

Warum neue EU-Vorschriften für politische Werbung wichtig sind



Durch digitale Technologien hat sich politische Werbung stark verändert. Ohne Regulierung könnte dies die Demokratie beeinträchtigen.

Die Nutzung politischer Online-Werbung nimmt zu und spielt eine wichtige Rolle dabei, wie die Wahrnehmung von politischen Parteien und Kandidaten beeinflusst werden kann. Dies trifft insbesondere vor Wahlen zu.

Digitale Technologien und soziale Medien haben die Landschaft des politischen Wahlkampfes völlig verändert, da sie den Politikern eine massive und unmittelbare Reichweite zu relativ geringen Kosten ermöglichen.

Zwar wird so mehr Stimmen Gehör verschafft, doch die neuen Technologien wurden auch dazu missbraucht, falsche Informationen zu verbreiten, die politische Debatte zu fragmentieren und

die Wähler zu manipulieren, um die Wahlen zu beeinflussen.

Missbrauch der technologischen Möglichkeiten

Massendaten mit ihren zunehmenden Möglichkeiten und Herausforderungen spielen dabei eine Schlüsselrolle. Wenn Menschen soziale Medienplattformen und andere digitale Dienste nutzen, werden von diesen persönliche Daten gesammelt. Die gesammelten Daten können dazu verwendet werden, die Vorlieben, Lebensstile und Interessen der Nutzer zu definieren und so **Mikrotargeting** zu ermöglichen.

Böswillige Akteure können Mikrotargeting nutzen, um unterschiedliche Gruppen anzusprechen und die Botschaft speziell an diese anzupassen. Dabei kommt in vielen Fällen emotionale Manipulation und Desinformation zum Einsatz.

Mikrotargeting kann auch zur Schaffung von Online-Echokammern beitragen, in denen die Menschen nur einer Art von Informationen ausgesetzt sind, was ihre Wahrnehmung des öffentlichen Diskurses verzerrt.

Die Verarbeitung sensibler personenbezogener Daten für Werbepraktiken wie das Mikrotargeting schränkt erwiesenermaßen den Zugang der Nutzer zu objektiven, transparenten und pluralistischen Informationen ein.

Warum politische Anzeigen transparent sein müssen

Menschen können auch darüber getäuscht werden, wer hinter Inhalten steckt. Beispielsweise könnte etwas, das wie neutrale Informationen aussieht, tatsächlich von einer Organisation aus einem anderen Land gesponsert werden, die so versucht, Wahlen zu beeinflussen. Deshalb sollten die Menschen wissen, wer hinter dem Inhalt jeder politischen Werbung steht.

Neue Vorschriften für politische Werbung

Im Februar 2024 [verabschiedete das Parlament neue Transparenzregeln für politische Werbung](#). Mit den Regeln soll die Integrität von Wahlkampagnen gestärkt und Desinformation und ausländische Einmischung bekämpft werden.

Die Verordnung schreibt vor, dass politische Werbung klar gekennzeichnet sein muss, damit die Bürgerinnen und Bürger sehen können, warum sie angesprochen wurden, wer die Werbung gesponsert hat, wie viel er bezahlt hat und um welche Wahlen oder Referenden es geht.

Die neuen Vorschriften erlauben die gezielte Ansprache von Nutzern nur dann, wenn die Nutzer ihre Zustimmung zur Erhebung ihrer personenbezogenen Daten gegeben haben. Bestimmte Kategorien personenbezogener Daten (zum Beispiel ethnische Zugehörigkeit, Religion, sexuelle Ausrichtung) oder Daten von Minderjährigen dürfen nicht verwendet werden.

Darüber hinaus verbieten die Vorschriften das Sponsoring von Werbung von außerhalb der EU in den drei Monaten vor einer Wahl.

Berichterstatter Sandro Gozi (Renew, Frankreich) sagte: „Die heute angenommenen Regeln spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, den Bürgern zu helfen, zu erkennen, wer hinter einer politischen Botschaft steht, und eine fundierte Wahlentscheidung zu treffen, wenn sie zur Wahl gehen. Angesichts der bevorstehenden Europawahl fordern wir alle großen Online-Plattformen auf, die neuen Regeln so bald wie möglich anzuwenden und dafür zu sorgen, dass der digitale Raum ein sicherer Ort für den Austausch politischer Ideen und Meinungen bleibt.“

Schutz der Meinungsfreiheit

Die Regeln für politische Werbung betreffen nicht den Inhalt der Anzeigen, sondern nur die Art und Weise, wie sie den Nutzern angezeigt werden.

Sie betreffen ebenso wenig nicht gesponserte Nachrichten. Persönliche Ansichten und politische Meinungen, Mitteilungen und Ankündigungen von Kandidaten oder Informationskampagnen von offiziellen Quellen auf nationaler oder EU-Ebene sind von den neuen Maßnahmen nicht betroffen.

Erfahren Sie mehr über [politische Werbung und neue Maßnahmen zur Bekämpfung von Missbrauch](#).

Weitere Regeln für eine bessere Online-Umgebung

Die Regeln für politische Werbung sind Teil umfassenderer Bemühungen der EU, die digitale Welt zu regulieren, damit Nutzer eine sicherere und gerechtere digitale Welt genießen können.

Im Jahr 2022 verabschiedete das Europäische Parlament [das Gesetz über digitale Dienste \(Digital Services Act – DSA\)](#) und [das Gesetz über digitale Märkte \(Digital Markets Act – DMA\)](#), um gleiche Wettbewerbsbedingungen im digitalen Bereich sicherzustellen und den Menschen mehr Kontrolle darüber zu geben, was sie online sehen.

Weitere Informationen

[Briefing: Auf dem Weg zu neuen Regeln für Transparenz und gezielte Ausrichtung politischer Werbung \(auf Englisch\)](#)

[Auf einen Blick: Regulierung politischer Werbung](#)

[Aufzeichnung der Pressekonferenz über die Abstimmung zu Transparenz und Ausrichtung politischer Werbung](#)