



Brüssel, den 10. Juni 2022
(OR. en)

Interinstitutionelles Dossier:
2021/0381(COD)

8647/2/22
REV 2

LIMITE

AG 46
COMPET 279
INST 150
PE 44
DATAPROTECT 125
FREMP 84
CONSOM 101
TELECOM 184
AUDIO 37
MI 334
DISINFO 33
CODEC 589

VERMERK

Absender:	Generalsekretariat des Rates
Empfänger:	Delegationen
Nr. Vordok.:	8647/22 + REV1
Nr. Komm.dok.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Betr.:	Vorschlag für eine VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung - Kompromisstext des Vorsitzes

Die Delegationen erhalten in der Anlage einen **überarbeiteten** Kompromisstext des Vorsitzes zu dem oben genannten Vorschlag.

Streichungen gegenüber dem Kommissionsvorschlag sind durch [...] und hinzugefügter Text durch **Fettdruck und Unterstreichung** gekennzeichnet.

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

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

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

auf Vorschlag der Europäischen Kommission,

nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses¹,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen²,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren,

¹ ABl. C ... vom ..., S.

² ABl. C ... vom ..., S.

in Erwägung nachstehender Gründe:

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

- (4) Die Notwendigkeit, Transparenz zu gewährleisten, ist ein legitimes Ziel des Allgemeininteresses im Einklang mit den gemeinsamen Werten der EU und der Mitgliedstaaten gemäß Artikel 2 des Vertrags über die Europäische Union (EUV). Es ist nicht immer einfach für Bürger, politische Anzeigen zu erkennen und ihre demokratischen Rechte in informierter Weise auszuüben. **Die zunehmende Komplexität der Desinformation, die Diversifizierung der Akteure, die rasche Entwicklung neuer Technologien und die verstärkte Verbreitung manipulativer Einflussnahme stellen für die EU und die Mitgliedstaaten wichtige Herausforderungen dar. Politische Werbung kann ein Vektor für Desinformation sein, insbesondere wenn der politische Charakter nicht aus der Werbung hervorgeht und wenn sie gezielt eingesetzt oder „amplifiziert“ wird.** Ein hohes Maß an Transparenz ist unter anderem erforderlich, um eine offene und faire politische Debatte **bei der Gewährleistung demokratischer politischer Kampagnen** sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen und gegen Desinformation und widerrechtliche Eingriffe, auch aus dem Ausland, vorzugehen. [...]. Eine transparente politische Werbung trägt dazu bei, dass Wähler besser erkennen können, wann ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird, wer der Anbieter der Anzeige ist und wie sie von einem Anbieter von Werbedienstleistungen erreicht werden, sodass Wähler besser in der Lage sind, fundierte Entscheidungen zu treffen.
- (5) Im Zusammenhang mit politischer Werbung werden häufig Verfahren zum Targeting und Amplifizieren eingesetzt. Verfahren zum Targeting oder Amplifizieren sind als Verfahren zu verstehen, die verwendet werden, um eine maßgeschneiderte politische Anzeige nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten bzw. den Umlauf, die Reichweite oder die Sichtbarkeit einer politischen Anzeige zu erhöhen. Angesichts der Macht und des Potenzials des Missbrauchs personenbezogener Daten **und** des Targeting, einschließlich durch Mikrotargeting und andere fortgeschrittene Verfahren, können solche Verfahren eine besondere Bedrohung für legitime öffentliche Interessen wie Fairness, Gleichbehandlung und Transparenz im Wahlverfahren und das Grundrecht auf objektive, transparente und pluralistische Informationen darstellen.

- (6) Der Regelungsrahmen für politische Werbung ist derzeit in den Mitgliedstaaten sehr fragmentiert und konzentriert sich in vielen Fällen tendenziell auf traditionelle Medien. Konkrete Beschränkungen gibt es für die grenzüberschreitende Bereitstellung politischer Werbedienstleistungen. Während des Wahlzeitraums untersagen einige Mitgliedstaaten Diensteanbietern in der EU, die in anderen Mitgliedstaaten ansässig sind, die Erbringung von politischen Dienstleistungen oder Dienstleistungen zu politischen Zwecken. Gleichzeitig dürften Lücken und Schlupflöcher in nationalen Rechtsvorschriften einiger Mitgliedstaaten dazu führen, dass politische Werbung mitunter ohne Rücksicht auf die einschlägigen nationalen Vorschriften verbreitet wird und damit das Ziel der Transparenz politischer Werbung zu unterlaufen droht.
- (7) Zur Verbesserung der Transparenz politischer Werbung, einschließlich der Berücksichtigung der Anliegen von Bürgern, haben einige Mitgliedstaaten bereits zusätzliche Maßnahmen geprüft bzw. erwägen diese, um die Transparenz politischer Werbung anzugehen und eine faire politische Debatte sowie freie und gerechte Wahlen oder Referenden zu unterstützen. Diese nationalen Maßnahmen werden insbesondere für online veröffentlichte und verbreitete Werbung erwogen und können weitere Verbote umfassen. Sie reichen von weichen bis hin zu verbindlichen Maßnahmen und beinhalten verschiedene Transparenzaspekte.
- (8) Diese Situation führt zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts, mindert die Rechtssicherheit für Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die politische Anzeigen ausarbeiten, platzieren, **fördern**, veröffentlichen oder verbreiten, schafft Hindernisse für den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen, verzerrt den Wettbewerb im Binnenmarkt, darunter auch zwischen Offline- und Online-Diensteanbietern, und erfordert komplexe Anstrengungen zur Einhaltung der Vorschriften und zusätzliche Kosten für die betreffenden Diensteanbieter.
- (9) Dieser Umstand hält Anbieter politischer Werbedienstleistungen wahrscheinlich davon ab, ihre politischen Werbedienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten. Dies gilt insbesondere für Kleinstunternehmen und KMU, die oftmals nicht die Ressourcen haben, die hohen Befolgungskosten im Zusammenhang mit der Ausarbeitung, Platzierung, **Förderung**, Veröffentlichung oder Verbreitung politischer Werbung in mehr als einem Mitgliedstaat aufzufangen oder weiterzugeben. Damit wird die Verfügbarkeit von Dienstleistungen und die Möglichkeit für Diensteanbieter, innovativ zu sein und multimediale und multinationale Kampagnen im Binnenmarkt anzubieten, eingeschränkt.

- (10) Daher sollten politische Werbedienstleistungen in der gesamten Union ein einheitliches und hohes Maß an Transparenz politischer Werbung gewährleisten. Gleichzeitig sollten Unterschiede, die den freien Verkehr damit verbundener Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes einschränken, verhindert werden, indem einheitliche Transparenzpflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen festgelegt werden, die einen einheitlichen Schutz der Rechte von Personen und die Überwachung des Binnenmarkts auf der Grundlage von Artikel 114 AEUV garantieren.
- (11) Die Mitgliedstaaten sollten von den Bestimmungen dieser Verordnung abweichende innerstaatliche Rechtsvorschriften **über die Transparenz politischer Werbung** weder aufrechterhalten noch einführen; dies gilt insbesondere für strengere oder weniger strenge Rechtsvorschriften zur Gewährleistung eines anderen Transparenzniveaus politischer Werbung. Eine vollständige Harmonisierung der Transparenzanforderungen für politische Anzeigen steigert die Rechtssicherheit und verringert die Fragmentierung der von Diensteanbietern im Zusammenhang mit politischer Werbung zu erfüllenden Pflichten.
- (12) Die vollständige Harmonisierung der Transparenzanforderungen sollte die Freiheit der Anbieter politischer Werbedienstleistungen unberührt lassen, auf freiwilliger Basis weitere Informationen über politische Werbung, **etwa die Durchklickrate einer bestimmten politischen Online-Anzeige**, als Teil des nach Artikel 11 der Charta der Grundrechte geschützten Rechts auf freie Meinungsäußerung **und auf Informationsfreiheit** zur Verfügung zu stellen.
- (13) Diese Verordnung sollte **sowohl** den [...] Inhalt politischer Werbung **als auch** die Vorschriften **der Union oder der Mitgliedstaaten** über die Darstellung politischer Werbung, **Wahlzeiträume und die Durchführung politischer Kampagnen, einschließlich Werbeverbote**, unberührt lassen.
- (13a) Bei der Anwendung [und Durchsetzung] dieser Verordnung sollte den besonderen Bedürfnissen von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen im Einklang mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit Rechnung getragen werden. Der Begriff „Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen“ sollte im Sinne von Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU verstanden werden.**

- (14) Diese Verordnung sollte eine harmonisierte Transparenzanforderung für Wirtschaftsakteure vorsehen, die politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen erbringen (d. h. Tätigkeiten, die normalerweise gegen ein Entgelt erbracht werden); diese Dienstleistungen umfassen insbesondere die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung politischer Werbung. Die Vorschriften dieser Verordnung betreffend hohe Transparenzstandards für politische Werbedienstleistungen stützen sich auf Artikel 114 AEUV. Diese Verordnung sollte auch den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit der **Förderung**, Veröffentlichung **oder** Verbreitung [...] politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verwendet werden, berücksichtigen. Die Vorschriften dieser Verordnung, die den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren behandeln, stützen sich auf Artikel 16 AEUV. An Einzelpersonen in einem Mitgliedstaat gerichtete politische Werbung sollte Werbung berücksichtigen, die in Gänze von Diensteanbietern außerhalb der Union ausgearbeitet, platziert, **gefördert**, veröffentlicht **oder verbreitet** wird, sich jedoch an Einzelpersonen in der Union richtet. Um zu ermitteln, ob eine politische Anzeige an Einzelpersonen in einem Mitgliedstaat gerichtet ist, sollten Faktoren berücksichtigt werden, die diese Anzeige mit diesem Mitgliedstaat verknüpfen, wie die Sprache, der Kontext, das Ziel der Anzeige und die Verbreitungswege.

(14a) Bei der Anwendung dieser Verordnung im Einklang mit dem EU-Recht sollte gegebenenfalls den Besonderheiten des Mediums für die Veröffentlichung vor allem zur Anpassung der Modalitäten an Fernsehen, Rundfunk und Zeitungen Rechnung getragen werden.

- (15) Auf Unionsebene gibt es keine Definition der Begriffe „politische Werbung“ oder „politische Anzeige“. Eine einheitliche Definition ist erforderlich, um den Anwendungsbereich der harmonisierten Transparenzpflichten und -regelungen zum Targeting und Amplifizieren festzulegen. Diese Definition sollte viele Formen politischer Werbung sowie alle Mittel und Arten der Veröffentlichung oder Verbreitung innerhalb der Union berücksichtigen, unabhängig davon, ob die Quelle dafür in der Union oder einem Drittstaat liegt.
- (16) Die Definition politischer Werbung sollte Werbung umfassen, die direkt oder indirekt durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen **ausgearbeitet, platziert, gefördert**, veröffentlicht oder verbreitet wird. Da Anzeigen durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen nicht von seiner Tätigkeit als politischer Akteur losgelöst werden können, sind sie geeignet, die politische Debatte zu beeinflussen, es sei denn, es handelt sich um Mitteilungen rein privater oder rein kommerzieller Art.

- (17) Die **Förderung**, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Mitteilung durch andere Akteure, die geeignet **und darauf ausgerichtet** ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten **auf Unionsebene, auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene oder auf Ebene einer politischen Partei** zu beeinflussen, sollte auch unter politische Werbung fallen. **Es sollte eine eindeutige und wesentliche Verbindung zwischen der Mitteilung und ihrem Potenzial bestehen, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen.** Um **das Vorliegen einer solchen Verbindung** festzustellen, [...] sollten alle relevanten Faktoren berücksichtigt werden, wie **der Sponsor der Mitteilung**, der Inhalt der Mitteilung, die verwendete Sprache, der Kontext der Mitteilung **– einschließlich des Zeitraums der Verbreitung wie ein Wahlzeitraum –**, das Ziel der Mitteilung, [...] die Mittel, mit denen die Mitteilung **gefördert**, veröffentlicht oder verbreitet wird, **sowie die Zielgruppe**. Mitteilungen zu gesellschaftlichen oder kontroversen Belangen können [...] geeignet **und darauf ausgerichtet** sein, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen.
- (18) Praktische Informationen aus amtlichen Quellen, **die sich ausschließlich auf** die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden **beziehen**, sollten keine politische Werbung darstellen.
- (19) Politische Ansichten, die **unter der redaktionellen Verantwortung eines Diensteanbieters in beliebigen Medien, einschließlich in Programmen audiovisueller Mediendienste im Sinne von Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a der Richtlinie 2010/13/EU³, im linearen und nicht linearen Rundfunk und in Print- oder Onlinemedien** geäußert werden, sollten nicht unter diese Verordnung fallen, **es sei denn, der Diensteanbieter wird für die geäußerte politische Ansicht bezahlt.**

³ ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1.

- (20) Zu Zwecken dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck „Wahl“ sowohl die Wahlen zum Europäischen Parlament als auch alle Wahlen oder Referenden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene in den Mitgliedstaaten und für Führungspositionen innerhalb einer politischen Partei.
- Andere Wahlformen wie **berufsbezogene oder** privat organisierte Stimmabgaben sollten nicht berücksichtigt werden.
- (21) Politische Anzeigen müssen als Fall politischer Werbung definiert werden. Unter den Begriff „Anzeige“ fallen auch die Mittel, über die Werbung kommuniziert wird, darunter Printmedien, Rundfunkmedien oder Online-Plattformdienste.
- (22) Der Begriff „politische Akteure“ im Sinne dieser Verordnung sollte sich auf Konzepte nach Unionsrecht sowie nach nationalem Recht im Einklang mit internationalen Rechtsinstrumenten wie jenen des Europarats beziehen. Der Begriff der politischen **Akteure** sollte **rechtsfähige** und nicht **rechtsfähige** Einrichtungen **einer politischen Partei** umfassen, die sie unterstützen oder ihre Ziele verfolgen, beispielsweise durch die Zusammenarbeit mit einer bestimmten Wählergruppe oder zu einem konkreten Wahlzweck.
- (23) Der Begriff der politischen Akteure sollte auch [...] Kandidaten **für ein Wahlamt oder Inhaber eines solchen sowie Mitglieder der Regierung eines Mitgliedstaats** auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene **oder eines europäischen Organs, mit Ausnahme des Gerichtshofs der Europäischen Union, der Europäischen Zentralbank und des Rechnungshofs, umfassen.** Ferner sollten andere politische Organisationen, **die gegründet wurden, um bei einer Wahl oder einem Referendum ein bestimmtes Ergebnis zu erzielen,** in diese Begriffsbestimmung einbezogen werden.
- (24) Eine Werbekampagne sollte sich auf die Ausarbeitung, **Platzierung, Förderung,** Veröffentlichung und Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage einer gemeinsamen Ausarbeitung, eines gemeinsamen Sponsorings und einer gemeinsamen Finanzierung beziehen. [...]
- (25) Die Definition des Begriffs „politische Werbung“ sollte nationale Definitionen für politische Parteien, politische Ziele oder **Wahlzeiträume** auf nationaler Ebene unberührt lassen.

- (26) Damit ein breites Spektrum relevanter Diensteanbieter im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen abgedeckt wird, sollte der Begriff der Anbieter politischer Werbedienstleistungen auch Anbieter umfassen, die an der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung politischer Werbung beteiligt sind. **Anbieter, die reine Nebendienstleistungen im Zusammenhang mit politischen Werbedienstleistungen erbringen, sollten nicht als Anbieter politischer Werbedienstleistungen im Sinne dieser Verordnung verstanden werden.**
- (26a) Herausgeber politischer Werbung sollten als Anbieter politischer Werbedienstleistungen verstanden werden, die üblicherweise am Ende der Kette von Diensteanbietern politische Werbung veröffentlichen und verbreiten, indem sie sie senden, über eine Schnittstelle bereitstellen oder auf andere Weise öffentlich zugänglich machen.**
- (26b) Als Sponsor sollte die Person verstanden werden, in deren Namen politische Werbung ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird, z. B. ein einzelner Kandidat bei einer Wahl, ein registrierter Dritter oder eine politische Partei.**
- (27) Der Begriff „politische Werbedienstleistungen“ sollte keine Botschaften umfassen, die von Einzelpersonen rein privat geteilt werden. Einzelpersonen sollten nicht als Privatpersonen gelten, wenn sie von einem Dritten bezahlte Botschaften veröffentlichen oder verbreiten.
- (28) Sobald der Sponsor erklärt, dass eine Werbung politisch ist, sollte dies anderen Diensteanbietern, die an politischen Werbedienstleistungen beteiligt sind, eindeutig angegeben werden. **Der Sponsor sollte diese Erklärung nach Treu und Glauben abgeben.**
- Darüber hinaus sollte Werbung, die als politische Werbung identifiziert wurde, bei ihrer weiteren Verbreitung weiterhin den Transparenzanforderungen entsprechen. **Wird politische Werbung im Sinne dieser Verordnung beispielsweise** organisch geteilt, so sollte die Werbung weiterhin als politische Werbung gekennzeichnet werden.

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

- (31) Die in Artikel 11 der Charta der Grundrechte verankerte Meinungs- **und Informationsfreiheit** umfasst das Recht des Einzelnen auf eine freie politische Meinungsäußerung, einschließlich des Rechts, politische Informationen zu empfangen und weiterzugeben sowie politische Ideen zu teilen. Jegliche Einschränkung **dieser Freiheit** muss mit Artikel 52 der Charta der Grundrechte im Einklang stehen. [...] **Diese** Freiheit kann Differenzierungen oder Einschränkungen unterliegen, sofern sie zur Verwirklichung eines legitimen Ziels gerechtfertigt sind und die allgemeinen Grundsätze des EU-Rechts, wie Verhältnismäßigkeit und Rechtssicherheit, gewahrt werden. Dies ist unter anderem der Fall, wenn politische Ideen über Anbieter von Werbedienstleistungen kommuniziert werden.
- (32) Was Online-Vermittlungsdienste anbelangt, so gilt die Verordnung (EU) **2022/XX** [Gesetz über digitale Dienste] für politische Anzeigen, die durch Online-Vermittlungsdienste in Anwendung der für alle Arten von Online-Werbung, darunter kommerzielle und politische Anzeigen, geltenden horizontalen Vorschriften veröffentlicht oder verbreitet werden. Auf der Grundlage der in dieser Verordnung festgelegten Begriffsbestimmung für „politische Werbung“ ist es angemessen, zusätzliche Granularität der Transparenzanforderungen für Herausgeber von Werbung, insbesondere für sehr große **Online-Plattformen**, vorzusehen, die in den Anwendungsbereich der Verordnung (EU) **2022/XX** [Gesetz über digitale Dienste] fallen. Dies gilt insbesondere für Informationen über die Finanzierung politischer Anzeigen. [Die Anforderungen dieser Verordnung lassen die Bestimmungen des Gesetzes über digitale Dienste unberührt, darunter auch die für sehr große Online-Plattformen in Bezug auf ihre Werbesysteme geltenden Risikobewertungs- und Risikominderungspflichten.]
- (33) An der Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung politischer Werbung kann eine komplexe Kette von Diensteanbietern beteiligt sein. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Auswahl von Werbeinhalten, die Auswahl von **Kriterien für das Targeting und Amplifizieren**, die Bereitstellung von Daten für das Targeting **und Amplifizieren** einer Anzeige, die Bestimmungen über **Verfahren für das Targeting und Amplifizieren**, die Erbringung einer Anzeige und ihre Verbreitung unterschiedlichen Diensteanbietern obliegen können. So können automatisierte Dienste den Abgleich von Profilen der Nutzer einer Schnittstelle anhand von personenbezogenen Daten, die direkt von den Nutzern des Dienstes und vom Online-Verhalten der Nutzer des Dienstes sowie anhand abgeleiteter Daten erhoben werden, mit den bereitgestellten Werbeinhalten unterstützen.

(34) Angesichts der Bedeutung der Gewährleistung der Wirksamkeit der Transparenzanforderungen im Besonderen, einschließlich der Erleichterung ihrer Aufsicht, sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen sicherstellen, dass die von ihnen im Rahmen ihrer Dienstleistung erhobenen einschlägigen Informationen, einschließlich der Angabe, dass es sich um eine politische Anzeige handelt, **vollständig und genau sind und dem Herausgeber der politischen Werbung zur Verfügung gestellt werden, der die politische Anzeige veröffentlicht. Um die wirksame Umsetzung dieser Anforderung und die rechtzeitige und genaue Bereitstellung dieser Information zu unterstützen, sollten Anbieter politischer Werbedienstleistungen die Informationen zeitgleich mit der Bereitstellung der betreffenden Dienstleistung übermitteln und die Automatisierung der Informationsübermittlung zwischen Anbietern politischer Werbedienstleistungen erwägen und unterstützen. Wenn Anbieter politischer Werbedienstleistungen feststellen, dass von ihnen übermittelte Informationen aktualisiert wurden, sollten sie dafür sorgen, dass diese aktualisierten Informationen dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden.**

(34a) Anbieter politischer Werbedienstleistungen erfahren, dass Informationen aktualisiert werden sollten, wenn der Sponsor oder der Diensteanbieter, der in seinem Namen handelt, den Anbieter politischer Werbedienstleistungen über eine relevante Änderung unterrichtet. Herausgeber politischer Werbung können auch über den in der vorliegenden Verordnung vorgesehenen Meldemechanismus erfahren, dass eine Aktualisierung erforderlich ist.

(34b) Stellen Anbieter politischer Werbedienstleistungen [...] fest, dass die übermittelten Informationen [...] offensichtlich fehlerhaft, ungenau oder unvollständig sind, so sollten sie angemessene Anstrengungen unternehmen, um sicherzustellen, dass ein solcher offensichtlicher Fehler oder eine solche offensichtliche Ungenauigkeit oder Unvollständigkeit behoben wird, insbesondere durch Bestätigung der vom Anbieter politischer Werbedienstleistungen oder gegebenenfalls des Sponsoren selbst bereitgestellten Informationen. Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten nicht zu exzessiven oder kostspieligen Nachforschungen verpflichtet werden. Angemessene Anstrengungen können sich gegebenenfalls auch in den vertraglichen Vereinbarungen zwischen Diensteanbietern und mit dem Sponsor niederschlagen.

(34c) Angemessene Anstrengungen sollten sorgfältige und objektive Maßnahmen umfassen, wie die Kontaktaufnahme mit dem betreffenden Sponsor oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen, um die Informationen zu vervollständigen oder zu berichtigen. Der Art und der Bedeutung der fehlerhaften oder fehlenden Informationen sollte im Hinblick auf die Anforderungen dieser Verordnung Rechnung getragen werden.

(35) Besteht die Gefahr, dass die Wirksamkeit der in der Verordnung festgelegten Transparenzpflichten durch ein künstliches kommerzielles oder vertragliches Konstrukt umgangen wird, so sollten diese Pflichten für alle Unternehmen gelten, die die Werbedienstleistung dem Wesen nach erbringen.

[...]

(37) Wenngleich spezielle Anforderungen festgelegt werden, sollte keine der in dieser Verordnung festgelegten Pflichten als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten zur Überwachung der von natürlichen oder juristischen Personen geteilten politischen Inhalte ausgelegt werden, noch sollten sie als allgemeine Pflicht für Anbieter von Vermittlungsdiensten ausgelegt werden, proaktive Maßnahmen in Bezug auf illegale Inhalte oder Handlungen zu ergreifen, die diese Anbieter übermitteln oder speichern.

- (38) Transparente politische Werbung sollte ermöglichen, dass Bürger erkennen können, dass ihnen eine politische Anzeige präsentiert wird. Herausgeber politischer Werbung sollten sicherstellen, dass [...] zusammen mit jeder politischen Anzeige eine deutliche Erklärung dahin gehend veröffentlicht wird, dass es sich um politische Werbung handelt, und die Identität des Sponsors angegeben wird. Der Name des Sponsors könnte gegebenenfalls ein politisches Logo enthalten. Herausgeber politischer Werbung sollten eine wirksame Kennzeichnung verwenden und dabei Entwicklungen in der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung und bewährte Verfahren zur Gewährleistung der Transparenz bei der Kennzeichnung von Werbung berücksichtigen. **Die Wiedergabe der Erklärung und des Namens des Sponsors kann je nach den verwendeten Mitteln variieren. Bei Rundfunkdienstleistungen könnte etwa eine vorherige oder eine nachherige Erklärung verwendet werden.** Mit jeder politischen Anzeige sollten sie auch für die Veröffentlichung von Informationen sorgen, damit der weitere Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele verständlich werden; diese können entweder in der Anzeige selbst oder auf der Website des Herausgebers, über einen Link, **einen QR-Code** oder eine gleichwertige klare, benutzerfreundliche Anweisung in der Anzeige bereitgestellt werden.

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

- (40) Die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen sollten in der Anzeige selbst oder anhand eines Hinweises in der Anzeige leicht abrufbar sein. **Die Darstellung der Informationen kann je nach den verwendeten Mitteln variieren. Um die Informationen der Transparenzbekanntmachung in einer Offline-Anzeige leicht zugänglich zu machen, könnten beispielsweise ein speziell dafür vorgesehener Link zu einer Website, ein QR-Code oder ähnliche benutzerfreundliche technische Maßnahmen verwendet werden.**

Die Anforderung, dass die Transparenzbekanntmachung unter anderem deutlich erkennbar sein muss, sollte folglich beinhalten, dass diese hervorgehoben in der Anzeige oder mit der Anzeige angegeben wird. Die Anforderung, dass die in der Transparenzbekanntmachung angegebenen Informationen leicht zugänglich, benutzerfreundlich und – soweit technisch möglich – maschinenlesbar sein müssen, sollte beinhalten, dass die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden. Anhang I der Richtlinie 2019/882 (EU-Rechtsakt zur Barrierefreiheit) enthält Anforderungen an den Zugang zu Informationen, einschließlich digitaler Informationen, die verwendet werden sollten, damit politische Informationen für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind.

- (41) Die Transparenzbekanntmachungen sollten so gestaltet sein, dass sie die Nutzer sensibilisieren und dazu beitragen, die politische Anzeige eindeutig als solche zu identifizieren. Sie sollten so gestaltet sein, dass sie – **soweit technisch möglich** – erhalten bleiben oder zugänglich bleiben, falls eine politische Anzeige weiterverbreitet und zum Beispiel auf einer anderen Plattform veröffentlicht oder zwischen Einzelpersonen weitergeleitet wird. Die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen sollten zu Beginn der Veröffentlichung der politischen Anzeige **und bis zu deren Ende** veröffentlicht [...] werden. **Herausgeber politischer Werbung sollten ihre Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen für einen Zeitraum von fünf Jahren nach der letzten Veröffentlichung aufbewahren und sie auf Antrag zur Verfügung stellen.** Die aufbewahrten Informationen sollten auch Informationen über politische Werbung umfassen, die beendet oder vom Herausgeber entfernt wurde. **Anbieter politischer Werbedienstleistungen, bei denen es sich nicht um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) 2022/XXX [Gesetz über digitale Dienste] handelt, sollten entscheiden können, in welchem Format sie diese Informationen aufbewahren.**

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

(42[...])d) Darüber hinaus sollten Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne der Verordnung (EU) **2022/XXX** [Gesetz über digitale Dienste] handelt, die in der Transparenzbekanntmachung enthaltenen Informationen über die nach Artikel 30 der genannten Verordnung [Gesetz über digitale Dienste] veröffentlichten Archive für Werbung **in Echtzeit** zugänglich machen. **Es ist angemessen, zusätzliche Granularität der Transparenzanforderungen für die in Artikel 30 der Verordnung (EU) 2021/XX [Gesetz über digitale Dienste] genannten Archive vorzusehen. Dies betrifft insbesondere Informationen über politische Werbung, die entfernt wurde, und den Grund dafür. Darüber hinaus können sehr große Online-Plattformen weitere Informationen über den Einfluss der Anzeige, etwa zur Durchklickrate, veröffentlichen. Sonstige Anbieter politischer Werbedienstleistungen sollten dazu angehalten werden, ähnliche Archive für politische Anzeigen einzurichten.** Dies wird die Arbeit interessierter Akteure, einschließlich Forschern, in ihrer besonderen Rolle bei der Unterstützung freier und fairer Wahlen oder Referenden und fairer Wahlkampagnen unter anderem durch Überprüfung der Sponsoren politischer Anzeigen und Analyse der politischen Anzeigenlandschaft erleichtern.

(43) Wenn der Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der den Inhalt einer politischen Anzeige hostet oder auf andere Weise speichert und bereitstellt, von dem Anbieter politischer Werbedienstleistungen, der die Website oder andere Schnittstelle, die letztendlich die politische Anzeige anzeigt, kontrolliert, getrennt ist, sollten sie zusammen als Herausgeber von Werbung mit Verantwortung für die von ihnen jeweils erbrachte Dienstleistung angesehen werden, damit gewährleistet ist, dass die Kennzeichnung erfolgt und die Transparenzbekanntmachung und die einschlägigen Informationen verfügbar sind. In ihren vertraglichen Vereinbarungen sollte geregelt werden, wie die Einhaltung dieser Verordnung organisiert wird.

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

(45a) Herausgeber politischer Werbung sollten angemessene Anstrengungen unternehmen, um sorgfältig, objektiv und unverzüglich auf die gemäß der vorliegenden Verordnung eingegangenen Meldungen einzugehen. Enthält eine Meldung ausreichende Informationen, anhand derer ein sorgfältig handelnder Herausgeber politischer Werbung ohne eingehende Prüfung feststellen kann, dass Informationen unvollständig oder ungenau sind, so sollte davon ausgegangen werden, dass der Herausgeber politischer Werbung Kenntnis von der Ungenauigkeit oder Unvollständigkeit hat, und er sollte unverzüglich handeln, indem er sich an die betreffenden Diensteanbieter und gegebenenfalls den Sponsor wendet. Der Herausgeber politischer Werbung sollten den Verfasser der Meldung über die diesbezüglichen Folgemaßnahmen unterrichten. [...]. [...]

(45b) Um die Wirksamkeit der Transparenzanforderungen während einer Wahl oder eines Referendums zu gewährleisten, sollten Herausgeber politischer Werbung innerhalb des letzten Monats vor der Wahl oder dem Referendum auf alle Meldungen, die sie über Anzeigen im Zusammenhang mit dieser Wahl oder diesem Referendum erhalten, innerhalb von 48 Stunden eingehen, indem sie sich an die betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen und gegebenenfalls den Sponsor wenden.

(45c) Alle Maßnahmen eines Herausgebers politischer Werbung sollten in dem Sinne streng zielgerichtet sein, dass sie zur Berichtigung, Vervollständigung oder Entfernung bestimmter Informationen, die nicht im Einklang mit der vorliegenden Verordnung stehen, dienen, wobei die Meinungs- und Informationsfreiheit sowie andere Grundrechte gebührend berücksichtigt werden.

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

- (47) Personenbezogene Daten, die bei der Gruppierung von Einzelpersonen nach ihren mutmaßlichen Interessen direkt von Einzelpersonen oder indirekt etwa als abgeleitete Daten erhoben werden oder die sich aus ihrer Online-Aktivität, ihrem Verhaltensprofil und anderen Analysetechniken ergeben, werden zunehmend dazu verwendet, politische Botschaften auf Gruppen oder einzelne Wähler oder Einzelpersonen zuzuschneiden und ihre Wirkung zu verstärken. Durch Verarbeitung personenbezogener Daten, insbesondere **besonderer Kategorien von personenbezogenen** Daten [...] nach der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates⁴ und der Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates⁵ [...], können verschiedene Gruppen von Wählern oder Einzelpersonen Segmenten zugeordnet und ihre Merkmale oder Schwachstellen ausgenutzt werden, indem beispielsweise Anzeigen zu bestimmten Zeitpunkten und an bestimmten Orten verbreitet werden, um die Gelegenheiten zu nutzen, bei denen sie für eine bestimmte Art von Information/Botschaft besonders empfänglich sind. Das hat spezifische nachteilige Auswirkungen auf die Grundrechte und Grundfreiheiten der Bürger in Bezug auf die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten und ihre Freiheit, objektive Informationen zu erhalten, sich eine Meinung zu bilden, politische Entscheidungen zu treffen und ihr Stimmrecht auszuüben. Dies wirkt sich negativ auf den demokratischen Prozess aus. Im Vergleich zu der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 sollten zusätzliche Beschränkungen und Bedingungen vorgesehen werden.
- Die in der vorliegenden Verordnung festgelegten Bedingungen für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, sollten auf Artikel 16 AEUV gestützt werden.

⁴ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

⁵ Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2018 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten durch die Organe, Einrichtungen und sonstigen Stellen der Union, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 45/2001 und des Beschlusses Nr. 1247/2002/EG (ABl. L 295 vom 21.11.2018, S. 39).

- (48) [Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten im Sinne des Artikels 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und des Artikels 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 verarbeitet werden, sollten daher untersagt werden. Der Einsatz solcher Verfahren sollte nur erlaubt werden, wenn er durch die **Verantwortlichen oder in ihrem Namen handelnde Personen** auf der Grundlage der ausdrücklichen Einwilligung der betroffenen Person oder auf der Grundlage geeigneter Garantien durch eine politisch, weltanschaulich oder religiös oder gewerkschaftlich ausgerichtete Stiftung, Vereinigung oder sonstige Organisation ohne Gewinnerzielungsabsicht im Rahmen ihrer rechtmäßigen Tätigkeiten und unter der Voraussetzung erfolgt, dass sich die Verarbeitung ausschließlich auf die Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der Organisation oder auf Personen, die im Zusammenhang mit deren Tätigkeitszweck regelmäßige Kontakte mit ihr unterhalten, bezieht und die personenbezogenen Daten nicht ohne Einwilligung der betroffenen Personen nach außen offengelegt werden. Dies sollte mit besonderen Garantien einhergehen. Unter Einwilligung sollte die Einwilligung im Sinne der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/1725 verstanden werden. Daher sollte es nicht möglich sein, die Ausnahmen des Artikels 9 Absatz 2 Buchstaben b, c, e, f, g, h, i und j der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. des Artikels 10 Absatz 2 Buchstaben b, c, e, f, g, h, i und j der Verordnung (EU) 2018/1725 für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, in denen personenbezogene Daten im Sinne des Artikels 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und des Artikels 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 verarbeitet werden, geltend zu machen, um politische Werbung zu veröffentlichen, zu fördern oder zu verbreiten.]

- (49) Um für mehr Transparenz und Rechenschaftspflicht zu sorgen, sollten die Verantwortlichen beim Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, in denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, zusätzliche Garantien anwenden. **Diese zusätzlichen Garantien sollten bestehende Garantien ergänzen, einschließlich der Garantien für automatisierte Entscheidungen nach Artikel 24 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 26 der Verordnung (EU) 2018/1725.** Sie sollten eine Politik beschließen und umsetzen, in der der Einsatz solcher Verfahren für das Targeting von Einzelpersonen und das Amplifizieren von Inhalten beschrieben wird, und sie sollten Aufzeichnungen über ihre einschlägigen Tätigkeiten führen. Bei der Veröffentlichung, Förderung oder Verbreitung politischer Anzeigen unter Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren sollten die Verantwortlichen zusammen mit der politischen Anzeige aussagekräftige Informationen bereitstellen, die es der betroffenen Einzelperson ermöglichen, die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Targeting-Verfahrens zu verstehen sowie auch, ob Daten Dritter und zusätzliche Analysetechniken verwendet wurden, etwa ob das Targeting der Anzeige während der Zustellung weiter optimiert wurde.
- (50) Herausgeber politischer Werbung, die Verfahren zum Targeting oder Amplifizieren einsetzen, sollten Informationen, die es der betroffenen Einzelperson ermöglichen, die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Targeting-Verfahrens zu verstehen sowie auch, ob Daten Dritter und zusätzliche Analysetechniken verwendet wurden, und einen **klaren Hinweis darauf, wo die einschlägige Politik der Verantwortlichen leicht abgerufen werden kann – etwa einen Link zu einer Website –,** in ihre Transparenzbekanntmachung aufnehmen.
- (50a)** Falls es sich bei **den** Verantwortlichen nicht um den Herausgeber der Werbung handelt, **sollten die Verantwortlichen** dem Herausgeber politischer Werbung die interne Politik [...] übermitteln **und gewährleisten, dass die erforderlichen Informationen dem Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden. Die Informationen sollten rechtzeitig und genau übermittelt werden.**
- (50b)** Anbieter von Werbedienstleistungen sollten dem Herausgeber politischer Werbung [...] die Informationen übermitteln, die dieser benötigt, um seine Pflichten nach dieser Verordnung erfüllen zu können. Die Bereitstellung dieser Informationen könnte auf der Grundlage von Standards automatisiert und in die normalen Geschäftsabläufe integriert werden.

- (51) Um Einzelpersonen weiter in die Lage zu versetzen, ihre Datenschutzrechte auszuüben, sollten Herausgeber politischer Werbung der jeweils betroffenen Person zusätzliche Informationen und wirksame Instrumente zur Verfügung stellen, um sie bei der Ausübung ihrer Rechte nach dem EU-Rechtsrahmen für den Datenschutz zu unterstützen, einschließlich des Rechts, Widerspruch einzulegen oder ihre Einwilligung zu widerrufen, wenn sie mit einer politischen Anzeige gezielt angesprochen wird. Diese Informationen sollten auch direkt von der Transparenzbekanntmachung aus leicht zugänglich sein. Die Instrumente, die Einzelpersonen zur Verfügung gestellt werden, um sie bei der Ausübung ihrer Rechte zu unterstützen, sollten wirksam verhindern, dass eine Einzelperson mit politischen Anzeigen gezielt angesprochen wird und dass Targeting auf der Grundlage besonderer Kriterien und durch einen oder mehrere bestimmte Verantwortliche erfolgt.
- (52) Die Kommission sollte die Ausarbeitung von Verhaltensregeln im Sinne des Artikels 40 der Verordnung (EU) 2016/679 fördern, um die Ausübung der Rechte betroffener Personen in diesem Zusammenhang zu unterstützen.
- (53) Die Informationen, die im Einklang mit allen Bestimmungen, die nach dieser Verordnung für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren gelten, bereitzustellen sind, sollten in einem Format vorgelegt werden, das leicht zugänglich, deutlich sichtbar und benutzerfreundlich ist, auch durch Verwendung einfacher Sprache.
- (54) Es ist angezeigt, Vorschriften für die Übermittlung von Informationen über Targeting an andere Interessenten festzulegen. Die entsprechende Regelung sollte mit der Regelung für die Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit den Transparenzanforderungen vereinbar sein.
- (55) Anbieter politischer Werbedienstleistungen mit Sitz in einem Drittland, die in der Union Dienstleistungen anbieten, sollten einen bevollmächtigten Vertreter in der Union benennen, um in Bezug auf diese Anbieter eine wirksame Aufsicht nach dieser Verordnung zu ermöglichen. Dies könnte der auf der Grundlage des Artikels 27 der Verordnung (EU) 2016/679 benannte Vertreter oder der auf der Grundlage des Artikels 11 der Verordnung (EU) 2022/xxx [Gesetz über digitale Dienste] benannte Vertreter sein.

- (56) Im Interesse einer wirksamen Aufsicht in Bezug auf die vorliegende Verordnung müssen die Aufsichtsbehörden mit der Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften betraut werden. Je nach dem Rechtssystem des einzelnen Mitgliedstaats und im Einklang mit dem bestehenden Unionsrecht, einschließlich der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste], können hierfür verschiedene nationale Justiz- oder Verwaltungsbehörden benannt werden.
- (57) Für die Aufsicht über Online-Vermittlungsdienste nach der vorliegenden Verordnung sollten die Mitgliedstaaten zuständige Behörden benennen und sicherstellen, dass diese Aufsicht mit der Aufsicht durch die nach Artikel 38 der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] benannten zuständigen Behörden vereinbar ist. In jedem Fall sollten die Koordinatoren für digitale Dienste nach der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] in jedem Mitgliedstaat dafür zuständig sein, die Koordinierung dieser Angelegenheiten auf nationaler Ebene sicherzustellen und erforderlichenfalls eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit mit anderen Koordinatoren für digitale Dienste nach den in der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] festgelegten Verfahren aufzunehmen. Im Rahmen der Anwendung der vorliegenden Verordnung sollte dieses Verfahren auf die nationale Zusammenarbeit zwischen Koordinatoren für digitale Dienste beschränkt werden und nicht die in der Verordnung (EU) [Gesetz über digitale Dienste] vorgesehene Befassung der Unionsebene umfassen.
- (58) Für die Aufsicht in Bezug auf die Aspekte der vorliegenden Verordnung, die nicht in die Zuständigkeit der Aufsichtsbehörden nach der Verordnung (EU) 2016/679 und der Verordnung (EU) 2018/725 fallen, sollten die Mitgliedstaaten zuständige Behörden benennen. Um die Achtung der Grundrechte und Grundfreiheiten, der Rechtsstaatlichkeit, der demokratischen Grundsätze und des Vertrauens der Öffentlichkeit in die Aufsicht über politische Werbung zu unterstützen, müssen diese Behörden von externen Eingriffen und politischem Druck strukturell unabhängig sein und über geeignete Befugnisse verfügen, damit sie eine wirksame Aufsicht führen und die erforderlichen Maßnahmen treffen können, um die Einhaltung der vorliegenden Verordnung und insbesondere die Erfüllung der Pflichten nach Artikel 7 zu gewährleisten. Die Mitgliedstaaten können insbesondere die nationalen Regulierungsbehörden oder -stellen nach Artikel 30 der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates⁶ benennen.

⁶ Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1).

- (59) Soweit im Unionsrecht bereits Vorschriften über die Bereitstellung von Informationen an zuständige Behörden und die Zusammenarbeit mit und zwischen diesen Behörden bestehen, wie etwa Artikel 9 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] oder die in der Verordnung (EU) 2016/679 enthaltenen Vorschriften, sollten diese Vorschriften für die einschlägigen Bestimmungen der vorliegenden Verordnung entsprechend gelten.
- (60) Die für die Aufsicht in Bezug auf diese Verordnung zuständigen Behörden sollten sowohl auf nationaler als auch auf EU-Ebene zusammenarbeiten und dabei bestehende Strukturen bestmöglich nutzen, unter anderem nationale Kooperationsnetze, das in der Empfehlung C(2018) 5949 final genannte Europäische Kooperationsnetz für Wahlen und die mit der Richtlinie 2010/13/EU eingesetzte Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste. Diese Zusammenarbeit sollte den schnellen, gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung erleichtern, unter anderem durch die gemeinsame Feststellung von Verstößen, den Austausch von Erkenntnissen und Fachwissen und Kontakte bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften.

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

- (63) Die Behörden der Mitgliedstaaten sollten sicherstellen, dass Verletzungen der in dieser Verordnung festgelegten Pflichten mit Geldbußen oder finanziellen Sanktionen geahndet werden. Dabei sollten sie Art, Schwere, wiederholtes Auftreten und Dauer der Pflichtverletzung im Hinblick auf das betreffende öffentliche Interesse, Umfang und Art der ausgeübten Tätigkeiten sowie die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Verletzers berücksichtigen. In diesem Zusammenhang sollte der entscheidenden Bedeutung der in Artikel 7 festgelegten Pflichten für die wirksame Verfolgung der Ziele dieser Verordnung Rechnung getragen werden. Ferner sollten sie berücksichtigen, ob der betreffende Diensteanbieter seine Pflichten nach dieser Verordnung systematisch oder wiederholt verletzt, indem er etwa die Bereitstellung von Informationen für Interessenten verzögert, sowie gegebenenfalls, ob der Anbieter politischer Werbedienstleistungen in mehreren Mitgliedstaaten tätig ist. Finanzielle Sanktionen und Geldbußen müssen in jedem Einzelfall wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein, unter gebührender Berücksichtigung ausreichender und zugänglicher Verfahrensgarantien verhängt werden und insbesondere sicherstellen, dass die politische Debatte offen und zugänglich bleibt.
- (64) Für die Ausübung der Befugnisse nach dieser Verordnung durch die zuständigen Behörden sollten geeignete Verfahrensgarantien nach Unionsrecht und nationalem Recht gelten, einschließlich wirksamer gerichtlicher Rechtsbehelfe und ordnungsgemäßer Verfahren.
- (65) Die Mitgliedstaaten sollten die genaue Dauer ihrer Wahlzeiträume, die im Einklang mit ihren Wahltraditionen festgelegt wurde, rechtzeitig vor Beginn des Wahlkalenders veröffentlichen.

- (66) Um die Ziele dieser Verordnung zu erreichen, sollte der Kommission die Befugnis übertragen werden, gemäß Artikel 290 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union Rechtsakte zu erlassen, zum einen hinsichtlich Artikel 7 Absatz 7, um genauer festzulegen, in welcher Form die Anforderungen an die Bereitstellung von Informationen in den Transparenzbekanntmachungen nach dem genannten Artikel vorzusehen sind, und zum anderen hinsichtlich Artikel 12 Absatz 8, um genauer festzulegen, in welcher Form die Anforderungen an die Bereitstellung von Informationen über Targeting vorzusehen sind. Es ist von besonderer Bedeutung, dass die Kommission angemessene Konsultationen, auch mit den von den einzelnen Mitgliedstaaten benannten Sachverständigen, durchführt, die mit den Grundsätzen im Einklang stehen, die in der Interinstitutionellen Vereinbarung vom 13. April 2016 über bessere Rechtsetzung niedergelegt wurden.
- Um insbesondere für eine gleichberechtigte Beteiligung an der Vorbereitung delegierter Rechtsakte zu sorgen, erhalten das Europäische Parlament und der Rat alle Dokumente zur gleichen Zeit wie die Sachverständigen der Mitgliedstaaten, und ihre Sachverständigen haben systematisch Zugang zu den Sitzungen der Sachverständigengruppen der Kommission, die mit der Vorbereitung der delegierten Rechtsakte befasst sind.
- (67) Innerhalb von zwei Jahren nach jeder Wahl zum Europäischen Parlament sollte die Kommission einen öffentlichen Bericht über die Evaluierung und Überprüfung dieser Verordnung vorlegen. Bei der Ausarbeitung dieses Berichts sollte die Kommission auch die Anwendung dieser Verordnung im Rahmen anderer Wahlen und Referenden in der Union berücksichtigen. In dem Bericht sollten unter anderem die Bestimmungen der Anhänge dieser Verordnung auf ihre weitere Eignung überprüft werden, und es sollte geprüft werden, ob sie überarbeitet werden müssen.
- (68) Ergänzende Pflichten im Zusammenhang mit der Nutzung politischer Werbung durch europäische politische Parteien sind in der Verordnung (EU) Nr. 1141/2014 über das Statut und die Finanzierung europäischer politischer Parteien und europäischer politischer Stiftungen festgelegt.

- (69) Da die Ziele der vorliegenden Verordnung, nämlich zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen und Vorschriften für den Einsatz von Targeting im Rahmen der Veröffentlichung und Verbreitung politischer Werbung festzulegen, von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können und daher besser auf Unionsebene zu verwirklichen sind, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip diese Verordnung erlassen. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Verordnung nicht über das für die Verwirklichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.
- (70) Diese Verordnung gilt unbeschadet der Vorschriften insbesondere der Richtlinie 2000/31/EG, einschließlich der Vorschriften über die Verantwortlichkeit der Vermittler in den Artikeln 12 bis 15 der genannten Richtlinie in der durch die Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] geänderten Fassung, der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Märkte], der Richtlinie 2002/58/EG und der Verordnung (EU) XXX [Datenschutzverordnung für elektronische Kommunikation] sowie der Richtlinie (EU) 2010/13, der Richtlinie 2000/31/EG, der Richtlinie 2002/58/EG, der Richtlinie 2005/29/EG, der Richtlinie 2011/83/EU, der Richtlinie 2006/114/EG, der Richtlinie 2006/123/EG und der Verordnung (EU) 2019/1150.
- (71) Der Europäische Datenschutzbeauftragte wurde gemäß Artikel 42 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 angehört und hat am XX.XX.2022 eine Stellungnahme abgegeben —

HABEN FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

KAPITEL I – ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Artikel 1

Gegenstand und Ziele

- (1) Mit dieser Verordnung werden festgelegt:
- a) harmonisierte Transparenzpflichten für Anbieter politischer Werbung und damit verbundener Dienstleistungen zur Speicherung, Offenlegung und Veröffentlichung von Informationen, die mit der Erbringung solcher Dienstleistungen in Zusammenhang stehen;
 - b) harmonisierte Vorschriften für den Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Rahmen der Veröffentlichung, Verbreitung oder Förderung politischer Werbung, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden.

[...]

- (2) Diese Verordnung hat das Ziel,
- a) zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts für politische Werbung und damit verbundene Dienstleistungen beizutragen;
 - b) natürliche Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zu schützen.

[...]

Artikel 1a

Anwendungsbereich

- (1) Diese Verordnung gilt für politische Werbung, die in der Union ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird oder sich an Einzelpersonen in einem oder mehreren Mitgliedstaaten richtet, unabhängig vom Ort der Niederlassung des Anbieters politischer Werbedienstleistungen und unabhängig von den eingesetzten Mitteln.
- (2) Diese Verordnung lässt sowohl den Inhalt politischer Werbung als auch die Vorschriften der Union oder der Mitgliedstaaten über die Darstellung politischer Werbung, Wahlzeiträume und die Durchführung politischer Kampagnen, unberührt.

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

- a) Richtlinie 2000/31/EG;**
- b) Richtlinie 2002/58/EG und Verordnung (EU) XXX
[Datenschutzverordnung für elektronische Kommunikation];**
- c) Richtlinie 2005/29/EG;**
- d) Richtlinie 2006/114/EG;**
- e) Richtlinie 2006/123/EG;**
- f) Richtlinie (EU) 2010/13;**
- g) Richtlinie 2011/83/EU;**
- h) Verordnung (EU) 2019/1150;**
- i) [Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste]].**

Artikel 2

Begriffsbestimmungen

Für die Zwecke dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck

- (1) „Dienstleistung“ jede von Artikel 57 AEUV erfasste selbstständige wirtschaftliche Tätigkeit, die in der Regel gegen Entgelt erbracht wird;

- (2) „politische Werbung“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels:
- a) durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen, es sei denn, sie ist rein privater oder rein kommerzieller Natur, oder
 - b) die geeignet **und darauf ausgerichtet** ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen.

Politische Ansichten, die unter der redaktionellen Verantwortung eines Diensteanbieters in beliebigen Medien geäußert werden, fallen nicht darunter, es sei denn, der Diensteanbieter wird für die geäußerte politische Ansicht bezahlt;

- (3) „politische Anzeige“ einen Fall politischer Werbung, **die mithilfe eines beliebigen Mittels veröffentlicht oder verbreitet wird;**
- (4) „politischer Akteur“ jeden der folgenden Handelnden:
- a) eine politische Partei im Sinne des Artikels 2 Nummer 1 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014 oder eine Einrichtung, die [...] mit [...] einer solchen politischen Partei in Zusammenhang steht;
 - b) ein politisches Bündnis im Sinne des Artikels 2 Nummer 2 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014;
 - c) eine europäische politische Partei im Sinne des Artikels 2 Nummer 3 der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 1141/2014;
 - d) einen Kandidaten für ein Wahlamt **oder Inhaber eines solchen** auf [...] **Unionsebene** oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene oder für eine der Führungspositionen innerhalb einer politischen Partei;

[...]

- f) ein Mitglied der Organe der Union, mit Ausnahme des Gerichtshofs der Europäischen Union, der Europäischen Zentralbank und des Rechnungshofs, oder einer Regierung eines Mitgliedstaats auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene;
- g) eine rechtsfähige oder nicht rechtsfähige Organisation für politische Kampagnen, die gegründet wurde, um das Ergebnis von Wahlen oder Referenden zu beeinflussen;
- h) jede natürliche oder juristische Person, die eine der unter den Buchstaben a bis g genannten Personen oder Organisationen vertritt oder in ihrem Namen handelt und [...] die politischen Ziele einer dieser Personen oder Organisationen fördert.

(5) „politische Werbedienstleistung“ eine Dienstleistung, die aus politischer Werbung besteht, mit Ausnahme eines Online-Vermittlungsdienstes im Sinne des Artikels 2 Buchstabe f der Verordnung (EU) **2022/XXX** [Gesetz über digitale Dienste], der ohne Gegenleistung für die Platzierung, **Förderung**, Veröffentlichung oder Verbreitung der betreffenden Botschaft erbracht wird;

(5a) „Anbieter politischer Werbedienstleistungen“ eine natürliche oder juristische Person, die politische Werbedienstleistungen erbringt, mit Ausnahme von reinen Nebendienstleistungen;

(6) „politische Werbekampagne“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Reihe miteinander verbundener **politischer** Anzeigen im Rahmen eines Vertrags über politische Werbung auf der Grundlage gemeinsamer Ausarbeitung, gemeinsamen Sponsorings oder gemeinsamer Finanzierung;

(7) „Sponsor“ die natürliche oder juristische Person, in deren Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, **gefördert**, veröffentlicht oder verbreitet wird;

(8) „Verfahren zum Targeting [...]“ Verfahren, die eingesetzt werden, um eine maßgeschneiderte politische Anzeige nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten [...];

(8a) „Verfahren zum Amplifizieren“ Verfahren, die eingesetzt werden, um die Verbreitung, die Reichweite oder die Sichtbarkeit einer politischen Anzeige zu erhöhen;

- (9) „Wahlzeitraum“ den Zeitraum vor oder während oder unmittelbar nach einer Wahl oder einem Referendum in einem Mitgliedstaat, während dessen für Wahlkampfaktivitäten besondere Vorschriften **der Mitgliedstaaten** gelten;
- (10) „relevante Wählerschaft“ die Gesamtheit der Einzelpersonen, die bei der Wahl oder dem Referendum in dem Mitgliedstaat, in dem eine politische Anzeige **veröffentlicht oder** verbreitet wird, abstimmungsberechtigt sind, wobei es sich um die gesamte Wählerschaft eines Mitgliedstaats handeln kann;
- (11) „Herausgeber politischer Werbung“ ein **Anbieter politischer Werbedienstleistungen**, der über ein beliebiges Medium [...] **Werbung veröffentlicht oder verbreitet**;
- (12) „Verantwortlicher“ einen Verantwortlichen im Sinne des Artikels 3 Nummer 8 der Verordnung (EU) 2016/679 oder gegebenenfalls des Artikels 4 Nummer 8 der Verordnung (EU) 2018/1725.

Für die Zwecke des Absatzes 1 Nummer 2 stellen Botschaften aus amtlichen Quellen [...], die sich **ausschließlich auf** die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden oder zur Förderung der Teilnahme an Wahlen oder Referenden **beziehen**, keine politische Werbung dar.

Artikel 2a

Identifizierung politischer Werbung

Bei der Feststellung, ob eine Mitteilung politische Werbung im Sinne von Artikel 2 Nummer 2b darstellt, sollten alle ihre Merkmale und insbesondere die einschlägigen Faktoren berücksichtigt werden:

- a) **der Inhalt der Mitteilung;**
- b) **der Sponsor der Mitteilung;**
- c) **die verwendete Sprache, die Mittel, mit denen die Mitteilung gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird, sowie die Zielgruppe;**
- d) **der Kontext der Mitteilung, einschließlich des Zeitraums der Verbreitung wie Zeiträume von Wahlen oder Referenden und Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozessen;**
- e) **der Ziel der Mitteilung.**

Artikel 3

Binnenmarktgrundsatz

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

KAPITEL II – TRANSPARENZPFLICHTEN FÜR POLITISCHE WERBEDIENSTLEISTUNGEN

Artikel 4

Transparenz politischer Werbedienstleistungen

- (1) Politische Werbedienstleistungen werden in transparenter Weise im Einklang mit den in Kapitel II dieser Verordnung festgelegten Pflichten erbracht.
- (2) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass in den vertraglichen Vereinbarungen über die Erbringung einer politischen Werbedienstleistung festgelegt wird, wie die einschlägigen Bestimmungen dieser Verordnung eingehalten werden.

Artikel 5

Identifizierung politischer Werbedienstleistungen

- (1) Die Anbieter von Werbedienstleistungen verlangen von Sponsoren und Anbietern von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, eine Erklärung dazu abzugeben, ob es sich bei der Werbedienstleistung, mit der sie den Diensteanbieter beauftragen, um eine politische Werbedienstleistung im Sinne des Artikels 2 Nummer 5 handelt. Sponsoren und Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, geben eine solche Erklärung nach Treu und Glauben ab.
- (2) Die Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass [...] der Sponsor oder die Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, in den vertraglichen Vereinbarungen über die Erbringung einer politischen Werbedienstleistung dazu verpflichtet werden, die einschlägigen Informationen bereitzustellen, die für die Einhaltung des Artikels 6 Absatz 1 erforderlich sind. Die Informationen werden vollständig, genau und unverzüglich übermittelt.

- (3) Im Falle einer Erklärung oder Information, die offensichtlich fehlerhaft ist, fordern Anbieter von Werbedienstleistungen die Sponsoren oder die im Namen von Sponsoren handelnden Anbieter von Werbedienstleistungen auf, ihre Erklärung zu berichtigen. Sponsoren oder Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, führen eine solche Berichtigung vollständig, genau und unverzüglich durch.**

Artikel 6

Führung von Aufzeichnungen [...]

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

[...]

Artikel 6a

Übermittlung von Informationen an den Herausgeber politischer Werbung

- (1) Anbieter politischer Werbedienstleistungen stellen sicher, dass die in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen dem Herausgeber politischer Werbung, der die politische Anzeige veröffentlichen oder verbreiten soll, rechtzeitig, vollständig und genau mitgeteilt werden, damit Herausgeber politischer Werbung ihre Pflichten nach dieser Verordnung erfüllen können. Anbieter politischer Werbedienstleistungen unternehmen angemessene Anstrengungen, um zu gewährleisten, dass die gemäß Artikel 6 Absatz 1 gespeicherten Informationen vollständig und genau sind.
- Ist der Herausgeber politischer Werbung der einzige Anbieter politischer Werbedienstleistungen, so übermittelt der Sponsor die einschlägigen Informationen an den Herausgeber politischer Werbung.
- (2) Anbieter politischer Werbedienstleistungen übermitteln diese Informationen zeitgleich mit der Bereitstellung der betreffenden Dienstleistung im Einklang mit bewährten Verfahren und branchenüblichen Standards, soweit technisch möglich im Wege eines standardisierten automatisierten Verfahrens.
- (3) Wenn Anbieter politischer Werbedienstleistungen feststellen, dass von ihnen übermittelte Informationen aktualisiert wurden, sorgen sie dafür, dass diese aktualisierten Informationen dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung mitgeteilt werden.

Transparenzanforderungen an jede politische Anzeige

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

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

- (2) Die Transparenzbekanntmachung **enthält** die folgenden Informationen [...]:
- a) die Identität **und den Ort der Niederlassung** des Sponsors **und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert**, und **ihre** Kontaktdaten;
 - b) den Zeitraum, in dem die politische Anzeige veröffentlicht und verbreitet werden soll;

- c) [...] Angaben zu den aggregierten Beträgen oder sonstigen Leistungen, die ganz oder teilweise für die [...] **politischen Werbedienstleistungen** [...] **für die** betreffende Anzeige und gegebenenfalls die politische Werbekampagne **von den Anbietern politischer Werbedienstleistungen, einschließlich vom Herausgeber,** entgegengenommen wurden, und deren Quellen;
- d) gegebenenfalls die Angabe der Wahlen oder Referenden, mit denen die Anzeige in Zusammenhang steht;
- e) gegebenenfalls Links zu **den in Absatz 6 genannten** Online-Archiven für Werbung;
- f) Informationen darüber, wie die in Artikel 9 Absatz 1 vorgesehenen Verfahren zu nutzen sind;

fa) gegebenenfalls die in Artikel 12 Absatz 4 genannten Informationen.

[...] Die in die Transparenzbekanntmachung aufzunehmenden Informationen werden unter Verwendung der in Anhang I aufgeführten spezifischen Datenfelder bereitgestellt.

(2a) Die Transparenzbekanntmachung muss in jede politische Anzeige aufgenommen werden oder ab deren erster Veröffentlichung und bis zu deren Ende leicht von dieser aus abzurufen sein. Sie wird auf dem neuesten Stand gehalten. Transparenzbekanntmachungen werden in einem Format vorgelegt, das leicht zugänglich und maschinenlesbar – soweit technisch möglich –, deutlich sichtbar und benutzerfreundlich ist, auch durch Verwendung einfacher Sprache.

- (3) Herausgeber politischer Werbung unternehmen angemessene Anstrengungen, um zu gewährleisten, dass die in **Absatz 2** genannten Informationen vollständig und **genau** sind. **Wenn ein Herausgeber politischer Werbung feststellt, dass die in Absatz 2 genannten Informationen unvollständig oder ungenau sind, sollte er angemessene Anstrengungen unternehmen, um die Informationen zu vervollständigen oder zu berichtigen, gegebenenfalls auch indem er sich an den Sponsor oder die betreffenden Diensteanbieter wendet. Können die Informationen nicht unverzüglich vervollständigt oder berichtigt werden, so stellt der Herausgeber die politische Anzeige nicht bereit oder stellt deren Veröffentlichung oder Verbreitung ein und informiert den betreffenden Diensteanbieter und gegebenenfalls den Sponsor darüber.**

Stellen Sponsoren oder Anbieter politischer Werbedienstleistungen fest, dass die an den Herausgeber politischer Werbung übermittelten oder von diesem veröffentlichten Informationen unvollständig oder ungenau sind, so nehmen sie unverzüglich mit dem betreffenden Herausgeber politischer Werbung Kontakt auf und übermitteln die vervollständigten oder berichtigten Informationen gegebenenfalls an den Herausgeber politischer Werbung.

[...]

- (5) Herausgeber politischer Werbung bewahren ihre Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen **für einen Zeitraum von fünf Jahren nach der letzten Veröffentlichung** auf.
- (6) Herausgeber politischer Werbung, bei denen es sich um sehr große Online-Plattformen im Sinne des Artikels 25 der Verordnung (EU) 2021/xxx [Gesetz über digitale Dienste] handelt, stellen sicher, dass die von ihnen nach Artikel 30 der genannten Verordnung [Gesetz über digitale Dienste] **in Echtzeit** bereitgestellten Archive für jede politische Anzeige im Archiv **auch** die in Absatz 2 genannten **aktualisierten** Informationen bereitstellen.

- (7) Die Mitgliedstaaten, einschließlich der zuständigen Behörden, und die Kommission fördern unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale der beteiligten einschlägigen Diensteanbieter und der besonderen Bedürfnisse von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen im Sinne des Artikels 3 der Richtlinie 2013/34/EU die Ausarbeitung von Verhaltensregeln, die zur ordnungsgemäßen Anwendung des vorliegenden Artikels beitragen sollen.
- (8) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, gemäß Artikel 19 delegierte Rechtsakte zu erlassen, um Anhang I durch Hinzufügung **oder** Änderung [...] von Elementen der Liste der nach Absatz 2 bereitzustellenden Informationen zu ändern, wenn eine solche Änderung angesichts technologischer Entwicklungen, **einschlägiger wissenschaftlicher Forschung, Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und einschlägiger Leitlinien der zuständigen Stellen** notwendig ist, um den breiteren Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele zu verstehen.

Artikel 8

Regelmäßige Berichterstattung über politische Werbedienstleistungen

- (1) **Herausgeber politischer Werbung** nehmen Informationen über die Beträge oder den Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für diese Dienstleistungen, einschließlich des Einsatzes von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, erhalten haben, aggregiert nach Kampagne als Teil ihres Lageberichts im Sinne des Artikels 19 der Richtlinie 2013/34/EU in ihre Jahresabschlüsse auf.
- (2) Absatz 1 gilt nicht für Unternehmen, die unter Artikel 3 **Absätze 1 bis** [...] 3 [...] der Richtlinie 2013/34/EU fallen.

Artikel 9

Hinweis auf möglicherweise unzulässige politische Anzeigen

- (1) Erbringen Herausgeber von Werbung politische Werbedienstleistungen, so richten sie Verfahren ein, die es **natürlichen oder juristischen Personen** ermöglichen, ihnen unentgeltlich zu melden, dass eine bestimmte von ihnen veröffentlichte Anzeige nicht dieser Verordnung entspricht.

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

Übermittlung von Informationen an die zuständigen Behörden

- (1) Die zuständigen nationalen Behörden sind befugt, [...] Anbieter politischer Werbedienstleistungen um Übermittlung der [...] Informationen zu ersuchen, über die sie nach [...] den Artikeln 6, 7 und 8 verfügen müssen. Die übermittelten Informationen müssen vollständig, genau und vertrauenswürdig sein und in einem klaren, kohärenten, konsolidierten und verständlichen Format bereitgestellt werden. Soweit technisch möglich, werden die Informationen in einem maschinenlesbaren Format übermittelt.
- (1a)** Das Ersuchen muss Folgendes enthalten:
- a) eine Begründung, aus der hervorgeht, für welchen Zweck die Informationen angefordert werden und warum das Ersuchen erforderlich und angemessen ist, es sei denn, das Ersuchen dient der Verhütung, **Aufdeckung**, Ermittlung [...] und Verfolgung von Straftaten, soweit die Begründung des Ersuchens diesen Zweck gefährden würde;
 - b) Informationen über die Rechtsbehelfe, die dem betreffenden Diensteanbieter und dem Sponsor der politischen Werbedienstleistung zur Verfügung stehen.
- (2) Nach Eingang eines Ersuchens nach Absatz 1 bestätigen Anbieter politischer Werbedienstleistungen innerhalb von zwei Arbeitstagen den Eingang des Ersuchens und unterrichten die Behörde über die Schritte, die unternommen wurden, um dem Ersuchen zu entsprechen. Der betreffende Diensteanbieter stellt die angeforderten Informationen innerhalb von zehn Arbeitstagen zur Verfügung. **Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, unternehmen angemessene Anstrengungen, um die angeforderten Informationen innerhalb von 15 Werktagen bereitzustellen. Im letzten Monat vor einer Wahl oder einem Referendum stellen Anbieter politischer Werbedienstleistungen die angeforderten Informationen innerhalb von 48 Stunden zur Verfügung. Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen, unternehmen angemessene Anstrengungen, um die angeforderten Informationen unverzüglich bereitzustellen.**

- (3) Anbieter politischer Werbedienstleistungen benennen eine Kontaktstelle für die Interaktion mit den zuständigen nationalen Behörden. Anbieter politischer Werbedienstleistungen [...], **die unter Artikel 3 Absätze 1 bis 3** der Richtlinie 2013/34/EU **fallen**, können eine externe natürliche Person als Kontaktstelle benennen.

Artikel 11

Übermittlung von Informationen an andere Interessenten

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

[...]

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

KAPITEL III – TARGETING UND AMPLIFIZIEREN

POLITISCHER WERBUNG

Artikel 12

Spezielle Anforderungen in Bezug auf das Targeting und Amplifizieren

- (1) [Verfahren zum Targeting oder Amplifizieren, die im Zusammenhang mit politischer Werbung mit einer Verarbeitung personenbezogener Daten nach Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2018/1725 einhergehen, sind verboten.
- (2) Das Verbot gemäß **Absatz 1** gilt nicht für Situationen nach Artikel 9 Absatz 2 Buchstaben a und d der Verordnung (EU) 2016/679 und Artikel 10 Absatz 2 Buchstaben a und d der Verordnung (EU) 2018/1725.]
- (3) Beim Einsatz von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren im Zusammenhang mit politischer Werbung, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, müssen die Verantwortlichen neben den Anforderungen der Verordnung (EU) 2016/679 bzw. der Verordnung (EU) 2018/1725 die folgenden Anforderungen erfüllen:
 - a) eine interne Politik annehmen, umsetzen **und öffentlich zugänglich machen**, in der in klarer und leichter Sprache insbesondere der Einsatz dieser Verfahren dargelegt ist, um gezielt Einzelpersonen zu erreichen oder Inhalte zu amplifizieren, und diese Politik für einen Zeitraum von fünf Jahren durchführen;
 - b) Protokolle über den Einsatz von Targeting und Amplifizieren führen, unter Angabe der einschlägigen Mechanismen, verwendeten Verfahren und Parameter und Quellen der verwendeten personenbezogenen Daten;

- c) zusammen mit der Angabe, dass es sich um eine politische Anzeige handelt, zusätzliche Informationen angeben, die notwendig sind, damit die betroffene Person die zugrunde liegende Logik und die wichtigsten Parameter des eingesetzten Verfahrens sowie die Verwendung von Daten Dritter und zusätzlicher Analysetechniken nachvollziehen kann. Die aufzunehmenden Informationen werden unter Verwendung der in Anhang II aufgeführten spezifischen Datenfelder bereitgestellt. [...]

(4) Insbesondere muss Folgendes angegeben werden:

- i) die spezifischen Gruppen von gezielt angesprochenen Empfängern, einschließlich der zur Bestimmung der Empfänger, an die die Werbung verbreitet wird, verwendeten Parameter;
- ii) die Kategorien und die Quellen der personenbezogenen Daten, die für das Targeting und Amplifizieren verwendet werden;
- iii) der Zeitraum der Verbreitung;
- iv) ein Link dazu oder ein klarer Hinweis darauf, wo die in Absatz 3 Buchstabe a genannte Politik leicht abgerufen werden kann.

- (4a) Handelt es sich bei den Verantwortlichen nicht um den Herausgeber der Werbung, so übermitteln die Verantwortlichen dem Herausgeber die interne Politik und gewährleisten, dass die in Absatz 4 genannten Informationen dem Herausgeber mitgeteilt werden, um dem Herausgeber politischer Werbung zu ermöglichen, seiner Verpflichtung gemäß dieser Verordnung nachzukommen. Informationen werden zeitnah und genau im Einklang mit bewährten Verfahren und branchenüblichen Standards, soweit technisch möglich im Wege eines standardisierten automatisierten Verfahrens, übermittelt.

- (4b) Anbieter von Werbedienstleistungen müssen den Verantwortlichen erforderlichenfalls die Informationen übermitteln, die diese benötigen, um den Absätzen 3 und 4 nachzukommen.**

- (5) Herausgeber politischer Werbung, die Verfahren zum Targeting oder Amplifizieren einsetzen, **bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden**, [...] müssen in der bzw. zusammen mit der Anzeige [...] **oder** in der nach Artikel 7 geforderten Transparenzbekanntmachung auf wirksame Mittel hinweisen, die Einzelpersonen bei der Ausübung ihrer Rechte gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 **bzw. der Verordnung (EU) 2018/1725** unterstützen.
- (6) Gemäß **den Absätzen 3 bis 5** bereitzustellende Informationen müssen in einem leicht zugänglichen und – sofern technisch machbar – maschinenlesbaren, deutlich sichtbaren und benutzerfreundlichen Format, auch durch Verwendung einfacher Sprache, bereitgestellt werden.

[...]

- (8) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, gemäß Artikel 19 delegierte Rechtsakte zu erlassen, um Anhang II durch **Hinzufügung oder** Änderung [...] von Elementen der Liste der nach Absatz 3 Buchstabe c bereitzustellenden Informationen zu ändern, die sich angesichts technologischer Entwicklungen, einschlägiger wissenschaftlicher Forschung, Entwicklungen bei der Aufsicht durch die zuständigen Behörden und einschlägiger Leitlinien der zuständigen Stellen ergeben.

Artikel 13

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

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

KAPITEL IV – ÜBERWACHUNG UND DURCHSETZUNG

Artikel 14

Bevollmächtigter Vertreter

- (1) Diensteanbieter, die politische Werbedienstleistungen in der Union anbieten, jedoch nicht in der Union ansässig sind, müssen schriftlich eine natürliche oder juristische Person als ihren bevollmächtigten Vertreter in einem der Mitgliedstaaten, in dem sie ihre Dienste anbieten, benennen.
- (2) Dieser bevollmächtigte Vertreter ist dafür verantwortlich, die Pflichten des Diensteanbieters, den er vertritt, nach dieser Verordnung zu erfüllen, und er ist als Empfänger für die gesamte Kommunikation mit dem entsprechenden Diensteanbieter nach dieser Verordnung einzusetzen. Jegliche Kommunikation mit dem bevollmächtigten Vertreter gilt als Kommunikation mit dem vertretenen Diensteanbieter.

Zuständige Behörden und Kontaktstellen

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

- (4) Die in Absatz 3 genannten zuständigen Behörden sind bei der Ausübung ihrer Aufsichtsaufgaben im Zusammenhang mit dieser Verordnung befugt, von Anbietern politischer Werbedienstleistungen den Zugang zu Daten, Dokumenten oder anderen notwendigen Informationen für die Ausübung ihrer Aufsichtsaufgaben anzufordern.
- (5) Die in Absatz 3 genannten zuständigen Behörden haben bei der Ausübung ihrer Durchsetzungsbefugnisse im Zusammenhang mit dieser Verordnung die Befugnis,
- a) Anbieter politischer Werbedienstleistungen zu warnen, wenn sie ihre Pflichten nach Maßgabe dieser Verordnung nicht erfüllen,
 - b) eine Erklärung zu veröffentlichen, in der die Art des Verstoßes sowie die juristische(n) und natürliche(n) Person(en) genannt wird bzw. werden, die für den Verstoß gegen eine in diesen Verordnungen festgelegte Verpflichtung verantwortlich ist bzw. sind;
 - c) Geldbußen und finanzielle Sanktionen zu verhängen.
- (6) Die Mitgliedstaaten gewährleisten die Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Behörden, insbesondere im Rahmen nationaler Wahlnetze, um einen schnellen und gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung zu erleichtern, unter anderem durch die gemeinsame Feststellung von Verstößen, den Austausch von Erkenntnissen und Fachwissen und Kontakte bei der Anwendung und Durchsetzung der einschlägigen Vorschriften.
- (7) Jeder Mitgliedstaat benennt für die Zwecke dieser Verordnung eine zuständige Behörde als Kontaktstelle auf Unionsebene.

- (8) Wenn ein Anbieter politischer Werbedienstleistungen seine Dienstleistungen in mehr als einem Mitgliedstaat erbringt oder wenn er seine Hauptniederlassung oder einen Vertreter in einem Mitgliedstaat hat, jedoch seine Haupttätigkeiten in einem anderen Mitgliedstaat erbringt, so arbeiten die zuständige Behörde des Mitgliedstaats der Hauptniederlassung oder einer anderen Niederlassung oder des Vertreters und die zuständigen Behörden der betreffenden anderen Mitgliedstaaten zusammen und unterstützen einander. Sofern diese Zusammenarbeit nicht bereits durch Unionsrecht geregelt ist, umfasst sie Folgendes:
- a) Über die Absatz 7 genannte Kontaktstelle unterrichten die zuständigen Behörden, die in einem Mitgliedstaat Aufsichts- oder Durchsetzungsmaßnahmen wahrnehmen, die zuständigen Behörden in den anderen betroffenen Mitgliedstaaten über die ergriffenen Aufsichts- und Durchsetzungsmaßnahmen und deren Folgemaßnahmen und konsultieren sie zu diesen;
 - b) über die in Absatz 7 genannte Kontaktstelle kann eine zuständige Behörde in begründeter, gerechtfertigter und verhältnismäßiger Weise eine andere zuständige Behörde um Aufsichts- und Durchsetzungsmaßnahmen ersuchen, wenn diese geeigneter ist, die in den Absätzen 4 und 5 genannten Aufsichts- und Durchsetzungsmaßnahmen zu ergreifen; und
 - c) auf begründetes Ersuchen einer anderen zuständigen Behörde leistet eine zuständige Behörde der ersuchenden Behörde Unterstützung, damit die in den Absätzen 4 und 5 genannten Aufsichts- oder Durchsetzungsmaßnahmen wirksam, effizient und kohärent durchgeführt werden können. Die auf diese Weise ersuchte zuständige Behörde muss über die in Absatz 7 genannten Kontaktstellen innerhalb einer der Dringlichkeit des Ersuchens entsprechenden Frist antworten und die angeforderten Informationen zur Verfügung stellen oder mitteilen, dass sie die Voraussetzungen für die Beantragung von Amtshilfe nach dieser Verordnung für nicht erfüllt hält. Alle Informationen, die im Zusammenhang mit einem Amtshilfeersuchen und geleisteter Amtshilfe gemäß diesem Artikel ausgetauscht werden, dürfen nur im Zusammenhang mit den Zwecken des Ersuchens verwendet werden.
- (9) Die Kontaktstellen treten regelmäßig auf Unionsebene im Rahmen des europäischen Kooperationsnetzes für Wahlen zusammen, um den schnellen und gesicherten Austausch von Informationen über Fragen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung ihrer Aufsichts- und Durchsetzungsaufgaben nach dieser Verordnung zu erleichtern.

Artikel 16

Sanktionen

- (1) Die Mitgliedstaaten legen im Zusammenhang mit den Artikeln 5 bis 11, 13 und 14 Vorschriften über Sanktionen, einschließlich Geldbußen und finanzieller Sanktionen für Anbieter politischer Werbedienstleistungen, fest, die in ihrer Rechtshoheit gegen die vorliegende Verordnung verstoßen; diese müssen in jedem Fall wirksam, angemessen und abschreckend sein.
- (2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission diese Vorschriften innerhalb von zwölf Monaten nach dem Inkrafttreten dieser Verordnung mit und melden ihr unverzüglich nachfolgende Änderungen.
- (3) Bei der Entscheidung über die Art und die Höhe der Sanktionen wird in jedem Einzelfall Folgendes gebührend berücksichtigt:
 - a) Art, Schwere und Dauer des Verstoßes;
 - b) Vorsätzlichkeit oder Fahrlässigkeit des Verstoßes;
 - c) Maßnahmen zur Schadensbegrenzung;
 - d) jegliche vorausgehenden Verstöße und jegliche anderen erschwerenden oder mildernden Umstände im jeweiligen Fall sowie
 - e) der Umfang der Zusammenarbeit mit der zuständigen Behörde.
- (4) Verstöße gegen Artikel 7 gelten als besonders schwerwiegend, wenn sie politische Werbung betreffen, die während eines Wahlzeitraums veröffentlicht oder verbreitet wird und sich an die Bürger in dem Mitgliedstaat richtet, in dem die betreffende Wahl organisiert wird.

- (5) Wenn ein Diensteanbieter vorsätzlich oder fahrlässig mit derselben oder verbundener politischer Werbung gegen die Bestimmungen dieser Verordnung verstößt, muss der Gesamtbetrag der Geldbuße ausreichend angepasst werden können, um allen einschlägigen Faktoren Rechnung zu tragen. Wird in mehrfacher Hinsicht gegen die Verordnung verstoßen, so muss sich dies im Gesamtbetrag der Geldbuße unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit widerspiegeln.
- (6) Bei Verstößen gegen die Pflichten nach Artikel 12 können die Aufsichtsbehörden nach Artikel 51 der Verordnung (EU) 2016/679 innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs Geldbußen im Einklang mit Artikel 83 der Verordnung (EU) 2016/679 bis zu dem in Artikel 83 Absatz 5 jener Verordnung genannten Betrag verhängen.
- (7) Bei Verstößen gegen die Pflichten nach Artikel 12 kann die Aufsichtsbehörde nach Artikel 52 der Verordnung (EU) 2018/1725 innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs Geldbußen im Einklang mit Artikel 66 der Verordnung (EU) 2018/1725 bis zu dem in Artikel 66 Absatz 3 jener Verordnung genannten Betrag verhängen.

Artikel 17

Veröffentlichung von Wahlzeiträumen

Die Mitgliedstaaten veröffentlichen die Daten ihrer nationalen Wahlzeiträume an leicht zugänglicher Stelle und mit angemessener Bezugnahme auf diese Verordnung.

KAPITEL V – SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Artikel 18

Bewertung und Überprüfung

Innerhalb von zwei Jahren nach jeder Wahl zum Europäischen Parlament und erstmals bis spätestens 31. Dezember 2026 legt die Kommission einen Bericht über die Bewertung und Überprüfung dieser Verordnung vor. Mit diesem Bericht wird die Notwendigkeit einer Änderung geprüft. Der Bericht wird veröffentlicht.

Artikel 19

Ausübung der Befugnisübertragung

- (1) Die Befugnis zum Erlass delegierter Rechtsakte wird der Kommission unter den in diesem Artikel festgelegten Bedingungen übertragen.
- (2) Die Befugnis zum Erlass delegierter Rechtsakte gemäß Artikel 7 Absatz 8 und Artikel 12 Absatz 8 wird der Kommission für einen Zeitraum von [bis zur Bewertung der Anwendung dieser Verordnung zwei Jahre nach den nächsten Wahlen zum Europäischen Parlament] übertragen.
- (3) Die Befugnisübertragung gemäß Artikel 7 Absatz 8 und Artikel 12 Absatz 8 kann vom Europäischen Parlament oder vom Rat jederzeit widerrufen werden. Der Beschluss über den Widerruf beendet die Übertragung der in diesem Beschluss genannten Befugnis. Er wird am Tag nach seiner Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union oder zu einem im Beschluss über den Widerruf angegebenen späteren Zeitpunkt wirksam. Die Gültigkeit von delegierten Rechtsakten, die bereits in Kraft sind, wird von dem Beschluss über den Widerruf nicht berührt.

- (4) Sobald die Kommission einen delegierten Rechtsakt erlässt, übermittelt sie ihn gleichzeitig dem Europäischen Parlament und dem Rat.
- (5) Ein delegierter Rechtsakt, der gemäß Artikel 7 Absatz 8 oder Artikel 12 Absatz 8 erlassen wurde, tritt nur in Kraft, wenn weder das Europäische Parlament noch der Rat innerhalb einer Frist von zwei Monaten nach Übermittlung dieses Rechtsakts an das Europäische Parlament und den Rat Einwände erhoben haben oder wenn vor Ablauf dieser Frist das Europäische Parlament und der Rat beide der Kommission mitgeteilt haben, dass sie keine Einwände erheben werden. Auf Initiative des Europäischen Parlaments oder des Rates wird diese Frist um zwei Monate verlängert.

Artikel 20

Inkrafttreten und Geltungsbeginn

- (1) Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft.
- (2) Sie gilt ab dem 1. April 2023.
- (3) Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident / Die Präsidentin

Im Namen des Rates
Der Präsident / Die Präsidentin
