt og struktureret samarbejde mellem alle kompetente myndigheder bør eksperter udpeget af medlemsstaterne mødes regelmæssigt på EU-plan, navnlig inden for rammerne af Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk, der arbejder tæt sammen med Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester og andre relevante netværk. For at styrke samarbejdet og udvekslingen af oplysninger og praksis på EU-plan bør Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk arbejde tæt sammen med Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester, navnlig med hensyn til rapporteringen om drøftelserne vedrørende denne forordning.***

- (61) For at lette en effektiv anvendelse af de forpligtelser, der er fastsat i forordningen, er det nødvendigt at give de nationale myndigheder beføjelse til at anmode **udbydere af politiske reklametjenester** [...] om relevante oplysninger om gennemsigtigheden i politiske annoncer. Oplysninger, der skal videregives til de kompetente myndigheder, kan vedrøre en reklamekampagne, opdeles efter år eller vedrøre specifikke annoncer. For at sikre, at anmodninger om sådanne oplysninger kan efterkommes på en effektiv måde, og at udbydere af politiske reklametjenester samtidig ikke pålægges uforholdsmæssige byrder, er det nødvendigt at fastsætte visse betingelser, som bør opfyldes i forbindelse med disse anmodninger. Navnlig med henblik på rettidig overvågning af en valgproces bør udbydere af politiske reklametjenester reagere hurtigt på anmodninger fra kompetente myndigheder og altid inden for **ti** [...] arbejdsdage efter modtagelsen af anmodningen. **I løbet af valgkampagnens sidste måned bør overtrædelse af disse forpligtelser anses for at have en negativ og betydelig indvirkning på borgernes rettigheder, og udbydere af politiske reklametjenester bør derfor fremlægge de ønskede oplysninger inden for 48 timer. Udbydere af politiske reklametjenester, der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU, bør gøre en rimelig indsats for at fremlægge de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse og om muligt inden datoen for valget eller folkeafstemningen.** Af hensyn til retssikkerheden og i overensstemmelse med retten til at gøre indsigelse bør anmodninger om oplysninger fra en kompetent myndighed indeholde en fyldestgørende begrundelse og oplysninger om tilgængelige klagemuligheder. Udbydere af politiske reklametjenester bør udpege et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente myndigheder. Sådanne kontaktpunkter kan være elektroniske.
- (62) Medlemsstaterne bør udpege et kontaktpunkt på EU-plan med henblik på denne forordning. Kontaktpunktet bør om muligt være medlem af Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk. Kontaktpunktet bør fremme samarbejdet blandt de kompetente myndigheder mellem medlemsstaterne om deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver, navnlig ved at formidle kontakten med kontaktpunkterne i andre medlemsstater og med de kompetente myndigheder i **dets**[...] egen **medlemsstat**.

(63) Medlemsstaternes myndigheder bør sikre, at der ved tilsidesættelse af de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning, pålægges [...] bøder eller økonomiske sanktioner **og eventuelt andre retsmidler**. I forbindelse hermed bør de tage hensyn til overtrædelsens art, grovhed, gentagne karakter og varighed set i lyset af de samfundsmæssige hensyn, der varetages, omfanget og arten af de aktiviteter, der udføres, samt, **hvis det er relevant**, den krænkende parts økonomiske formåen. I den forbindelse bør der tages hensyn til den afgørende rolle, som forpligtelserne i artikel 5 og 7 spiller for en effektiv opfyldelse af målene i nærværende forordning. De bør endvidere lægge vægt på, om den [...] pågældende udbyder **af politiske reklametjenester eller sponsoren** systematisk eller gentagne gange undlader at opfylde sine forpligtelser efter denne forordning, herunder ved at forsinke videregivelsen af oplysninger til berørte enheder, samt, hvis det er relevant, om udbyderen af politiske reklametjenester er aktiv i flere medlemsstater. Økonomiske sanktioner, [...] [...] bøder **og andre retsmidler bør** [...] i hvert enkelt tilfælde være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning under behørig hensyntagen til, at der stilles tilstrækkelige og tilgængelige proceduremæssige garantier til rådighed, og navnlig behovet for at sikre, at den politiske debat forbliver åben og tilgængelig.

(63a) I overensstemmelse med de almindelige principper for ansvar kan en udbyder af politiske reklametjenester ikke pålægges sanktioner, hvis vedkommende har handlet på grundlag af unøjagtige eller falske oplysninger fra sponsoren, som ikke var åbenbart urigtige, forudsat at udbyderen ikke fik kendskab til fejlen på et senere tidspunkt.

(63b) For at støtte anvendelsen af og kontrollen med denne forordning bør de kompetente myndigheder behandle anmeldelser, som de modtager fra enhver fysisk eller juridisk person om en mulig overtrædelse af denne forordning, og som minimum efter anmodning underrette den person, der har foretaget anmeldelsen, om opfølgningen herpå. I løbet af den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning bør enhver anmeldelse, der modtages i forbindelse med politisk reklame forbundet med det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, behandles uden unødigt forsinkelse.

- (64) De kompetente myndigheders udøvelse af beføjelser efter denne forordning bør være underlagt fornødne proceduremæssige garantier i overensstemmelse med EU-retten og national ret, bl.a. effektive retsmidler og en forskriftsmæssig procedure.
- (65) *For at støtte overholdelsen af denne forordning bør tjenesteudbydere og andre interesserede enheder gives rettidige og let tilgængelige oplysninger om datoerne for nationale valg og folkeafstemninger. Medlemsstaterne bør derfor offentliggøre datoerne for deres valg og folkeafstemninger. Disse oplysninger bør være let tilgængelige og rettidige. De bør også stille disse oplysninger til rådighed for offentligheden via en portal, der stilles til rådighed af Kommissionen, umiddelbart efter bekendtgørelsen [...].*
- (65a) *For at støtte en effektiv gennemførelse af denne forordning opfordres Kommissionen til om nødvendigt at udarbejde retningslinjer for identificering af politisk reklame og for anvendelsen af sanktioner.*
- (66) For at opfylde målene i denne forordning bør beføjelsen til at vedtage retsakter i overensstemmelse med traktatens artikel 290 delegeres til Kommissionen for så vidt angår artikel 7, stk. 8[...], med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger i gennemsigthedsmeddelelserne efter den nævnte bestemmelse bør stilles til rådighed, og for så vidt angår artikel 12a, stk. 6[...], med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger om målretning bør stilles til rådighed. Det er navnlig vigtigt, at Kommissionen gennemfører relevante høringer *med de*[...] sagkyndige, der udpeges af hver enkelt medlemsstat, og at disse høringer gennemføres i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale af 13. april 2016 om bedre lovgivning. For at sikre lige deltagelse i forberedelsen af delegerede retsakter modtager Europa-Parlamentet og Rådet navnlig alle dokumenter på samme tid som medlemsstaternes eksperter, og deres eksperter har systematisk adgang til møder i Kommissionens ekspertgrupper, der beskæftiger sig med forberedelse af delegerede retsakter.

- (67) Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet bør Kommissionen forelægge en offentlig rapport om evalueringen og revisionen af denne forordning. Ved udarbejdelsen af denne rapport bør Kommissionen også tage hensyn til gennemførelsen af denne forordning i forbindelse med andre valg og folkeafstemninger, der finder sted i Unionen, **og denne forordnings indvirkning på små og mellemstore medieaktører. Rapporten bør navnlig evaluere, om forordningen virker efter hensigten med hensyn til specifikke midler til politisk reklame, yderligere begrænsning af behandlingen af personoplysninger med henblik på de målretnings- og forstærkningsteknikker, der er reguleret ved denne forordning, typen og omfanget af de sanktioner, som medlemsstaterne har pålagt, og kravet om at oprette offentlige registre over al politisk onlinereklame.** I rapporten bør det bl.a. undersøges, om bestemmelserne i bilagene til denne forordning fortsat er hensigtsmæssige, og overvejes, om der er behov for at ændre dem.
- (68) Forordning (EU) nr. 1141/2014 om statut for og finansiering af europæiske politiske partier og europæiske politiske fonde indeholder supplerende forpligtelser vedrørende europæiske politiske partiers anvendelse af politisk reklame.
- (69) Eftersom målene i denne forordning, nemlig at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester og fastsætte regler for anvendelse af målretning i forbindelse med udgivelse og udbredelse af politisk reklame, ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne og derfor bedre kan opfyldes på EU-plan, kan Unionen vedtage denne forordning i overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5 i TEU. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. ovennævnte bestemmelse, går denne forordning ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå disse mål.
- (70) Denne forordning berører ikke de regler, der navnlig er fastsat ved direktiv 2000/31/EF, herunder reglerne om formidleransvar for tjenesteydere i nævnte direktivs artikel 12-15, som ændret ved forordning (EU) 2021/xxx [forordningen om digitale tjenester], forordning (EU) 2021/xxx [forordningen om digitale markeder], direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen] samt direktiv 2010/13/EU, direktiv 2000/31/EF, direktiv 2002/58/EF, direktiv 2005/29/EF, direktiv 2011/83/EU, direktiv 2006/114/EF, direktiv 2006/123/EF og forordning (EU) 2019/1150.

(71) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse er blevet hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725 og afgav en udtalelse den XX XX 2022 –

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

KAPITEL I – ALMINDELIGE BESTEMMELSER

Artikel 1

Genstand og mål[...]

1. Ved denne forordning fastsættes:
 - a) harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politisk reklame og relaterede tjenester til at opbevare, fremlægge og offentliggøre oplysninger, der er forbundet med leveringen af sådanne tjenester
 - b) harmoniserede regler for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med [...] politisk reklame, hvor der **behandles** [...] personoplysninger, **og uanset om den politiske reklame involverer en tjeneste.**
2. [...]
3. Formålet med denne forordning er:
 - a) at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester
 - b) at beskytte fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger.

1. [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]

Artikel 1a

Anvendelsesområde

1. *Denne forordning finder anvendelse på politisk reklame, hvis den politiske reklame udbredes i Unionen eller er rettet mod enkeltpersoner eller bringes ud i offentligheden i en eller flere medlemsstater, uanset hvor udbyderen af politiske reklametjenester er etableret, og uanset hvilke midler der anvendes.*
2. *Denne forordning berører hverken indholdet i politiske annoncer eller Unionens eller medlemsstaternes regler, der regulerer andre aspekter end dem, der er omfattet af denne forordning.*

3 [...]. Denne forordning berører ikke bestemmelserne i følgende:

- a) direktiv 2000/31/EF
- b) direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen]
- c) direktiv 2005/29/EF
- d) direktiv 2006/114/EF
- e) direktiv 2006/123/EF
- f) direktiv 2010/13/EU
- g) direktiv 2011/83/EU
- h) forordning (EU) 2019/1150
- i) [forordning (EU) 2022/xxx [forordningen om digitale tjenester]].

Artikel 2

Definitioner

I denne forordning forstås ved[...]:

1. "tjeneste": enhver selvstændig erhvervsvirksomhed, der normalt udføres mod betaling, jf. artikel 57 i TEUF
2. "politisk reklame": udarbejdelse, placering, promovning, udgivelse eller udbredelse på en hvilken som helst måde af en meddelelse:
 - a) af, for eller på vegne af en politisk aktør, medmindre den er af rent privat eller kommerciel karakter, eller

- b) som kan **og har til formål at** påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, **en stemmeadfærd eller** en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces [...] [...] **på EU-plan eller nationalt, regionalt eller lokalt plan.**

Det omfatter ikke:

- i) **politiske holdninger, som kommer til udtryk i et hvilket som helst medie under redaktionelt ansvar, medmindre der er fastsat et specifikt vederlag for eller i forbindelse med tilkendegivelsen af den politiske holdning.**
- ii) [...]meddelelser fra **medlemsstaternes eller Unionens officielle kilder, der udelukkende vedrører** [...] afholdelse af og bestemmelser for deltagelse i valg eller folkeafstemninger, **herunder kandidaturerne og det spørgsmål, der skal sættes til folkeafstemning, eller for** fremme af deltagelse i valg eller folkeafstemninger[...]
- iii) **offentlig kommunikation fra, for eller på vegne af en hvilken som helst offentlig myndighed i en medlemsstat, herunder regeringsmedlemmer, forudsat at den ikke har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces**
- iv) **præsentation af kandidaterne på bestemte offentlige steder eller i medierne, som udtrykkeligt er fastsat ved lov, og som tildeles gratis, samtidig med at der sikres ligebehandling**

3. "politisk annonce": et konkret tilfælde af politisk reklame, **der udgives eller udbredes på en hvilken som helst måde**

4. "politisk aktør": en af følgende:

- a) et politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 1), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 eller en enhed [...] med tilknytning til [...] et sådant politisk parti

- b) en politisk alliance som defineret i artikel 2, nr. 2), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014
- c) et europæisk politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 3), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014
- d) en kandidat til **eller indehaver** af ethvert folkevalgt embede på [...] **EU-plan**, nationalt, regionalt og lokalt plan eller [...] **en hvilken som helst** ledende stilling[...] **i**[...] et politisk parti

[...]

- f) et [...] medlem af **EU-institutionerne med undtagelse af Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten eller af en regering** [...] **i medlemsstaterne** på nationalt, regionalt eller lokalt plan

[...]

- h) enhver fysisk eller juridisk person, der repræsenterer eller handler på vegne af de personer eller organisationer, der er omhandlet i litra a)-g), **og** som promoverer et eller flere af disse personers eller organisationers politiske mål

5. "politisk reklametjeneste": en tjeneste bestående af politisk reklame, dog ikke en onlineformidlingstjeneste, jf. artikel 2, litra f), i forordning (EU) 2022[...]/XXX [forordningen om digitale tjenester], der leveres uden [...] **specifikt vederlag** for **udarbejdelsen**, placeringen, **promoveringen**, udgivelsen eller udbredelsen af det **politiske** [...]budskab

- 5a. **"udbyder af politiske reklametjenester": en fysisk eller juridisk person, der leverer politiske reklametjenester, med undtagelse af rent accessoriske tjenester**
6. "politisk reklamekampagne": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse af en række indbyrdes forbundne **politiske** annoncer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame med udgangspunkt i fælles forberedelse, sponsorering eller finansiering
7. "sponsor": fysisk eller juridisk person, **på hvis anmodning eller** på hvis vegne en politisk annonce udarbejdes, placeres, **promoveres**, udgives eller udbredes
8. "målretnings[...]teknikker": teknikker, der anvendes [...] til kun at rette en [...] politisk annonce, **der sædvanligvis har et skræddersyet indhold**, mod en bestemt person eller gruppe af personer **på grundlag af behandling af personoplysninger** [...]
- 8a. **"forstærkningsteknikker": optimeringsteknikker, herunder annonceleveringsteknikker, der anvendes til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk annonce på grundlag af behandling af personoplysninger, og som kun kan tjene til at levere den politiske annonce til en bestemt person eller gruppe af personer**
9. [...]
10. "relevant vælgerbefolkning": gruppe af enkeltpersoner, som er berettiget til at stemme ved det valg eller den folkeafstemning, der afholdes i den medlemsstat, hvor en politisk annonce **udgives eller udbredes** [...], og som kan omfatte samtlige vælgere i en medlemsstat

11. "politisk reklameudgiver": en *udbyder af politiske reklametjenester* [...], der *udgiver eller udbreder politisk reklame* [...] ved hjælp af et hvilket som helst medie
 12. "dataansvarlig": en dataansvarlig i henhold til artikel 4, stk. 7 [...], i forordning (EU) 2016/679 eller, hvis det er relevant, artikel 3 [...], stk. 8, i forordning (EU) 2018/1725.
- [...]

Artikel 2a

Identifikation af en politisk annonce

1. *Med henblik på at afgøre, om et budskab udgør en politisk annonce, jf. artikel 2, nr. 2), litra b), skal der tages hensyn til dens relevante karakteristika, f.eks.:*
 - a) *budskabets indhold*
 - b) *budskabets sponsor*
 - c) *det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, hvordan budskabet promoveres, udgives eller udbredes, og målgruppen*
 - d) *den sammenhæng, som budskabet formidles i, herunder udbredelsesperioden såsom valg- eller folkeafstemningsperioder og lovgivnings- eller sagsbehandlingsprocesser*
 - e) *budskabets formål.*

2. *Der bør være en klar og væsentlig forbindelse mellem budskabet og dets potentiale til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en stemmeadfærd eller en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces.*

Artikel 3

Princip om det indre marked [...]

1. Medlemsstaterne må af årsager forbundet med gennemsigtighed *af politisk reklame* ikke opretholde eller indføre bestemmelser eller foranstaltninger, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning.
2. Bestemmelsen[...] om politiske reklametjenester må ikke ophæves eller begrænses af gennemsigtighedsgrunde, hvis kravene i denne forordning er opfyldt.

KAPITEL II – GENNEMSIGTIGHEDSFORPLIGTELSE I FORBINDELSE MED POLITISKE REKLAMETJENESTER

Artikel 4

Gennemsigtighed af politiske reklametjenester

1. Politiske reklametjenester leveres på en gennemsigtig måde i overensstemmelse med de forpligtelser, der er fastsat i *kapitel II* [...].
 - 1a. *Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, muliggør overholdelse af de relevante bestemmelser i denne forordning.*

Artikel 5

Identificering af politiske reklametjenester

1. Udbydere af reklametjenester anmoder sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, om at erklære, hvorvidt den reklametjeneste, de anmoder tjenesteudbyderen om at udføre, udgør en politisk reklametjeneste som omhandlet i artikel 2, stk. 5. Sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, skal *sandfærdigt* afgive en sådan erklæring.
2. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, *indeholder krav om, at sponsoren eller udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, giver de relevante oplysninger, der er nødvendige for at overholde artikel 6, stk. 1. Disse oplysninger skal videregives fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse* [...].
 - 2a. *Hvis en udbyder af reklametjenester bliver opmærksom på eller har faktisk kendskab til, at [...]en erklæring er åbenbart urigtig, eller at oplysninger er åbenbart urigtige, anmoder vedkommende sponsoren [...] eller udbyderen [...] af reklametjenester, der handler på en sponsors vegne [...], om at rette sin erklæring eller sine afgivne*

oplysninger. Sponsorer eller udbydere af reklametjenester, der handler på sponsoreres vegne, skal foretage sådanne rettelser fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse.

Artikel 6

Registrering [...]

1. Udbydere af politiske reklametjenester opbevarer de oplysninger, som de tilvejebringer i forbindelse med leveringen af deres tjenester, om følgende:
 - a) den politiske annonce eller politiske reklamekampagne, som tjenesten eller tjenesterne er knyttet til
 - b) den eller de specifikke tjenester, **som de** leverer i forbindelse med den politiske reklame
 - c) de beløb, som de har faktureret for den eller de leverede tjenester, og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for den eller de leverede tjenester, **og kilderne hertil**[...]
 - d) [...] identiteten af sponsoren **af den politiske annonce og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren, [...] deres kontaktoplysninger og for juridiske personers vedkommende deres etableringssted og**
 - da) hvis det er relevant, en angivelse af de relevante valg eller folkeafstemninger, som den politiske annonce er knyttet til.**
2. De i stk. 1 omhandlede oplysninger afgives i **skriftlig eller** [...] [...] elektronisk form. Sådanne oplysninger opbevares i en periode på fem år fra datoen for den seneste udarbejdelse, placering, **promovering**, udgivelse eller udbredelse, alt efter hvad der er relevant.
 - 2a. **Denne artikel finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, hvis leveringen af reklametjenester er helt marginal og supplerer deres hovedaktiviteter.**
3. [...]

Artikel 6a

Videregivelse af oplysninger til den politiske reklameudgiver

- 1. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de i artikel 6, stk. 1 omhandlede oplysninger rettidigt, fuldstændigt og nøjagtigt meddeles de politiske reklameudgivere, som vil udgive eller udbrede den politiske annonce, således at de politiske reklameudgivere kan opfylde deres forpligtelser efter denne forordning. Udbydere af politiske reklametjenester skal gøre en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der opbevares i henhold til artikel 6, stk. 1, er fuldstændige og nøjagtige.*

Når den politiske reklameudgiver er den eneste udbyder af politiske reklametjenester, skal sponsoren meddele de relevante oplysninger til udgiveren.

- 2. Udbydere af politiske reklametjenester videregiver disse oplysninger samtidig med leveringen af den relevante tjeneste i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.*
- 3. Når en udbyder af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at de oplysninger, som den pågældende har videregivet, er blevet ajourført, sikrer vedkommende, at disse ajourførte oplysninger meddeles til de relevante politiske reklameudgivere.*

Gennemsigtighedskrav i forbindelse med hver politisk annonce

1. **Den politiske reklameudgiver** [...] skal **sammen med hver politisk annonce** [...] stille [...] følgende oplysninger til rådighed på en klar, fremtrædende og utvetydig måde:
 - a) en erklæring om, at der er tale om en politisk annonce
 - b) identiteten af sponsoren af den politiske annonce og, **hvis det er relevant**, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren
 - ba) hvis det er relevant, en erklæring om, at den politiske annonce er blevet målrettet eller forstærket**
 - c) en gennemsigtighedsmeddelelse, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, eller en klar angivelse af, hvor den let kan hentes.

I den forbindelse skal politiske reklameudgivere anvende effektive og fremtrædende mærkningsteknikker, der gør det let at identificere den politiske annonce som en sådan, og sikrer, at mærkningen fastholdes, såfremt en politisk annonce udbredes yderligere.

2. Gennemsigtighedsmeddelelsen [...] skal **mindst** indeholde følgende oplysninger:
 - a) identiteten af sponsoren **og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren** [...]
 - b) [...]
 - c) [...] oplysninger om de samlede beløb eller andre ydelser, der er modtaget **af udbyderne af politiske reklametjenester, herunder dem, som udgiveren** helt eller delvist har modtaget i forbindelse med de **politiske reklametjenester med henblik på**

[...] den relevante annonce og **med henblik på** [...] den politiske reklamekampagne, hvis det er relevant, og kilderne hertil

d) hvis det er relevant, en angivelse af valg eller folkeafstemninger, som annoncen er knyttet til

e) hvis det er relevant, links til de onlineannoncedatabaser, **der er nævnt i stk. 6**

ea) hvis det er relevant, de oplysninger, der er anført i artikel 12a, stk. 1, litra c) og ca).

f) [...]

g) [...] De oplysninger, der skal indgå i gennemsigthedsmeddelelsen, skal **også indeholde de elementer** [...], der er angivet i bilag I.

2a. Gennemsigthedsmeddelelsen skal indgå i hver politisk annonce eller være let at hente fra den første offentliggørelse, og indtil udgivelsen afsluttes.

Gennemsigthedsmeddelelser fremlægges i et format, der er let tilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog. Gennemsigthedsmeddelelser, som er maskinlæsbare, gøres tilgængelige ved hjælp af en fælles offentligt tilgængelig applikationsprogrammeringsgrænseflade.

3. Politiske reklameudgivere skal gøre en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. [...] 2, er fuldstændige, **nøjagtige og ajourførte. Når sponsoren eller udbyderen [...] af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at de oplysninger, der er videregivet til eller offentliggjort af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, skal vedkommende uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og, hvis det er relevant, videregive fuldstændige eller rettede oplysninger til den politiske reklameudgiver. Hvis den politiske reklameudgiver på en hvilken som helst måde bliver opmærksom på, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 2, er ufuldstændige eller unøjagtige, skal vedkommende gøre en rimelig indsats, herunder om nødvendigt ved at kontakte den pågældende sponsor eller de pågældende tjenesteydere for at supplere eller rette oplysningerne. Hvis oplysningerne ikke kan suppleres eller rettes uden unødigt forsinkelse, må udgiveren ikke gøre dem tilgængelige eller skal indstille udgivelsen eller udbredelsen af [...] [...] den politiske annonce.**

Udgiveren underretter sponsoren eller den tjenesteudbyder, der handler på sponsorens vegne, hvis den politiske annonce, som vedkommende sponsorerer, ikke stilles til rådighed eller indstilles.

4. [...]
5. Politiske reklameudgivere skal opbevare deres gennemsigthedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på fem år efter den *sidste udgivelse* [...] [...].
- 5a. ***Stk. 5 finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, forudsat at leveringen af reklametjenester er helt marginal og supplerer deres hovedaktiviteter.***
6. Politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. artikel 25 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], sikrer ***for hver politisk annonce, at de oplysninger, som er omhandlet i nærværende artikels stk. 2, straks stilles til rådighed*** i de databaser, der er ***omhandlet i*** artikel [39 [...]] i nævnte forordning [forordningen om digitale tjenester]. ***Sådanne oplysninger skal holdes ajour og stilles til rådighed i overensstemmelse med en aftalt branchestandard for tilgængelighed, datastruktur og adgang ved hjælp af en fælles offentligt tilgængelig applikationsprogrammeringsgrænseflade*** [...].
7. Medlemsstaterne, herunder de kompetente myndigheder, og Kommissionen tilskynder til udarbejdelse af adfærdskodekser, der bidrager til en korrekt anvendelse af denne bestemmelse, under hensyntagen til de relevante tjenesteudbyderes særlige karakteristika og mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders specifikke behov, jf. artikel 3 i direktiv 2013/34/EU.

8. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag I ved at tilføje [...] **eller** ændre [...] elementer fra listen over oplysninger **deri** [...] i lyset af den teknologiske udvikling, **relevant videnskabelig forskning, udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn samt relevant vejledning udstedt af kompetente organer, forudsat at elementerne anført i nærværende artikels stk. 2 bevarer, og at** en sådan ændring er nødvendig for, at den politiske annoncer bredere kontekst og mål kan forstås.

Artikel 8

Periodisk rapportering om politiske reklametjenester

1. [...] **Politiske** reklameudgivere skal **vedlagt** [...] deres ledelsesberetning, jf. artikel 19 i direktiv 2013/34/EU, [...] medtage oplysninger om udgifterne til eller værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for **de** [...] tjenester, **som er ydet**, herunder om anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker, aggregeret efter kampagne.
2. Stk. 1 finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, **stk. 1-** [...]3[...], i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 9

Angivelse af eventuelt ulovlige politiske annoncer

- 1.[...] [...] **Politiske** reklameudgivere skal [...] gøre det muligt for **fysiske eller juridiske personer** [...] vederlagsfrit at meddele dem, at en bestemt annonce, som de har offentliggjort, ikke er i overensstemmelse med denne forordning.

- 2.[...] Oplysninger om, hvordan politiske annoncer meddeles i henhold til stk. 1, skal være brugervenlige og lette at tilgå, bl.a. fra gennemsigtighedsmeddelelsen.
[...] Politiske reklameudgivere skal gøre det muligt at indgive den i stk. 1 omhandlede [...] meddelelse elektronisk.
3. **Politiske reklameudgivere skal gøre en rimelig indsats for omhyggeligt og objektivt og uden unødigt forsinkelse at behandle de meddelelser, der modtages i henhold til stk. 1, ved at kontakte den relevante udbyder af politiske reklametjenester og, hvis det er relevant, sponsoren.**
- 3a.[...] [...] **Politiske** [...] reklameudgivere underretter **i det mindste på anmodning og uden unødigt forsinkelse de personer, der har givet meddelelsen omhandlet i stk. 1**, om opfølgningen **heraf** [...]. **Politiske reklameudgivere, som er omfattet af artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, skal gøre deres bedste for at sikre overholdelse af nærværende stykke.**
- 3b. **I den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning, skal politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme som omhandlet i forordning (EU) 2022/XXX [forordningen om digitale tjenester], behandle enhver anmeldelse, som de modtager om annoncer forbundet med valget eller folkeafstemningen, inden for 48 timer.**
- 4.[...] Gentagne meddelelser i henhold til stk. 1 vedrørende den samme annonce eller reklamekampagne kan besvares samlet, herunder ved henvisning til et opslag på webstedet for den pågældende politiske reklameudgiver.

Artikel 10

Videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder

1. **Med henblik på at verificere overholdelsen af artikel 6, 7 og 8** har [...] de kompetente nationale myndigheder beføjelse til at anmode [...] udbydere af politiske reklametjenester om at videregive[...] **alle nødvendige** [...] oplysninger [...]. De videregivne oplysninger **skal** [...] være fuldstændige, nøjagtige og pålidelige og fremlægges i et klart, sammenhængende, konsolideret og forståeligt format. Hvis det er teknisk muligt, videregives oplysningerne i et maskinlæsbart format.

- 1a.** Anmodningen *omhandlet i stk. 1* skal indeholde følgende elementer:
- a) en begrundelse, hvori der redegøres for formålet med anmodningen om oplysninger, og hvorfor anmodningen er nødvendig og forholdsmæssig, medmindre anmodningen har til formål at forebygge, *afsløre*, efterforske [...] eller retsforfølge strafbare handlinger *eller alvorlige administrative overtrædelser*, og i hvilket omfang begrundelsen for anmodningen vil modvirke dette formål
 - b) oplysninger om de klagemuligheder, der er tilgængelige for den relevante tjenesteudbyder og sponsoren af den politiske reklametjeneste.
2. Ved modtagelse af en anmodning i henhold til stk. 1 bekræfter udbydere af politiske reklametjenester inden for to arbejdsdage modtagelsen af anmodningen og underretter myndigheden om de skridt, der er taget for at efterkomme den. Den relevante tjenesteudbyder skal fremlægge de ønskede oplysninger inden for ti arbejdsdage. *Udbydere af politiske reklametjenester, der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU, skal imidlertid gøre en rimelig indsats for at fremlægge de ønskede oplysninger inden for femten arbejdsdage.*
- 2a.** *Uanset stk. 3 skal udbydere af politiske reklametjenester i den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning fremlægge de ønskede oplysninger inden for 48 timer. Udbydere af politiske reklametjenester, der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU, skal imidlertid gøre en rimelig indsats for at fremlægge de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse og om muligt inden datoen for valget eller folkeafstemningen.*
3. Udbydere af politiske reklametjenester udpeger et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente nationale myndigheder. Udbydere af politiske reklametjenester, **der er omfattet af** [...] artikel 3, *stk. 1-3*, i direktiv 2013/34/EU, kan udpege en ekstern fysisk person som kontaktpunkt.

Videregivelse af oplysninger til andre berørte enheder

1. *Efter anmodning fra berørte enheder* videregiver *u*[...]dbydere af politiske reklametjenester [...] *vederlagsfrit* de oplysninger, *som de skal råde over i henhold* [...] til [...] artikel 6 *og* 7, til *disse* [...]enheder[...].
2. Berørte enheder, der anmoder om at få videregivet oplysninger i henhold til stk. 1, skal være uafhængige af kommercielle interesser og tilhøre en eller flere af følgende kategorier:
 - a) kontrolunderlagte forskere, jf. artikel 31 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]
 - b) medlemmer af en civilsamfundsorganisation, der har beskyttelse og fremme af offentlighedens interesser som vedtægtsmæssige mål, og som er autoriseret efter national ret eller EU-retten
 - c) politiske aktører [...] [...]
 - d) nationale eller internationale valgobservatører, *der er anerkendt* [...] i en medlemsstat[...], *eller*
da) journalister.
[...]
3. Efter anmodning fra en interessent bestræber tjenesteudbyderen sig på bedst muligt inden for en måned at fremlægge de anmodede oplysninger eller sit begrundede svar i henhold til stk. 5.

4. Ved udarbejdelsen af de oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 1, kan tjenesteudbyderen samle de relevante beløb eller angive dem inden for et interval, såfremt dette er nødvendigt for at beskytte kommercielle legitime interesser.
5. Hvis anmodningerne i henhold til stk. 1 er åbenbart grundløse, uklare eller overdrevne, navnlig på grund af manglende klarhed, kan tjenesteudbyderen undlade at svare. I så fald sender den relevante tjenesteudbyder et begrundet svar **og oplysninger om klagemulighederne** til den interessent, der fremsætter anmodningen.
6. Hvis **behandlingen af** anmodningerne i henhold til stk. 1 [...] medfører betydelige omkostninger, kan tjenesteudbyderen opkræve et rimeligt og forholdsmæssigt gebyr, som under ingen omstændigheder må overstige de administrative omkostninger ved at videregive de anmodede oplysninger.
7. Det påhviler tjenesteudbyderen at påvise, at en anmodning er åbenbart grundløs, uklar eller overdreven, eller at anmodninger [...] medfører betydelige omkostninger at behandle.

KAPITEL III – MÅLRETNING OG FORSTÆRKNING AF POLITISK REKLAME

Artikel 12

Forbud [...] vedrørende målretning og forstærkning

1. Målretnings- eller forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af ***særlige kategorier af*** personoplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, er i forbindelse med politisk reklame forbudt.
2. ***Stk. 1 [...] [...] finder ikke anvendelse på de situationer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 2, litra a) [...], i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra a) [...], i forordning (EU) 2018/1725. Med henblik på gennemførelsen af dette stykke gives det udtrykkelige samtykke, jf. forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, særskilt og specifikt med henblik på politisk reklame.***
- 2a. ***Stk. 1 finder ikke anvendelse på de situationer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 2, litra d), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra d), i forordning (EU) 2018/1725.***
3. ***Målretnings- eller forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger om en person, som med rimelig sikkerhed vides at være mindst et år under den valgretsalder, der er fastsat i nationale regler i forbindelse med politisk reklame, er forbudt.***

Artikel 12a

Specifikke krav vedrørende målretning og forstærkning

- 1 [...].*** Ved anvendelse af målretnings- eller forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, skal de dataansvarlige ud over kravene i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, opfylde følgende krav:

- a) udarbejde, [...] efterleve **og offentliggøre** interne retningslinjer, hvori der klart og tydeligt redegøres for, **hvordan** [...] [...] sådanne teknikker **anvendes** [...], og fastholde disse retningslinjer i en periode på fem år **fra den seneste anvendelse af disse teknikker**
- b) registrere anvendelsen af målretning eller forstærkning, de relevante mekanismer, teknikker og parametre, der anvendes, og den eller de kilder til personoplysninger, der anvendes
- c) sammen med **angivelse af, at der er tale om en** politisk annonce, **sikre fremlæggelse** [...] af yderligere oplysninger, der gør det muligt for den pågældende person at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger hidrørende fra tredjemand og yderligere analyseteknikker. **Disse oplysninger skal mindst omfatte følgende elementer:**
 - i) **de specifikke målgrupper af modtagere, herunder de parametre, der anvendes til at fastslå, hvem reklamen udbredes til**
 - ii) **de kategorier af og de kilder til personoplysninger, der anvendes til målretning og forstærkning.**

De [...] oplysninger, **der skal medtages, skal også omfatte de** [...]elementer, som er anført i bilag II.

- ca) sammen med annoncen [...] **eller** i den gennemsigtighedsmeddelelse, der kræves i henhold til artikel 7, [...] **give** en henvisning til, hvorledes enkeltpersoner effektivt kan udøve deres rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679 **eller (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, navnlig en henvisning til enkeltpersoners ret til at give eller tilbagetrække samtykke, alt efter hvad der er relevant, og ret til indsigelse. Denne henvisning skal omfatte et link til en grænseflade, som gør det muligt at udøve nævnte ret.**

2 [...]. [...] Hvis den dataansvarlige ikke er den samme som **den politiske** reklameudgiver, videregiver den dataansvarlige de interne retningslinjer **og sikrer, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, litra c) og ca), meddeles** [...] den politiske reklameudgiver, **således at**

den politiske reklameudgiver kan opfylde sine forpligtelser efter denne forordning.

Oplysningerne videregives rettidigt og korrekt i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.

3. *Udbydere af politiske reklametjenester videregiver i givet fald de oplysninger, der er nødvendige for at overholde stk. 1 og 2, til de dataansvarlige.*

5. [...]

4 [...]. De oplysninger, der skal videregives i overensstemmelse med *stk. 1-3* [...], fremlægges i et format, der er let tilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

7. [...]

5 [...]. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag II ved at *tilføje eller* ændre [...] elementer fra listen over oplysninger *deri* [...] i lyset af den teknologiske udvikling, [...] relevant videnskabelig forskning og udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn samt relevant vejledning udstedt af de kompetente organer, *forudsat at elementerne anført i nærværende artikels stk. 1, litra c), bevares.*

Artikel 13

Videregivelse af målretnings- eller forstærkningsoplysninger til andre berørte enheder

1. [...] [...] De dataansvarlige [...] træffer passende foranstaltninger til efter anmodning fra berørte enheder og i overensstemmelse med artikel 11, stk. 1, *vederlagsfrit* [...] at videregive de i artikel 12*a* omhandlede oplysninger.
2. Artikel 11, stk. 2-7, finder tilsvarende anvendelse.

KAPITEL IV – TILSYN OG HÅNDHÆVELSE

Artikel 14

Retlig repræsentant

1. Tjenesteudbydere, der leverer politiske reklametjenester i Unionen, men som ikke er etableret i Unionen, udpeger skriftligt en fysisk eller juridisk person som retlig repræsentant i en af de medlemsstater, hvor udbyderen tilbyder sine tjenester. **Den udpegede retlige repræsentant lader sig registrere hos den kompetente myndighed, der er omhandlet i stk. 2a.**
 - 1a. **Hvis udbyderne af politiske reklametjenester ikke opfylder forpligtelsen i stk. 1, træffer medlemsstaterne alle passende foranstaltninger for at sikre overholdelse af denne forordning, herunder ved at indstille udgivelsen eller udbredelsen af de relevante politiske annoncer hvis overholdelse ikke kan sikres på anden måde.**
2. Den retlige repræsentant er ansvarlig for at sikre, at den repræsenterede tjenesteudbyders forpligtelser i henhold til denne forordning overholdes, og er adressat for al kommunikation med den relevante tjenesteudbyder i henhold til denne forordning. Al kommunikation til denne retlige repræsentant anses for at være kommunikation med den repræsenterede tjenesteudbyder.
 - 2a. **Medlemsstaterne udpeger en kompetent myndighed, der er ansvarlig for online at offentliggøre og regelmæssigt ajourføre oplysningerne om udpegede retlige repræsentanter, der er registreret i henhold til stk. 1. Medlemsstaterne stiller links til de relevante websteder til rådighed for Kommissionen.**
 - 2b. **Kommissionen opretter en portal med links til de websteder, som medlemsstaterne stiller til rådighed i henhold til stk. 2a.**

Kompetente myndigheder og kontaktpunkter

1. De tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679 eller artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, har kompetence til at overvåge anvendelsen af artikel 12 **og 12a** i nærværende forordning inden for deres respektive kompetenceområde. Artikel 58 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 58 i forordning (EU) 2018/1725 finder tilsvarende anvendelse. Kapitel VII i forordning (EU) 2016/679 finder anvendelse på aktiviteter, der er omfattet af artikel 12 **og 12a** i nærværende forordning.
2. Medlemsstaterne udpeger kompetente myndigheder til at føre tilsyn med, at udbydere af formidlingstjenester, jf. forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], overholder de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning, hvis det er relevant. De kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], kan også være en af de kompetente myndigheder, der er udpeget til at overvåge onlineformidleres overholdelse af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning. Koordinatoren for digitale tjenester, jf. artikel 38 i forordning (EU) 2021/xxx, i hver medlemsstat er ansvarlig for at sikre koordinering på nationalt plan for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester som defineret i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]. Artikel 45, stk. 1-4, og artikel 46, stk. 1, i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester] finder anvendelse på spørgsmål vedrørende anvendelsen af nærværende forordning for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester.
3. Hver medlemsstat udpeger en eller flere kompetente myndigheder til at være ansvarlig for anvendelsen og håndhævelsen af de aspekter af denne forordning, der ikke er omhandlet i stk. 1 og 2. **Disse kompetente myndigheder kan være forskellige fra dem, der er omhandlet i stk. 1 og 2.** Hver kompetent myndighed, der er udpeget i henhold til dette stykke, skal strukturelt set være fuldstændig uafhængig af sektoren såvel som af enhver form for indblanding udefra eller politisk pres. Den skal i fuld uafhængighed effektivt føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning og træffe de foranstaltninger, der er nødvendige og forholdsmæssige for at sikre, at dette sker.

4. [...]
5. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 3, har ved udøvelsen af deres **tilsyns- og håndhævelsesopgaver og -beføjelser** [...] inden for rammerne af denne forordning beføjelse til at:
- aa) **anmode om adgang til data, dokumenter eller alle nødvendige oplysninger, navnlig fra sponsoren eller de pågældende udbydere af politiske reklametjenester**
 - a) udstede påbud til udbydere af politiske reklametjenester i tilfælde af manglende overholdelse af forpligtelserne i denne forordning
 - aa) **påbyde, at overtrædelser bringes til ophør, og kræve, at sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester træffer de nødvendige foranstaltninger for at overholde denne forordning, samtidig med at den grundlæggende ret til ytrings- og informationsfrihed respekteres**
 - b) offentliggøre en erklæring med nærmere angivelse af den eller de juridiske og fysiske personer, som er ansvarlige for tilsidesættelsen af en i denne forordning fastsat forpligtelse, og tilsidesættelsens art
 - c) pålægge [...] bøder **eller** [...] økonomiske sanktioner [...] **og eventuelt andre retsmidler for effektivt at bringe overtrædelserne til ophør eller anmode en retslig myndighed i deres medlemsstat om at gøre dette**
6. Medlemsstaterne sikrer **et effektivt og struktureret samarbejde på nationalt plan** mellem **alle relevante** kompetente myndigheder, **der er udpeget i henhold til stk. 1-3** [...], for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver **og -beføjelser** efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at [...] udveksle resultater og ekspertise **for at hjælpe med at identificere overtrædelser** og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af de relevante regler.

- 6a. *Ekspertes udpeget af medlemsstaterne mødes regelmæssigt på EU-plan, navnlig inden for rammerne af Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk, der arbejder tæt sammen med Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester og andre relevante netværk for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning.*
7. Hver medlemsstat udpeger en kompetent myndighed som kontaktpunkt på EU-plan med henblik på anvendelsen af denne forordning.

Artikel 15a

Grænseoverskridende samarbejde

1. *Overholdelse af denne forordning af udbydere af politiske reklametjenester henhører under den medlemsstats kompetence, hvor udbyderen er etableret. Hvis udbyderen er etableret i mere end én medlemsstat, anses den for at høre under jurisdiktionen i den medlemsstat, hvor den har sit hjemsted.*
- 2 [...]. *Med forbehold af artikel 15, stk. 1 og 2, og nærværende artikels stk. 1 [...] samarbejder den kompetente myndighed eller myndighederne i alle [...] medlemsstater [...] med hinanden og bistår hinanden efter behov.*

[...]

[...]

[...]

- 3.[...] **En**[...] kompetent myndighed yder efter modtagelse af en begrundet anmodning fra en anden kompetent myndighed bistand til den anden kompetente myndighed **uden unødige forsinkelse og senest end en måned efter modtagelsen af anmodningen**, således at de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i **artikel 15**, stk. [...] 5, kan gennemføres på en effektiv, virkningsfuld og konsekvent måde. **En** [...] [...] kompetent myndighed [...] giver efter modtagelse af en begrundet anmodning om oplysninger fra den kompetente myndighed i en anden medlemsstat via det i artikel 15, stk. 7, omhandlede kontaktpunkt **den pågældende kompetente myndighed de ønskede oplysninger uden unødige forsinkelse og senest 14 dage efter modtagelsen af anmodningen. Fristen kan forlænges til en måned i tilfælde, hvor der er behov for yderligere undersøgelser eller oplysninger fra flere kompetente myndigheder.**[...]
4. **Hvis den kompetente myndighed i en medlemsstat har grund til at formode, at en udbyder af politiske reklametjenester, der har sit hjemsted i en anden medlemsstat, har overtrådt denne forordning på sit område, giver den den kompetente myndighed for hjemstedet meddelelse via det i artikel 15, stk. 7, omhandlede kontaktpunkt.**
5. **En meddelelse i henhold til stk. 4 skal være behørigt begrundet og som minimum indeholde følgende oplysninger:**
- a) **oplysninger, der gør det muligt at identificere udbyderen af den politiske reklametjeneste**

- b) *en beskrivelse af de relevante forhold, de relevante bestemmelser i denne forordning og årsagerne til, at den kompetente myndighed, der indgav meddelelsen, formoder, at den pågældende tjenesteudbyder har overtrådt denne forordning, herunder, hvis det er relevant, en beskrivelse af de forhold, der vil gøre det muligt at vurdere kriterierne i artikel 16, stk. 3*
 - c) *det sted, hvor den relevante politiske annonce eller en kopi heraf kan hentes*
 - d) *alle andre oplysninger, som den kompetente myndighed, der indgav meddelelsen, anser for relevante, herunder i givet fald oplysninger indsamlet på eget initiativ.*
6. *Hvis den kompetente myndighed for hjemstedet ikke har tilstrækkelige oplysninger til at reagere på den i stk. 4 omhandlede meddelelse, kan den anmode om yderligere oplysninger fra den kompetente myndighed, der har indgivet meddelelsen, og som skal forelægge de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse.*
7. *Den kompetente myndighed for hjemstedet gør uden unødigt forsinkelse og senest en måned efter modtagelsen af den i stk. 4 omhandlede meddelelse eller, hvis det er relevant, de i stk. 6 omhandlede oplysninger, den kompetente myndighed, der har indgivet meddelelsen, bekendt med sin vurdering af den formodede overtrædelse og yderligere oplysninger om de undersøgelses- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er truffet eller påtænkes truffet for at sikre overholdelse af denne forordning.*
8. *Hvis undersøgelsen af en påstået overtrædelse vedrører levering af politiske reklametjenester i en eller flere medlemsstater, hvor udbyderen ikke har sit hjemsted, kan den kompetente myndighed for hjemstedet iværksætte og lede en fælles undersøgelse med deltagelse af den eller de berørte kompetente myndigheder:*
- a) *på eget initiativ og efter at have indhentet samtykke fra den eller de kompetente myndigheder, der fremsætter anmodningen, eller*

b) *efter anmodning fra en eller flere kompetente myndigheder på grundlag af en begrundet mistanke om, at levering af politiske reklametjenester af en tjenesteudbyder, der er etableret i den medlemsstat, hvor hjemstedet befinder sig, har overtrådt denne forordning eller i væsentlig grad påvirket enkeltpersoner i det område, hvor den eller de kompetente myndigheder, der fremsætter anmodningen, befinder sig.*

9. *For så vidt angår stk. 8 forelægger den kompetente myndighed, der anmoder om iværksættelse af en fælles undersøgelse, den eller de øvrige kompetente myndigheder de i stk. 5 omhandlede oplysninger. Hvis en kompetent myndighed beslutter ikke at deltage i en fælles undersøgelse, giver den den kompetente myndighed eller de andre kompetente myndigheder en begrundet redegørelse herfor. [...]*
10. *Ved gennemførelsen af en fælles undersøgelse samarbejder de kompetente myndigheder i god tro og udøver deres undersøgelsesbeføjelser i det omfang, det er nødvendigt for undersøgelsen af den påståede overtrædelse. De kompetente myndigheder underretter i forbindelse med en fælles undersøgelse hinanden om alle relevante håndhævelsesforanstaltninger, som de iværksætter eller påtænker at iværksætte.*

Artikel 16

Sanktioner

1. [...] Medlemsstaterne fastsætter regler om sanktioner, herunder [...] bøder **eller** [...] økonomiske sanktioner [...] **og eventuelt andre retsmidler**, der finder anvendelse på udbydere af politiske reklametjenester [...] for så vidt angår overtrædelser af **artikel 5-11, 13 og 14 og for sponsorer for så vidt angår overtrædelser af artikel 5 og 6a**. [...] **Sanktionerne** [...] skal i hvert enkelt tilfælde være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning. **Ved fastsættelsen af sanktioner, der skal anvendes, tages der hensyn til bestemmelserne om pressefrihed og ytringsfrihed i andre medier samt de regler og kodekser, der styrer journalisterhvervet.**

- 1a. Maksimumsbeløbet for den økonomiske sanktion, der kan pålægges, baseres på den økonomiske formåen hos den enhed, der er omfattet af sanktioner, som skal være:**
- a) 4 % af de årlige indtægter eller budgettet for sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester, alt efter hvad der er relevant og højest, eller**
 - b) 4 % af den årlige omsætning på verdensplan for sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester i det foregående regnskabsår.**
2. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen disse regler senest tolv måneder efter denne forordnings ikrafttræden og underretter den straks om senere ændringer, der berører dem.
3. Når der træffes afgørelse om sanktionens[...] art og størrelse, skal der i hvert enkelt tilfælde tages behørigt hensyn til bl.a. følgende:
- a) overtrædelsens art, grovhed og varighed
 - b) hvorvidt overtrædelsen blev begået forsætligt eller uagtsomt
 - c) enhver foranstaltning, der træffes for at afbøde eventuelle skader
 - d) alle relevante tidligere overtrædelser og andre skærpende eller formildende omstændigheder i sagen og
 - e) graden af samarbejde med den kompetente myndighed
- ea) størrelsen af og den økonomiske formåen hos den enhed, der er omfattet af sanktioner, hvis det er relevant.**

4. Tilsidesættelser af artikel 7, 9 og 10 betragtes som særlig alvorlige, når de vedrører politisk reklame, der udgives eller udbredes i løbet af *den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning* [...] og rettes mod borgere i den medlemsstat, hvor det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning afholdes.
5. [...]
6. For så vidt angår tilsidesættelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12 og 12a, kan de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, inden for rammerne af deres beføjelser pålægge [...] bøder i overensstemmelse med artikel 83 i forordning (EU) 2016/679 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 83, stk. 5, i nævnte forordning.
7. For så vidt angår overtrædelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12 og 12a, kan den tilsynsmyndighed, der er omhandlet i artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, inden for rammerne af sine beføjelser pålægge [...] bøder i overensstemmelse med artikel 66 i forordning (EU) 2018/1725 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 66, stk. 3, i nævnte forordning.

Artikel 16a

Meddelelser til den kompetente myndighed

Med forbehold af enhver anden administrativ procedure eller et andet retsmiddel behandler de kompetente myndigheder behørigt alle de meddelelser, som de modtager om en mulig overtrædelse af denne forordning, og underretter som minimum efter anmodning den person, der har indgivet meddelelsen, om opfølgningen herpå. I løbet af den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning behandles enhver meddelelse, der modtages i forbindelse med det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, uden unødigt forsinkelse.

Offentliggørelse af datoer for valg og folkeafstemninger [...]

1. Medlemsstaterne offentliggør datoerne for deres *valg og folkeafstemninger* [...] på et let tilgængeligt sted *og* med en passende henvisning til denne forordning.
2. *Kommissionen stiller en portal til rådighed, hvorigennem medlemsstaterne umiddelbart efter bekendtgørelsen oplyser datoerne for deres valg eller folkeafstemninger. Portalen skal være offentligt tilgængelig.*

KAPITEL V – AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

Artikel 18

Evaluering og revision

1. Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet og første gang senest den 31. december 2026 fremlægger Kommissionen en rapport om evalueringen af denne forordning. I rapporten vurderes behovet for at ændre denne forordning, *navnlig med hensyn til:*
 - a) *denne forordnings effektivitet med hensyn til specifikke midler til politisk reklame*
 - b) *yderligere begrænsning af behandlingen af personoplysninger med henblik på de målretnings- og forstærkningsteknikker, der er reguleret ved denne forordning*
 - c) *denne forordnings indvirkning på små og mellemstore medieaktører*
 - d) *typen og omfanget af de sanktioner, som medlemsstaterne har pålagt*
 - e) *oprettelse af offentlige registre over al politisk onlinereklame.*
2. Rapporten offentliggøres.

Artikel 19

Udøvelse af de delegerede beføjelser

1. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter tillægges Kommissionen på de i denne artikel fastlagte betingelser.
2. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter, jf. artikel 7, stk. 8, og artikel **12a, stk. 5**[...], tillægges Kommissionen for en periode på *tre år fra den ... [datoen for den lovgivningsmæssige basisretsakts ikrafttræden eller en anden dato fastsat af*

medlovgiverne]. Delegationen af beføjelser forlænges stiltiende for perioder af samme varighed, medmindre Europa-Parlamentet eller Rådet modsætter sig en sådan forlængelse senest tre måneder inden udløbet af hver periode.[...]

3. Den i artikel 7, stk. 8, og artikel **12a, stk. 5[...]**, omhandlede delegation af beføjelser kan til enhver tid tilbagekaldes af Europa-Parlamentet eller Rådet. En afgørelse om tilbagekaldelse bringer delegationen af de beføjelser, der er angivet i den pågældende afgørelse, til ophør. Den får virkning dagen efter offentliggørelsen af afgørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende* eller på et senere tidspunkt, der angives i afgørelsen. Den berører ikke gyldigheden af delegerede retsakter, der allerede er i kraft.
- 3a. *Inden vedtagelsen af en delegeret retsakt i henhold til artikel 7, stk. 8, og artikel 12a, stk. 5, hører Kommissionen eksperter, som er udpeget af hver enkelt medlemsstat, i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale 13. april 2016 om bedre lovgivning.***
4. Så snart Kommissionen vedtager en delegeret retsakt, giver den samtidigt Europa-Parlamentet og Rådet meddelelse herom.
5. En delegeret retsakt vedtaget i henhold til artikel 7, stk. 8, eller artikel **12a, stk. 5[...]**, træder kun i kraft, hvis hverken Europa-Parlamentet eller Rådet har gjort indsigelse inden for en frist på to måneder fra meddelelsen af den pågældende retsakt til Europa-Parlamentet eller Rådet, eller hvis Europa-Parlamentet og Rådet inden udløbet af denne frist begge har meddelt Kommissionen, at de ikke agter at gøre indsigelse. Fristen forlænges med to måneder på Europa-Parlamentets eller Rådets initiativ.

Artikel 20

Ikrafttræden og anvendelse

1. Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.
2. Den finder anvendelse **12 måneder efter offentliggørelsen i Den Europæiske Unions Tidende [...]**.
3. Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den

På Europa-Parlamentets vegne
Formand

På Rådets vegne
Formand

Oplysninger, der skal fremlægges i henhold til artikel 7, stk. 2

- a) Hvis meddelelsen ikke indgår i selve annoncen, et eksempel på/en gengivelse af den politiske annonce eller et link hertil.
- b) Navn på og hjemsted for den sponsor, på hvis vegne annoncen udbredes, herunder navn, adresse, telefonnummer og e-mailadresse, og hvorvidt der er tale om en fysisk eller juridisk person.
- ba) *De i litra b) krævede oplysninger om den fysiske eller juridiske person, der yder betaling som modydelse for den politiske annonce, hvis denne person er forskellig fra sponsoren.***
- c) Den periode, hvori den politiske annonce udbredes, og i givet fald, hvis udgiveren har kendskab hertil, at den pågældende annonce tidligere har været udbredt.
- d) Alle de valg, som annoncen er knyttet til, hvis det er relevant.
- e) De foreløbige specificerede udgifter til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for den specifikke annonce og i givet fald den specifikke reklamekampagne, herunder i forbindelse med udarbejdelse, placering, promovning, udgivelse eller udbredelse af de politiske annoncer, samt de specificerede reelle udgifter og værdien af andre modtagne ydelser, når de foreligger.
- f) ***Oplysninger om*** de finansieringskilder, der anvendes til den specifikke reklamekampagne, herunder til udarbejdelse, placering, promovning, udgivelse eller udbredelse af de politiske annoncer.
- g) Brugbare oplysninger om den metode, der er anvendt til beregning af de i litra e) nævnte udgifter og værdier.

- h) Hvis udgiveren er en meget stor onlineplatform, et link til, hvor annoncen kan findes i udgiverens reklamedatabase.
- i) Hvis annoncen er knyttet til specifikke valg eller folkeafstemninger, links til officielle oplysninger om de nærmere bestemmelser for deltagelse i det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning.
- j) Oplysninger om den mekanisme, der er oprettet i henhold til artikel 9.

Oplysninger, der skal fremlægges i henhold til artikel 12a, stk. 1[...]

- a) De specifikke målgrupper, herunder de parametre, der anvendes til at afgøre, hvem der er modtagere af den annonce, der udbredes, med den samme detaljeringsgrad, der anvendes til målretningen, de kategorier af personoplysninger, der anvendes til målretningen og forstærkningen, målene, mekanismerne og begrundelsen for målretningen og forstærkningen, herunder inklusions- og eksklusionsparametrene, samt begrundelserne for valget af disse parametre.
 - b) Udbredelsesperioden, antallet af enkeltpersoner, som annoncen udbredes til, og angivelse af målgruppens størrelse inden for den relevante vælgerbefolkning.
 - c) Kilden til de personoplysninger, der er omhandlet i litra a), herunder i givet fald oplysninger om, at personoplysningerne er udledt, afledt eller indhentet fra tredjemand, og dennes identitet samt et link til den pågældende tredjemands databeskyttelsesmeddelelse for så vidt angår den pågældende behandling.
 - d) Et link, der effektivt gør det muligt for fysiske personer at udøve deres rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679 eller forordning (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, i forbindelse med målretning og forstærkning af politisk reklame på basis af deres personoplysninger.
- da) *Et link til eller en klar angivelse af, hvor de retningslinjer, der er omhandlet i artikel 12a, stk. 1, litra a), let kan hentes.***
-