

ANLAGE

Vorblatt zum Frühwarndokument

Vorhaben:	Vorschlag des EP und des Rates für eine Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung
KOM-Nr.:	2021/731 (final)
BR-Drucksache:	./.
Federführendes Ressort/Aktenzeichen:	MWVATT
Zielsetzung:	EU-weit einheitliche Regelungen sollen für mehr Transparenz bei politischer Werbung sorgen sowie für den Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten beim Einsatz von Targeting (z.B. Erstellung von Nutzer- und Verhaltensprofilen s.u.)
Wesentlicher Inhalt:	<p>Die neuen Regelungen betreffen die Anbieter und Herausgeber von politischen Werbedienstleistungen.</p> <p>Es geht darum, „den freien Verkehr politischer Werbedienstleistungen in der gesamten Union zu gewährleisten und dabei gleichzeitig ein hohes Maß an Transparenz zu schaffen, mit dem Ziel, dass die Wahlprozesse in der EU offener und fairer gemacht werden.“</p> <p>Deshalb werden neue Transparenzpflichten eingeführt. Dies wird zu neuen Belastungen der Werbedienstleister führen. Herausgeber politischer Werbung werden verpflichtet, u.a. die Namen der Sponsoren anzugeben und sie müssen zudem jährlich die Beträge sowie den Wert sonstiger Gegenleistungen veröffentlichen, die sie für politischer Werbung erhalten haben.</p> <p>Die Verordnung sieht ein Verbot bestimmter Targeting-Maßnahmen vor.</p> <p>Personenbezogene Daten, die z.B. durch Online-Aktivitäten von Bürgerinnen und</p>

	<p>Bürgern, die Erstellung von Verhaltensprofilen und andere Analysen gewonnen werden, dienen dazu, politische Botschaften auf die Bürgerinnen und Bürger auszurichten. Die Verarbeitung personenbezogener Daten für solche Zwecke kann negative Auswirkungen auf die Bürgerrechte (Meinungs- und Informationsfreiheit, die politische Entscheidungsfreiheit und das Recht auf Ausübung des Stimmrechts) haben.</p> <p>Die Einhaltung der Bestimmungen über das Targeting soll von den Datenschutzbehörden der MS überwacht werden, um den Schutz der Bürgerrechte im Rahmen transparenter politischer Werbung sicherzustellen.</p>
Vorläufige Einschätzung zur Einhaltung des Subsidiaritätsprinzips (bei Bedenken: kurze Begründung):	<p>Die Einhaltung des Subsidiaritätsprinzips wird in der Verordnung ausgiebig thematisiert, denn in vielen Mitgliedsstaaten bestehen bereits Regelungen zur politischen Werbung. Die Fragmentierung der nationalen Regelungen behindert aber den freien Verkehr politischer Werbedienstleistungen in der gesamten Union, so dass EU-weit einheitliche Regelungen sinnvoll erscheinen.</p>
Besonderes schleswig-holsteinisches Interesse?:	Keine erkennbar
Zeitplan für die Behandlung: <ul style="list-style-type: none"> a) Bundesrat b) Rat: c) ggf. Fachministerkonferenzen, etc. 	<p>Die im VO-Vorschlag vorgesehenen Maßnahmen sollen bis 2023 eingeführt werden, damit sie vor den Wahlen zum Europäischen Parlament im Jahr 2024 wirksam werden können.</p> <p>Dementsprechend ist von einer Behandlung im Bundesrat im Jahr 2022 auszugehen.</p>