

Politische Werbung– Was ist unter der TTPW-VO zu beachten?



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Sandra Schmitz-Berndt
Wissenschaftliche Mitarbeiterin am EMR

Webinar, 19. Mai 2026

1

Gliederung



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Einführung: Begriff der politischen Werbung

Was ist neu? TTPW-VO

Begrifflichkeiten

Pflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen

Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

2

Exkurs: Begriff der politischen Werbung

- Redaktionelle politische Berichterstattung
 - Redaktionelle Verantwortung
 - Keine Einflussnahme durch Dritte
 - Z.B. Wahlberichterstattung
 - Unterfall: Besetzung von sog. politischen Formaten (Teilnahme politischer Akteure an redaktionellem Format), z.B. TV-Duelle
- Politische Werbung
 - Verbreitung fremder Inhalte ohne inhaltliche Einflussnahme
 - § 8 Abs. 9 MStV: „Werbung politischer Art“
 - Politische Anzeigen
 - Unterfall: Wahlkampfinhalte politischer Parteien („Wahlwerbung“/„Wahlkampfwerbung“)

3

Wann ist Werbung politisch?

Imagewerbung mit ernsthaften gesellschaftspolitischen Themen

Takeaways

- Beginning in October, Meta – like other platforms – will no longer allow political, electoral and social issue ads on our platforms in the EU, given the unworkable requirements and legal uncertainties introduced by the EU's Transparency and Targeting of Political Advertising (TTPA) regulation.
- The TTPA will restrict how advertisers can reach their audiences and means people will also see less relevant content.
- Meta remains committed to enabling political speech and fair elections. This won't prevent people or candidates in the EU from posting about and debating politics on our platforms.

Electoral and Social Issue Ads in the EU in Response to TTPA Regulation

LISTEN TO ARTICLE

RECENT WORK

Introducing Instants: A New Way to Share in the Moment

Introducing a Completely Private Way to Chat With AI

New Supervision Tools Give Parents Insights into Their Teen's Algorithms and More

4

TTPW-VO: Regelungsgegenstand



- **1. ErwG.:** Politische Werbung hat viele Facetten, darunter bezahlte Inhalte, gesponserte Suchergebnisse, bezahlte gezielte Botschaften, Werbung in Ranglisten, Bewerbung von Produkten oder Personen in Inhalten von Produktplatzierungen, Influencer und andere Darstellungen.

5

TTPW-VO: Def. Politische Werbung



Art. 3 Nr. 2:

- Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer **Botschaft** mithilfe eines beliebigen Mittels, die **in der Regel gegen Entgelt** oder im Rahmen (partei- oder verbands-)interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt und

6

TTPW-VO: Def. Politische Werbung



Art. 3 Nr. 2:

- Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen (partei- oder verbands-)interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt **und**
 - a) durch einen politischen Akteur oder in seinem Namen erfolgt, oder

7

TTPW-VO: Politischer Akteur



Art. 3 Nr. 4:

- politische Parteien
- Amtsinhaber auf unions-, nationaler, regionaler oder lokaler Ebene
- Kandidaten für ein Wahlamt bzw. Inhaber eines Wahlamtes
- Mitglieder bestimmter Unionsorgane
- AUCH: Organisationen für politische Kampagnen mit oder ohne Rechtspersönlichkeit, die ausschließlich zu dem Zweck gegründet wurden, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums zu beeinflussen
- UND: jede Person, die eine der o.g. Personen/Organisation vertritt oder in deren Namen handelt und deren politische Ziele fördert

8

TTPW-VO: Def. Politische Werbung



Art. 3 Nr. 2:

- Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen (partei- oder verbands-)interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt und
 - a) durch einen politischen Akteur oder in seinem Namen erfolgt, **oder**
 - b) **geeignet** und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl/Referendums, Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu **beeinflussen** und Folgendes **nicht** einschließt (Bereichsausnahmen)
 - i) Mitteilungen aus amtlichen Quellen der EU/MS, soweit sich diese ausschließlich auf die Organisation und Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden beziehen,
 - ii) Öffentlichkeitsarbeit der Behörden der EU/MS; sowie
 - iii) die Vorstellung der Kandidaten im öffentlichen Raum, soweit gesetzlich vorgesehen und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung der Kandidaten erfolgt

TTPW-VO: Def. Politische Werbung



Art. 3 Nr. 2:

- Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen (partei- oder verbands-)interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt und
 - b) geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl/Referendums, Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen und Folgendes nicht einschließt (Bereichsausnahmen)
 - iii) **die Vorstellung der Kandidaten im öffentlichen Raum, soweit gesetzlich vorgesehen und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung der Kandidaten erfolgt** (Chancengleichheit)

Bsp. 25 LL: Die objektive Präsentation von Kandidaten im öffentlichen Raum (z. B. auf Reklametafeln) oder in den Medien (z. B. im Fernsehen durch Zuweisung von Sendezeit für diese objektive Präsentation), unentgeltlich, unter Wahrung der Gleichbehandlung und im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen = keine politische Werbung

TTPW-VO: Politische Werbung (weitere Ausnahmen)



Art. 1 Abs. 2:

- politische Meinungen und andere redaktionelle Inhalte, die redaktioneller Verantwortung geäußert werden, wenn für ihre Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung oder im Zusammenhang damit keine konkrete Zahlung oder sonstige Vergütung durch Dritte geleistet wird
 - vgl. Begriff der Themenplatzierung, § 8 Abs. 7 MStV

Art. 1 Abs. 3:

- politische Meinungen, die als Privatperson geäußert werden:
 - ErwG 30: als Ausdruck der Meinungsäußerungsfreiheit -> Selbsteinstufung unter Einbeziehung „kontextbezogener Aspekte“, z.B. Äußerungen im Namen einer Organisation, Eigenwerbung im Rahmen einer Kandidatur oder Wahlkampagne sowie Stellungnahmen von Personen, die sich generell aktiv für politische oder gesellschaftliche Veränderungen engagieren

Bsp. 12 LL: Politische Ansichten, die eine Privatperson in privater Verantwortung auf ihrem persönlichen Blog oder in ihren Social-Media-Konten veröffentlicht, stellen keine politische Werbung dar.

TTPW-VO: Identifizierung polit. Werbung



Artikel 8

Identifizierung einer politischen Anzeige

- Bei der Feststellung, ob eine Botschaft politische Werbung im Sinne von Artikel 3 Nummer 2 Buchstabe b darstellt, sollten alle ihre Merkmale berücksichtigt werden, darunter:
 - der Inhalt der Botschaft,
 - der Sponsor der Botschaft,
 - die zur Vermittlung der Botschaft verwendete Sprache,
 - der Kontext, in dem die Botschaft vermittelt wird, einschließlich des Verbreitungszeitraums,
 - die Mittel, mit denen die Botschaft ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird,
 - die Zielgruppe,
 - das Ziel der Botschaft.
- Die Kommission erarbeitet einheitliche Leitlinien, um zur ordnungsgemäßen Anwendung dieses Artikels beizutragen.

Sponsor = Person/Einrichtung, in deren Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird, z. B. ein einzelner Kandidat bei einer Wahl oder eine politische Partei, und die idR auch ein Entgelt leistet.

Was die TTPW-VO nicht regelt



- Welche Informationen in politischen Anzeigen zulässig sind
- Durchführung und Finanzierung politischer Kampagnen
- Allg. Verbote oder Beschränkungen politischer Werbung

13

Was die TTPW-VO regelt



| | |
|---|--|
| Anbieter politischer Werbedienstleistungen | <ul style="list-style-type: none">- allg. Diskriminierungsverbot- Einschränkungen vor Wahlen oder Referenden- Transparenz- und Sorgfaltspflichten |
| Herausgeber politischer Werbung | <p>Zusätzlich zu o.g.:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kennzeichnungs- und Transparenzpflichten- Transparenzbekanntmachung- Europ. Archiv für politische Anzeigen- Berichterstattung- Hinweispflichten- Besonderheiten beim Targeting |

14

TTPW-VO: Def. Anbieter politischer Werbedienstleistungen



Art. 3 Nr. 5:

- Polit. Werbedienstleistung = **Dienstleistung**, die aus **politischer** Werbung besteht
 - AusN: Online-„Vermittlungsdienst“ iSd Art. 3 lit. g DSA, der ohne Gegenleistung für die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung der betreffenden Botschaft erbracht wird
 - Art. 3 Nr. 1: Dienstleistung = jede idR gg **Entgelt** erbrachte selbständige wirtschaftliche Tätigkeit iSv Art. 57 AEUV (wirtschaftl. Gegenleistung)

Art. 3 Nr. 6:

- Anbieter = natürliche oder juristische Person, die politische Werbedienstleistungen erbringt
 - AusN: reine Nebendienstleistungen (Grafik-Design, Bildmaterial,...)

Bsp. Ausarbeitung: Texter, Designagenturen, Beratungsfirmen,...
Veröffentlichung: Rundfunk, Reklametafeln, Websites, Videoportale, Influencer,...
Zustellung oder Verbreitung: Anbieter von Werbetechnologien, Medienberatungsfirmen, Datenvermittler,...

TTPW-VO: Def. Herausgeber politischer Werbung



Art. 3 Nr. 13:

- Untergruppe der **Anbieter politischer Werbedienstleistungen**, die politische Werbung über ein beliebiges Medium veröffentlichen, zustellen oder verbreiten
- idR am Ende der Kette von Diensteanbietern, indem sie
 - Werbung ausstrahlen,
 - über eine Schnittstelle zugänglich machen oder
 - der Öffentlichkeit auf anderem Wege zur Verfügung stellen

Bsp. Anbieter von Werbetechnologien (Werbeförsen, -plattformen) als Vermittler zwischen dem Sponsor und der öffentlich zugänglichen Schnittstelle (Herausgeber)
ErwG 67: Anbieter von Werbetechnologien gelten zusammen mit der öffentlich zugänglichen Schnittstelle (z. B. eine Website, auf der die Anzeige letztlich veröffentlicht wird) als Herausgeber politischer Werbung

TTPW-VO: Pflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen



- **Art. 5 Abs. 1:** Allg. Diskriminierungsverbot
- **Art. 5 Abs. 2:** Einschränkungen vor Wahlen oder Referenden:
 - Verbot der Erbringung dieser Dienstleistungen für Sponsoren aus Drittstaaten drei Monate vor einer Wahl oder einem Referendum, das in Zusammenhang mit dieser Wahl oder Referendum steht

TTPW-VO: Pflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen



- **Art. 5 Abs. 1:** Allg. Diskriminierungsverbot
- **Art. 5 Abs. 2:** Einschränkungen vor Wahlen oder Referenden
- **Art. 6 ff:** Transparenz- und Sorgfaltspflichten
 - Identifikation politischer Anzeigen und Führen von Aufzeichnungen:
 - **Art. 7:** Erklärung von Sponsoren einholen, dass politische Werbung (+)
 - **Art. 9:** Führung von Aufzeichnung bzgl. Informationen, die bei Dienstleistungserbringung gesammelt werden:
 - politische Anzeige/Werbekampagne, mit der Dienstleistung in Zusammenhang steht,
 - konkret erbrachte Dienstleistung(en),
 - hierfür in Rechnung gestellte Beträge/sonstigen Leistungen und woher diese stammen
 - Identität und Kontakt des Sponsors, sowie ggf. Angaben zu Wahl/Referendum/Prozess, mit der Anzeige in Zusammenhang steht
 - **Art. 10:** Information an den Herausgeber politischer Werbung übermitteln

TTPW-VO: Pflichten für Anbieter politischer Werbedienstleistungen



- **Art. 5 Abs. 1:** Allg. Diskriminierungsverbot
- **Art. 5 Abs. 2:** Einschränkungen vor Wahlen oder Referenden
- **Art. 6 ff:** Transparenz- und Sorgfaltspflichten
- **Art. 16:** Übermittlung von Informationen an zuständige Behörde nach Ersuchen
 - Kontaktstelle erforderlich, bei KMU kann dies externe nat. Person sein
- **Art. 17:** Übermittlung von Informationen an andere Einrichtungen
 - „interessierte“ Einrichtungen, z.B. NGOs, Journalisten, Wahlbeobachter

19

TTPW-VO: Bes. Pflichten für Herausgeber politischer Werbung



- **Art. 11:** Bes. Kennzeichnungs- und Transparenzpflichten:
 - Klares Labelling als politische Anzeige + zusätzliche Informationen, insbes. zur Identität des Sponsors, zur zugehörigen politischen Kampagne sowie zum Einsatz von Targeting- oder Ausspielungsverfahren
 - „Transparenzbekanntmachung“ iSd **Art. 12** oder Hinweis, wo diese Informationen abgerufen werden können, u.a.
 - Identität des Sponsors bzw. der Person, die für die Anzeige eine Vergütung zahlt (inkl. Anschrift und Kontaktdaten)
 - Verbreitungszeitraum der Anzeige
 - Information über Leistungen und genauen Beträge, die Anbieter und Herausgeber der Werbedienstleistung erhalten haben
 - wiederum Angaben zur Wahl/Abstimmung, mit der die Anzeige in Verbindung steht
 - Links zu offiziellen Informationen über die betreffende Wahl
 - Ggf. eine Erklärung, dass die Anzeige Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren unterzogen wurde, und
 - sofern technisch machbar – Informationen über die Reichweite der politischen Anzeige

20

TTPW-VO: Bes. Pflichten für Herausgeber politischer Werbung



Art. 11: Bes. Kennzeichnungs- und Transparenzpflichten:

WAS?

- Klare Kennzeichnung als politische Anzeige + zusätzliche Informationen,
- „Transparenzbekanntmachung“ iSd Art. 12 oder Hinweis, wo diese Transparenzinformationen abgerufen werden können

WIE?

Kennzeichnung muss "dem jeweiligen Medium Rechnung tragen" (Art. 11 Abs. 3)

| | |
|---------------------|--|
| Visuelle Hinweise | <ul style="list-style-type: none"> • gut lesbar: geeignete Schriftgröße, ausreichend Kontrast und klare Abstände • Weblinks, QR-Codes oder ähnliche technische Lösungen müssen direkt zur Transparenzinformation führen • QR-Codes müssen ausreichend groß und kontrastreich sein |
| Audio-Kennzeichnung | <ul style="list-style-type: none"> • klare und deutliche Aussprache + „förmlich“ • frei von Hintergrundgeräuschen und -klängen |

Durchführungs-VO
2025/1410

21

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Format der Kennzeichnungen und Transparenzbekanntmachungen



Anhang I der DurchführungsVO: Format der Kennzeichnungen und Transparenzbekanntmachungen

Nr. 2 des Anhang I der DurchführungsVO: besondere Anforderungen für audiovisuelle Mediendienste iSd AVMD-RL (Fernsehen) sowie für lineare und nichtlineare Hörfunkdienste

| | |
|--------------------------|---|
| Visuelle Kennzeichnungen | <ul style="list-style-type: none"> • Anzeige über gesamte Dauer der politischen Anzeige <ul style="list-style-type: none"> • AusN: Erklärung über die politische Anzeige mit Namen des Sponsors und der Weblink zur Transparenzbekanntmachung <ul style="list-style-type: none"> • Klare Hervorhebung und eindeutige Sichtbarkeit für die gesamte Dauer der politischen Anzeige, und • am Anfang oder am Ende der politischen Anzeige sind auf dem gesamten Bildschirm für mindestens 3 Sekunden lang die sonstigen Pflichtkennzeichnungen zu sehen • Muster in Anhang II |
| Audiokennzeichnungen | <ul style="list-style-type: none"> • Platzierung zu Beginn oder am Ende der politischen Anzeige |

22

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Muster visuelle Kennzeichnungen



ANHANG II

Muster für Kennzeichnungen und Transparenzbekanntmachungen politischer Anzeigen

1. Muster für visuelle Kennzeichnungen ¹

POLITISCHE ANZEIGEN ²

(unter Verwendung von **Targeting** und/oder **Anzeigenschaltung** auf der Grundlage von **PERSONENBEZOGENEN DATEN**)³

- Der Sponsor ist [entweder a) **FIRMENNAME** der juristischen Person oder b) **VORNAME UND NACHNAME** der natürlichen Person]⁴.
- Der Sponsor wird kontrolliert von [entweder a) **Firmenname** der juristischen Person oder b) **Vorname und Nachname** der natürlichen Person]⁵.
- (Die Anzeige steht im Zusammenhang mit [Titel und Datum der Wahl(en)] oder [Name der Gesetzgebungs- oder Regulierungsinitiative])⁶.

Weitere Informationen unter [**Weblink**]⁷.

23

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Visuelle Kennzeichnungen



Politische Anzeige gemäß EU-Verordnung 24/900
Sponsor: SPD-Landtagsfraktion Mecklenburg-Vorpommern
Anlass: Beschluss des Doppelhaushaltes 2026/2027
Transparenzbekanntmachung bitte QR-Code scannen



*Mit Beschluss des Doppelhaushaltes 2026/2027 (Drucksachen 8/5199, 8/5499, 8/5200, 8/5198 sowie 8/5500 bis 8/5517) durch den Landtag am 10. Dezember 2025 wurde die Beitragsfreiheit in Krippe, Kita und Hort gesichert.

SPD-Landtagsfraktion MV, Lennéstr. 1, 19053 Schwirin | Fotos: Susie Knoll

POLITISCHE WERBUNG | Sponsor: CDU Kreisverband Rhein-Lahn zur Landtagswahl RLP am 22.03.2026 | CDU Rhein-Lahn, (V.i.S.d.P.), Römerstr. 95, 56130 Bad Ems, info@cdu-rhein-lahn.de | Transparenzhinweis: www.cdu-rhein-lahn.com/transparenz/



24

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Muster für Audio-Kennzeichnungen



2. Muster für Audio-Kennzeichnungen

Dies ist eine politische Anzeige¹ (bei der Targeting- und/oder Anzeigenschaltungsverfahren auf der Grundlage personenbezogener Daten eingesetzt werden²). Der Sponsor ist (entweder a) Firmenname der juristischen Person oder b) Vor- und Nachname der natürlichen Person³. (Der Sponsor wird kontrolliert von [entweder a) Firmenname der juristischen Person oder b) Vor- und Nachname der natürlichen Person]⁴. (Die Anzeige steht im Zusammenhang mit [Name und Datum der Wahlen] oder [Name der Initiative.])⁵. Weitere Informationen unter [Weblink]⁶.

Erläuterungen

1. Der Hinweis, dass es sich bei der Anzeige um eine politische Anzeige handelt, ist verpflichtend.
2. Die Bereitstellung von Informationen über die Nutzung von Targeting und/oder Anzeigenschaltung auf der Grundlage personenbezogener Daten ist gegebenenfalls verpflichtend. Es kann auch eine ähnliche Formulierung verwendet werden.
3. Die Angabe des Namens des Sponsors ist verpflichtend. Anstelle von „der Sponsor ist“ kann eine ähnliche Formulierung verwendet werden, um die Person anzugeben, auf deren Veranlassung oder in deren Namen die politische Anzeige veröffentlicht, zugestellt und verbreitet wird. Die Reihenfolge von Vor- und Nachname der natürlichen Person ist Ermessenssache.
4. Die Bereitstellung von Informationen über den Namen der kontrollierenden Einrichtung ist verpflichtend, wenn eine andere Einrichtung bestimmenden Einfluss auf die Zusammensetzung, die Abstimmungen oder die Entscheidungen der Organe des Sponsors ausübt.
5. Die Angabe von Informationen über die Verbindung der politischen Anzeige zu Wahlen oder einer Gesetzgebungs- oder Regulierungsinitiative ist verpflichtend, wenn ein eindeutiger und wesentlicher Zusammenhang mit Wahlen oder einer Gesetzgebungs- oder Regulierungsinitiative besteht. Die Bezeichnung der Wahlen kann unter Bezugnahme auf die Kategorie der zu wählenden Behörden (z. B. „Parlamentswahlen“) oder auf eine bestimmte Art von Wahlen (z. B. „Verfassungsreferendum“) angegeben werden. Der Name der Gesetzgebungs- oder Regulierungsinitiative darf verkürzt werden.
6. Der Weblink sollte kurz sein.

NEU: Individuelle Kennzeichnung

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Muster für Transparenzbekanntmachungen



3. Muster für Transparenzbekanntmachungen

TRANSPARENZBEKANNTMACHUNG

1. **Der Sponsor:** [entweder a) Firmen-NAME und, falls abweichend, der juristische NAME, E-Mail-Adresse, Postanschrift und, falls abweichend, der Ort der Niederlassung und gegebenenfalls die entsprechende Registrierungsnummer der juristischen Person oder der Organisation für die politischen Kampagne ohne Rechtspersönlichkeit oder b) VORNAME und NACHNAME, E-Mail-Adresse und, falls veröffentlicht, Postanschrift der natürlichen Person]¹
2. **Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert:** [entweder a) Firmen-NAME und, falls abweichend, der juristische NAME, E-Mail-Adresse, Postanschrift und, falls abweichend, der Ort der Niederlassung der juristischen Person oder b) VORNAME und NACHNAME, E-Mail-Adresse und, falls veröffentlicht, Postanschrift der natürlichen Person]²
3. **Einrichtung, die die politische Anzeige finanziert:** [entweder a) Firmen-NAME und, falls abweichend, der juristische NAME, E-Mail-Adresse, Postanschrift und, falls abweichend, der Ort der Niederlassung der juristischen Person oder b) VORNAME und NACHNAME, E-Mail-Adresse und, falls veröffentlicht, Postanschrift der natürlichen Person]³
4. **Zeitraum, in dem die politische Anzeige veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet werden soll:** [vom [erster Tag] bis zum [letzter Tag]]⁴
5. **Aggregierte Beträge und aggregierter Wert anderer Leistungen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen für die politische Anzeige erhalten haben:** [Gesamtbetrag und Währung]⁵
6. **Aggregierte Beträge und aggregierter Wert anderer Leistungen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen für die politische Werbekampagne erhalten haben:** [Gesamtbetrag und Währung]⁶
7. **Informationen über die Herkunft der Beträge und sonstigen Leistungen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen erhalten haben:** [öffentlich und/oder privat, EU und/oder Nicht-EU]⁷
8. **Methode zur Berechnung der aggregierten Beträge und des aggregierten Werts anderer Leistungen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen für die politische Anzeige und gegebenenfalls die politische Werbekampagne erhalten haben:** [wie die Beträge und Sachleistungen, die die einzelnen Dienstleister erhalten haben, ermittelt und aggregiert wurden]⁸
9. **Die politische Anzeige steht im Zusammenhang mit:** [Bezeichnung, Ebene und Datum der Wahl(en)] oder [Name der Initiative und Ebene der Entscheidung oder des Abstimmungsverfahrens]⁹

10. [Link(s) zu der Website mit offiziellen Informationen über die Modalitäten der Teilnahme an der Wahl oder dem Referendum im Zusammenhang mit der politischen Anzeige]¹⁰

11. [Links zum europäischen Archiv für politische Online-Anzeigen]¹¹

12. **Wie können potenziell nicht konforme politische Anzeigen gemeldet werden?** [Informationen über den Mechanismus für die Meldung möglicherweise nicht konformer politischer Anzeigen gemäß Artikel 15 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2024/900]¹²

13. [Eine frühere Veröffentlichung der politischen Anzeige bzw. einer früheren Fassung wurde aufgrund eines Verstoßes gegen die Verordnung (EU) 2024/900 ausgesetzt oder eingestellt.]¹³

VERWENDUNG VON TARGETING- und/oder ANZEIGENSCHALTUNGSVERFAHREN

auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten

14. [Bei der politischen Anzeige kamen Targeting- und/oder Anzeigenschaltungsverfahren zur Anwendung, die auf der Verwendung personenbezogener Daten beruhen.]¹⁴

15. **Informationen zu den verwendeten Targeting- und/oder Anzeigenschaltungsverfahren**¹⁵:

- a) Angewandte Analysetechniken: [kurze Beschreibung]
- b) Spezifische Gruppe(n) gezielt angesprochener Empfänger, einschließlich der Parameter, die zur Bestimmung der Empfänger, an die die Anzeige verbreitet wird, verwendet werden: [Liste]
- c) Kategorien personenbezogener Daten, die für die Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren verwendet wurden: [Liste]
- d) Ziele, Mechanismen und Logik des Targetings, einschließlich der Inklusions- und Ausschlussparameter und der Gründe für die Auswahl dieser Parameter: [kurze Beschreibung]
- e) Informationen über den Einsatz von Systemen der künstlichen Intelligenz beim Targeting und bei der Anzeigenschaltung im Rahmen der politischen Werbung: [kurze Beschreibung]
- f) Zeitraum der Verbreitung der politischen Anzeige: [Anfangs- und Enddatum]
- g) Anzahl der Aufrufe der politischen Anzeige: [Gesamtzahl]
- h) Anzahl der Interaktionen mit der politischen Anzeige in Form von Klicks, Likes und Kommentaren: [Gesamtzahl]
- i) Interne Vorgehensweise, wie Targeting- und Anzeigenschaltungstechniken eingesetzt werden: [Link oder URL]
- j) Sonstige zweckdienliche Angaben: [kurze Beschreibung]

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Muster für Transparenzbekanntmachungen



16. Wirksame Mittel zur Unterstützung natürlicher Personen bei der Ausübung ihrer Datenschutzrechte gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽¹⁾, einschließlich des Rechts, ihre personenbezogenen Daten zu ändern und ihre Einwilligung zur Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten zu Zwecken der politischen Werbung zu widerrufen ¹⁶:

- Name und Kontaktdaten des (der) Verantwortlichen: [entweder a) der Firmen-NAME und, falls abweichend, der juristische NAME, E-Mail-Adresse, Postanschrift und, falls abweichend, der Ort der Niederlassung der juristischen Person oder b) VORNAME und NACHNAME, E-Mail-Adresse und, falls veröffentlicht, Postanschrift der natürlichen Person]
- Verweis auf das Recht, die Einwilligung zur Verarbeitung personenbezogener Daten für politische Werbezwecke zu widerrufen: [Weblink zur Schnittstelle des Verantwortlichen, die eine einfache und benutzerfreundliche Möglichkeit bietet, die Einwilligung für politische Werbung zu widerrufen]
- Link zur Schnittstelle, die die Ausübung von Rechten gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 ermöglicht: [Weblink]
- Link zu den gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 bereitgestellten Informationen: [Weblink]

Erläuterungen

- Die Informationen über den Ort der Niederlassung und die Postanschrift umfassen Straße, Hausnummer, Stadt, Postleitzahl und Land. Die entsprechende Registrierungsnummer bezieht sich auf Registrierungsnummern, die dem Sponsor in einem Wahl- oder Entscheidungsfindungskontext zugewiesen werden, z. B. im Falle einer politischen Partei, die für die Teilnahme an Wahlen registriert ist, oder einer Einrichtung, die als Interessenvertreter oder Anbieter von Interessenvertretungstätigkeiten registriert ist.
- Informationen sind nur bereitzustellen, wenn eine andere Einrichtung entscheidenden Einfluss auf die Zusammensetzung, die Abstimmungen oder die Entscheidungen der Organe des Sponsors ausübt.
- Sie sind nur bereitzustellen, wenn die natürliche oder juristische Person, die für die politische Anzeige eine Vergütung zahlt, nicht mit dem Sponsor oder der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, identisch ist.
- Das Anfangs- und das Enddatum werden in Kalendertagen angegeben.
- Die Gesamtzahl umfasst alle Beträge, die von den Anbietern politischer Werbedienstleistungen, einschließlich des Herausgebers, als Gegenleistung für die politischen Werbedienstleistungen, die sie für die betreffende politische Anzeige erbracht haben, in Rechnung gestellt oder veranschlagt werden. Gegebenenfalls umfasst sie auch den monetären Wert aller Sachleistungen, die die Anbieter politischer Werbedienstleistungen, einschließlich des Herausgebers, als Gegenleistung für die politischen Werbedienstleistungen, die sie für die betreffende politische Anzeige erbracht haben, erhalten haben und/oder erhalten werden.

27

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung

Muster für Transparenzbekanntmachungen



- Wenn Transparenzbekanntmachung nicht in Kennzeichnung enthalten, muss sie **online** zur Verfügung gestellt werden
- Leicht zugänglich
- Anforderungen an Schrift:
 - Schriftart serifenlos,
 - mind. Schriftgröße 12,
 - Zeilenabstand 1,5
- Anforderungen an Kontrastverhältnis
- Flexibles Layout zur Darstellungsoptimierung, Möglichkeit der Vergrößerung auf 200%

28

TTPW-VO: Pflichten für Herausgeber politischer Werbung



- **Art. 13:** Europäisches Archiv für politische Online-Anzeigen
 - Einstellung jeder politischen Anzeige und der Transparenzbekanntmachung binnen 72 Stunden nach Veröffentlichung
 - AusN: VLOPSEs stellen in Archiv gem. Art. 39 DSA ein, welches über TTPW-VO-Archiv zugänglich
- **Art. 14:** Regelmäßige Berichterstattung
 - Über erbrachte polit. Werbedienstleistungen in Jahresabschlüssen aggregiert nach Kampagne
- **Art. 15:** Hinweis auf möglicherweise unzulässige politische Anzeigen
 - Einrichtung Meldeverfahren
 - Erleichterung der Übermittlung begründeter Meldungen mit folgenden Elementen:
 - ✓ eine begründete Erklärung der Gründe, warum Anzeige der TTPW-VO nicht genügt
 - ✓ Angaben, die die Identifizierung der politischen Anzeige ermöglichen
 - ✓ den Namen und die E-Mail-Adresse der meldenden juristischen bzw. natürlichen Person
 - 48-Std. Bearbeitungsfristen in kritischen Zeiten, z.B. 1 Monat vor Wahlen oder Referenden (AusN KMUs)

Webinar, 19. Mai 2026

Institut für Europäisches Medienrecht e.V. | www.emr-sb.de

29

29

TTPW-VO: Pflichten beim Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren (Online-Werbung)



Politik Geschichte Internationales

Microtargeting und Manipulation: Von Cambridge Analytica zur Europawahl

Constanze Kurz | Ingo Dachwitz

02/05/2019 | 6 Minuten zu lesen

Bei digitaler Desinformation geht es nicht nur um die Inhalte, sondern auch um deren Adressierung. Diese Lehre lässt sich unter anderem daraus ziehen, wie Nutzerdaten von Facebook durch eine fragwürdige Firma von der Trump-Kampagne im US-Präsidentenwahlkampf 2016 verwendet wurden.

Webinar, 19. Mai 2026

Institut für Europäisches Medienrecht e.V. | www.emr-sb.de

30

30

TTPW-VO: Pflichten beim Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren (Online-Werbung)



Kapitel III: Pflichten des Verantwortlichen

- **“Verantwortlicher”** iSd DatenschutzR
- Nur **Internet**
- **Art. 18:** Zulässigkeit
 - Direkterhebungspflicht personenbezogener Daten
 - Ausdrückliche und gesonderte Einwilligung für die Zwecke politischer Werbung
 - Verbot Profiling-basierter Werbung unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten (vgl. Art. 26 Abs. 3 DSA)
 - DS-GVO-Ausnahmen vom grundsätzlichen Verbot des Profilings unter Verwendung besonderer Kategorien personenbezogener Daten ausgeschlossen
 - Abs. 2: Verbot von Targeting- bzw. Anzeigenschaltungsverfahren:
 - Soweit Daten von Personen verarbeitet werden, bei denen „der Verantwortliche mit hinreichender Sicherheit davon ausgehen kann, dass sie das in den nationalen Vorschriften festgelegte Wahlalter frühestens in einem Jahr“ erreichen -> Umsetzung??? Beweislast?
 - Pflicht zur Sicherstellung gleichwertiger Nutzung des Dienstes ohne politische Werbung

Kapitel II: alle Werbedienstleistungen
<-> Kapitel III: politische Werbung
insgesamt (auch unentgeltliche)

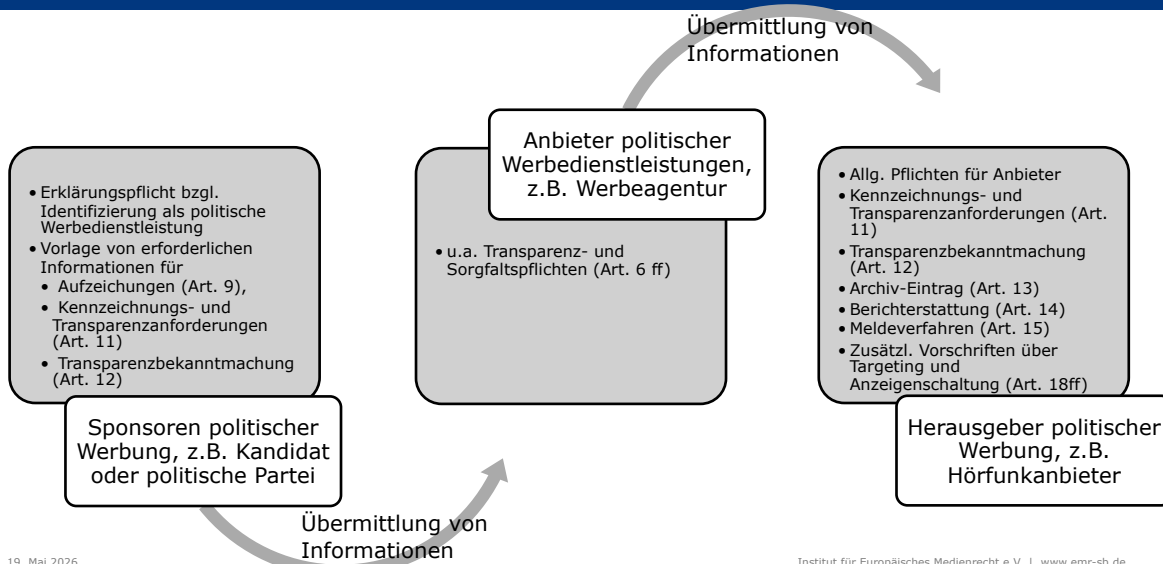
TTPW-VO: Pflichten beim Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren (Online-Werbung)



Kapitel III: Pflichten des Verantwortlichen

- **Art. 18:** Zulässigkeit
- **Art. 19:** weitere Anforderungen
 - Festlegung interner Politik für 7 Jahre, die Verfahren darlegt
 - Protokolle über Einsatz der Verfahren
 - **Transparenzhinweis:** über politische Werbung + Informationen zur Nachvollziehbarkeit der Logik und wichtigsten Parameter der eingesetzten Verfahren (u.a. Offenlegung Zielgruppe, Targeting-Kriterien, Kategorien personenbezogener Daten, KI-Einsatz, Zeitraum der Anzeige)
 - Risikoberwertung zu Grundrechten
 - Hinweis zu Betroffenenrechten nach DS-GVO

TTPW-VO: Zusammenspiel der Akteure



Webinar, 19. Mai 2026

Institut für Europäisches Medienrecht e.V. | www.emr-sb.de

33

33

TTPW-VO: Die Frage der Durchsetzung: Wer beaufsichtigt was?



Entwurf eines Gesetzes zur Durchführung TTPW-VO (Politische-Werbung-Transparenz-Gesetz [PWTG])

| | |
|-------------|---|
| BfDI | <ul style="list-style-type: none"> • Überwachung der Anwendung der Targetinganforderungen gemäß Art. 18 und 19 innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs nach § 9 Abs. 1 BDSG • Überwachung der Anwendung von Art. 20 TTPW-VO (Übermittlung von Informationen im Zusammenhang mit Targeting und Anzeigenschaltung an andere Interessenten), soweit innerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs nach § 9 Abs. 1 BDSG |
| DSC | <ul style="list-style-type: none"> • Überwachung, Anwendung und Durchsetzung der Einhaltung der Pflichten nach Art. 7-10, 13-17 und 21; • Verbote nach Art. 5 durch Diensteanbieter; • Kontaktstelle auf Unionsebene • Beschwerdestelle |

Daneben:

LfDI: innerhalb ihres Zuständigkeitsbereich (§ 40 BDSG) für Targeting von nicht-öff Stellen
 LMAs: inhaltliche Prüfung, ob politische Anzeige im Einklang der TTPW-VO und MedienR steht; Art. 11 und 12 TTPW-VO = Medienregulierung, Herausgeber publizistisch tätig
 DSC: Pflichten unter DSA

Webinar, 19. Mai 2026

Institut für Europäisches Medienrecht e.V. | www.emr-sb.de

34

34



- Klarheit schaffen über
 - Unterschiede Werbung politischer Art nach WerbeS und politischer Werbung nach TTPW-VO
 - Zusammenspiel unterschiedlicher Rechtsakte auf nationaler Ebene
 - Wer ist wann (Mit-)Herausgeber? Welche Pflichten treffen diesen genau und wann?
- Notwendigkeit zu synchronisieren
 - Aufsichtsstruktur: Ist Aufsicht über Verpflichtungen der Presse und anderer Medien nicht eher Medienrecht und Ländersache?
 - Was bedeutet Vielzahl von Aufsichtsbehörden in Praxis?

TTPW-VO: Gesetzesmaterialien



- Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung
- Durchführungsverordnung (EU) 2025/1410 der Kommission vom 9. Juli 2025 über das Format, das Muster und die technischen Spezifikationen der Kennzeichnungen und Transparenzbekanntmachungen politischer Anzeigen gemäß den Artikeln 11 und 12 der Verordnung (EU) 2024/900
- Durchführungsverordnung (EU) 2026/818 der Kommission vom 9. April 2026 zur Festlegung der Modalitäten für die Bereitstellung einer gemeinsamen Datenstruktur, standardisierter Metadaten, einer standardisierten Authentifizierung und einer gemeinsamen Anwendungsprogrammierschnittstelle für das europäische Archiv für politische Online-Anzeigen gemäß der Verordnung (EU) 2024/900
- Leitlinien zur Unterstützung der Durchführung der Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung
- Entwurf eines Politische-Werbung-Transparenz-Gesetz

Webinar, 19. Mai 2026

Institut für Europäisches Medienrecht e.V. | www.emr-sb.de

37

37



Institut für Europäisches Medienrecht
Institute of European Media Law
Institut du droit européen des médias

Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) e.V.

Franz-Mai-Straße 6

66121 Saarbrücken

Deutschland

Telefon **+49/681/90676676**

Telefax **+49/681/96863890**

Mail **emr@emr-sb.de**

Web **emr-sb.de**

38