

**28. Mai 2025**

**Katharina Czarnian**, Senior Public Affairs Manager | Data Driven Markets, czarnian@bvdw.org

## Stellungnahme zur geplanten Durchführungsverordnung zur Verordnung (EU) 2024/900 zur Kennzeichnung politischer Werbung

### Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für in Deutschland ansässige Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben oder deren Wertschöpfung auf dem Einsatz digitaler Technologien beruht. Die Grundlage dafür ist die intelligente Verbindung von Daten und Kreativität bei gleichzeitig maßgeblicher Orientierung an ethischen Prinzipien. Mit seinen über 600 Mitgliedsunternehmen – von großen und kleinen Digitalunternehmen über Agenturen bis hin zu Publishern – vertritt der Verband die Belange der digitalen Wirtschaft gegenüber Politik und Gesellschaft. Sein Netzwerk von Expertinnen und Experten liefert mit Zahlen, Daten und Fakten Orientierung zu einem zentralen Zukunftsfeld.

### 1. Einleitung

Die Digitale Wirtschaft unterstützt ausdrücklich das Ziel der Verordnung (EU) 2024/900, Transparenz bei politischer Werbung zu erhöhen und demokratische Prozesse zu schützen. Unternehmen, deren Geschäftsmodelle auf digitaler Werbung, datengetriebenen Diensten, Medienproduktion und kreativer Wertschöpfung basieren, tragen bereits heute wesentlich zur Informationsvielfalt und Pluralität im digitalen Raum bei.

Ein funktionierender digitaler Binnenmarkt benötigt zugleich einen ausgewogenen Regulierungsrahmen. Die aktuell zur Konsultation stehenden technischen Umsetzungsleitlinien der Verordnung (insb. zu Art. 11 und 12) gehen in ihrer Detailtiefe und Struktur potenziell über das Ziel hinaus. Sie drohen insbesondere für kleinere und mittlere Akteure wirtschaftlich nicht tragbare Belastungen und strategische Verwerfungen im digitalen Werbeökosystem auszulösen. Statt politische Werbung im digitalen Raum transparenter zu machen, steht für Unternehmen zur Disposition, ob sie politische Werbung überhaupt noch schalten werden.

### 2. Wirtschaftliche Auswirkungen

#### a. Steigende Transaktions- und Umsetzungskosten

Die Vielzahl an neuen operativen Pflichten – von der Echtzeit-Kennzeichnung über die Offenlegung von Sponsorstrukturen bis hin zur medienübergreifenden Schnittstellenbereitstellung – führt **zu erhöhtem wirtschaftlichem Druck**, besonders in dynamischen Marktsegmenten wie programmatischer Werbung oder crossmedialen Kampagnen. Die zu erwartenden Zusatzkosten gefährden Investitionen in kreative Inhalte, innovative Formate und technologische Weiterentwicklung.

## b. Risiko regulatorischer Intransparenz

Die fehlende eindeutige Rollenzuweisung im komplexen digitalen Werbeökosystem (Plattformen, AdTech-Dienstleister, Publisher, Agenturen) birgt erhebliche **Rechtsunsicherheiten**. Wenn Medienunternehmen oder Plattformen pauschal haftbar gemacht werden, obwohl sie nicht die alleinige Kontrolle über Inhalte und Finanzierungsquellen haben, entsteht ein System, das rechtlich fragil und wirtschaftlich riskant ist.

## 3. Empfehlung: Proportionale, technologisch neutrale Umsetzung

Um Transparenzziele und wirtschaftliche Tragfähigkeit miteinander zu verbinden, schlagen wir vor:

- **Verhältnismäßigkeit** der Pflichten in Bezug auf Aufwand, Reichweite und Einflussmöglichkeiten der jeweiligen Akteure. Standards für Kennzeichnungen sollten möglichst verfügbar sein oder gefördert werden, wodurch die Umsetzung effizienter gestaltet werden kann.
- **Technologieneutrale Umsetzung**, die auch kleinen und mittelständischen Unternehmen praktikable und wirtschaftlich tragfähige Wege ermöglicht und dem dynamischen Markt der Digitalen Werbung Rechnung trägt.
- **Klare Verantwortungszuweisungen** entlang der Werbekette, um Rechtsklarheit zu schaffen. Wir erachten es als essenziell, dass die Durchführungsverordnung den Umstand der Vielzahl von Akteuren und ihren Rollen berücksichtigt und einen pragmatischen und operationalisierbaren Ansatz der Verantwortungsverteilung wählt. Dies schafft Vertrauen und Kooperation zwischen allen Beteiligten.
- **Vermeidung redundanter Regulierung** durch stärkere Verzahnung mit bestehenden Vorschriften (z. B. DSGVO, DSA), in denen bereits Transparenzvorgaben für Online-Werbung existieren. Die Durchführungsverordnung sollte zudem eindeutig darlegen, wie diese Pflichten zu erfüllen sind, um Doppelungen zu vermeiden und eine Umsetzung im operativen Betrieb zu gewährleisten.

## 4. Fazit

Die Digitale Wirtschaft teilt das Ziel der Europäischen Kommission, politische Werbung transparenter zu gestalten. Doch nur durch **verhältnismäßige, wirtschaftlich tragbare und rechtssichere Vorgaben** kann dieses Ziel dauerhaft erreicht werden, ohne die Digitale Wirtschaft und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu beeinträchtigen.

Die derzeit vorliegenden technischen Leitlinien zur Umsetzung der Verordnung (EU) 2024/900 bedürfen deshalb einer **grundlegenden Überarbeitung**. Ziel muss es sein, einen praxistauglichen, zukunfts-offenen Rahmen zu schaffen, der sowohl die demokratischen Zielsetzungen der Verordnung als auch die Dynamiken einer vielfältigen, innovativen digitalen Wirtschaft Europas berücksichtigt. Geschieht dies nicht, droht statt mehr

# Stellungnahme



Transparenz bei politischer Werbung der Wegfall eines elementaren Instruments der politischen Willensbildung.