



Targeting und Anzeigenschaltung politischer Werbung über das Internet

Gesprächsreihe @DSC zur TTPW-VO

Cay L. Cornelius, Leiter Abteilung III bei der Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit

26. März 2026



Regelungen der

Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (TTPW-VO)

Gilt seit dem
10. Oktober 2025



Berliner Beauftragte
für Datenschutz
und Informationsfreiheit

Maßgebliche Regelungen der TTPW-VO

Die maßgeblichen Regelungen der Verordnung sind:

- ❖ Verpflichtungen zur Identifizierung, Kennzeichnung, Berichterstattung, Information und Transparenz in Bezug auf politische Werbung
- ❖ Melde- und Abhilfeverfahren für unzulässige politische Werbung
- ❖ Ergänzende Datenschutzvorgaben für das Targeting und die Anzeigenschaltung von politischer Werbung im Internet
- ❖ Schaffung eines EU-Archivs zur politischen Onlinewerbung
- ❖ Verbot politischer Werbung aus Drittstaaten ab drei Monate vor einer betreffenden Wahl bzw. einem betreffenden Referendum

Für die Überwachung von Art. 18-19 TTPW-VO sind gem. Art. 22 Abs. 1 TTPW-VO die Datenschutzbehörden zuständig

Beschwerderecht bei den Datenschutzbehörden nach Art. 24 TTPW-VO

Targeting und Anzeigenschaltung



❖ Spezielle Zulässigkeits- und Informations- bzw. Dokumentationspflichten für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu politischer Werbung im Internet

- Art. 18-20 TTPW-VO als lex specialis zur DSGVO

❖ Allgemeine Tatbestandsvoraussetzungen:

- Targetingverfahren (Definition in Art. 3 Nr. 11 TTPW-VO) und/oder Anzeigenschaltungsverfahren (Definition in Art. 3 Nr. 12 TTPW-VO)
- Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit politischer Werbung
- **Im Internet?**

Art. 18 TTPW-VO auf Sachverhalte ohne Internetbezug anwendbar?

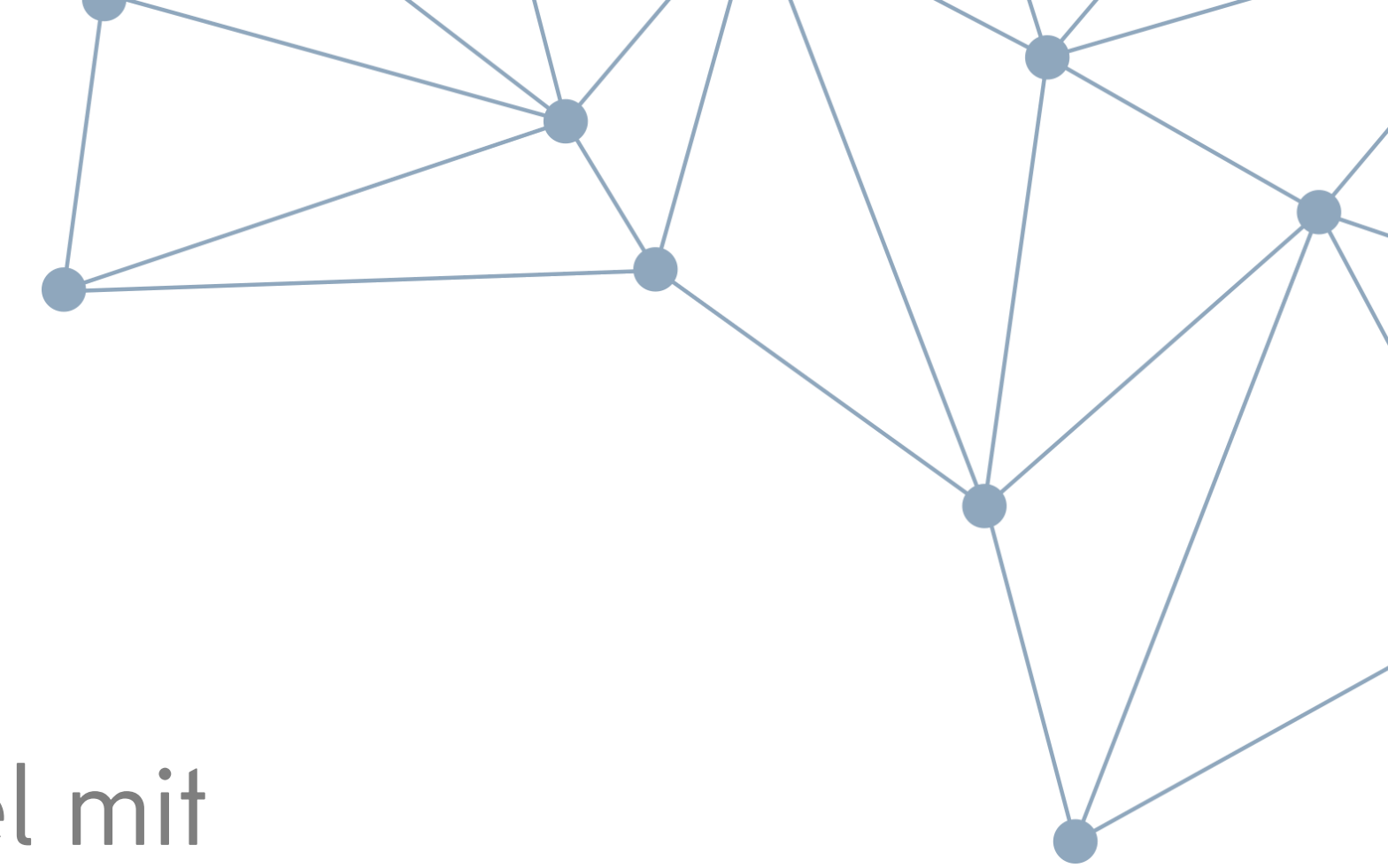
Artikel 18

Spezielle Anforderungen in Bezug auf das Targeting und die Anzeigenschaltung im Zusammenhang mit politischer Werbung im Internet

(1) Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren, die eine Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit politischer Werbung umfassen, sind nur dann zulässig, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- ❖ Im Gegensatz zu Art. 19 TTPW-VO ist “im Internet” nur in der Überschrift, nicht aber im Tatbestand genannt
- ❖ UAK des AK Medien der Datenschutzkonferenz und Fachbereich Europa des Deutschen Bundestags gehen aber nur von Online-Sachverhalten aus
- ❖ Relevanz -> Sachverhalte ohne Internetbezug (z. B. postalische Wahlwerbung basierend auf Melderegisterabfragen/Adresshandel) unterfallen wohl nicht Art. 18-19 TTPW-VO

Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren



❖ Verfahren zum Targeting (Art. 3 Nr. 11 TTPW-VO):

Werden eingesetzt, um eine politische Anzeige in der Regel mit maßgeschneiderten Inhalten auf der Grundlage der Verarbeitung personenbezogener Daten nur an eine bestimmte Person oder Personengruppe zu richten oder um sie auszuschließen.

❖ Anzeigenschaltungsverfahren (Art. 3 Nr. 12 TTPW-VO):

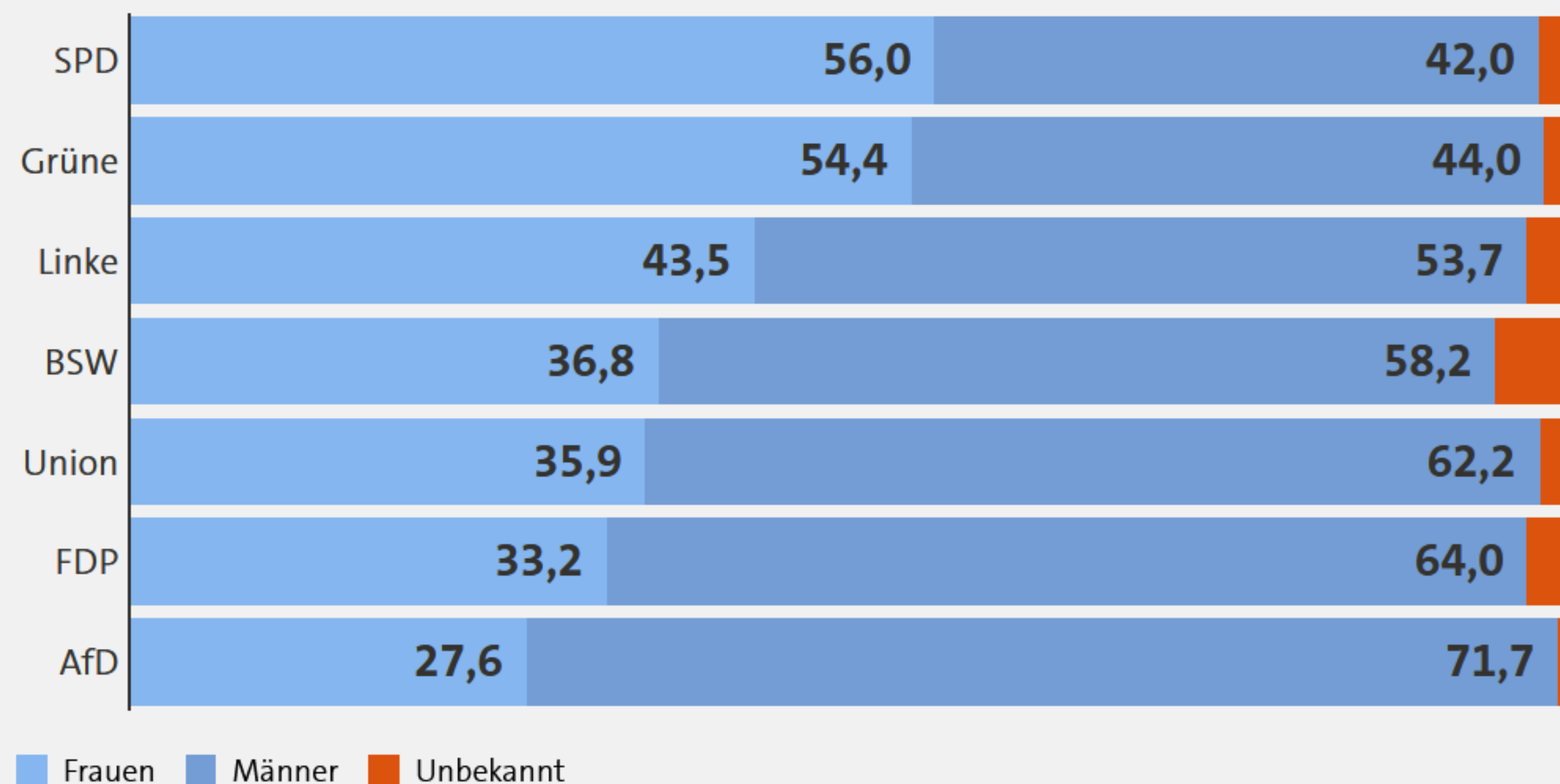
Breites Spektrum von Optimierungsverfahren, die auf der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beruhen, um die Verbreitung, Reichweite oder Sichtbarkeit einer politischen Anzeige zu erhöhen.

Erscheinungsformen profilbasierter politischer Werbung im Internet

- ❖ Nutzung von Verfahren, die von Social Media-Plattformen bereitgestellt werden, um Werbung zielgerichtet auszuspielen
- ❖ Zielgerichteter Werbespot vor oder innerhalb von einem Video, einem Musikstück oder einer Podcast-Folge auf Streaming-Plattform
- ❖ Platzierung gezielter politischer Werbung auf Webseiten (z.B. Nachrichtenseiten), ggf. durch Nutzung von AdTech-Werbenetzwerken
- ❖ Gezielte Newsletterversendung an nur anhand von Kriterien bestimmte Abonnent:innen eines politischen Newsletters

Von Facebook- und Instagram-Werbung erreichte Personen nach Geschlecht

Angaben in Prozent



Quelle: Meta Ad Library



Quelle:

<https://www.tagesschau.de/investigativ/bundestagswahl-wahlwerbung-instagram-facebook-parteien-budget-100.html>

„Dass mehr Männer erreicht werden, könnte an spezifischen Targeting-Optionen liegen, die Meta für einzelne Anzeigen nicht veröffentlicht. Werbetreibende können zum Beispiel ein Zielpublikum anhand bestimmter Interessen, also Microtargeting, oder einer Vergleichsgruppe, einer sogenannten Lookalike Audience, auswählen. Beides könnte indirekt dazu führen, dass männliche Zielgruppen bevorzugt erreicht werden. "Grundsätzlich neigen Algorithmen oder KI-Systeme dazu, Verzerrungen zu verstärken, die es bereits in den Ursprungsdaten gibt", erklärt Judith Möller.“

Datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit



❖ **Art. 18 -20 TTPW-VO adressieren explizit den “Verantwortlichen” i.S.d.**

DSGVO:

- **Der Verantwortliche entscheidet allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten**

❖ **Über die Zwecke und Mittel der Datenverarbeitung kann auch entscheiden, wer die Daten nicht selbst verarbeitet, also selbst keinen Zugriff auf sie hat**

Gemeinsam Verantwortliche nach Art. 26 DSGVO?

Gemeinsam Verantwortliche

Sponsor

z.B. politischer Akteur als
Auftraggeber

Anbieter politischer Werbedienstleistungen

Entwicklung der Werbung und
gezielte Verbreitung

Herausgeber

Ausspielen der Werbung z.B. als
Online-Dienst

Datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit?

❖ **Erwägungsgrund 52 S. 6 TTPW-VO:**

„Aufgrund ihrer unterschiedlichen Beiträge, nämlich der Festlegung von Targeting-Parametern, der Benennung von Datenkategorien und der Verarbeitung bei der Anzeige von Werbung, würden Diensteanbieter und Sponsoren regelmäßig gemeinsam über die Mittel und Zwecke der Verarbeitung personenbezogener Daten für politische Werbung entscheiden und könnten daher als gemeinsam Verantwortliche gemäß Artikel 26“ DSGVO betrachtet werden.“

Zulässigkeit nach Art. 18 Abs. 1 TTPW-VO

❖ Direkterhebung personenbezogener Daten bei den betroffenen Personen (Art. 18 Abs. 1 lit. a TTPW-VO)

P: Unmittelbare Erhebung durch einen der gemeinsam Verantwortlichen ausreichend?

- Keine Erhebung bei Dritten (z. B. Datenhändler, Scraping)

❖ Ausdrückliche Einwilligung in die gesonderte Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der politischen Werbung (Art. 18 Abs. 1 lit. b TTPW-VO)

- ErwGr 80 S. 4 TTPW-VO: Benutzerfreundliche Lösung

❖ Targeting- und Anzeigenschaltungsverfahren dürfen nicht das Profiling besonderer Kategorien personenbezogener Daten umfassen (Art. 18 Abs. 1 lit. c TTPW-VO)

- ErwGr 79 S. 1 TTPW-VO: Erfasst sind auch abgeleitete Daten

Verbot hinsichtlich Minderjähriger (Art. 18 Abs. 2 TTPW-VO)

❖ Verbot der Adressierung Minderjähriger (S. 1)

- Verantwortlicher muss mit hinreichender Sicherheit davon ausgehen können, dass betroffene Person das in den nationalen Vorschriften (z. B. 18 Jahre bei Bundestagswahl) festgelegte Wahlalter frühestens in einem Jahr erreicht

❖ Keine weitergehende Verarbeitung notwendig (S. 2)

- Das Abfragen von Geburtsdaten ist insofern nicht notwendig

Ausnahme spezieller Organisationen (Art. 18 Abs. 3 TTPW-VO)

- ❖ **Mitteilungen politischer Parteien, Stiftungen, Verbände oder andere gemeinnützige Einrichtungen an ihre (ehemaligen) Mitglieder**
- ❖ **Mitteilungen wie etwa Newsletter, die mit der politischen Tätigkeit dieser Einrichtung in Verbindung stehen**
 - Mitteilungen müssen sich jedoch ausschließlich auf Abonnementdaten stützen
 - Nur von den Betroffenen selbst bereitgestellte Daten
 - Zielgenaue Auswahl oder sonstige weitere Eingrenzung der Empfänger und der versandten Nachrichten ist ausgeschlossen

Zusatzvorgaben bei Einwilligung nach Art. 18 Abs. 4 TTPW-VO

❖ Kein Interesse an der Erteilung der Einwilligung (Art. 18 Abs. 4 lit. a TTPW-VO)

- ErwGr 80 S. 9 TTPW-VO elektronische Signale beachten (ehemals Do-Not-Track)

❖ Gleichwertige Alternative zur Nutzung des Online-Dienstes ohne Einwilligung (Art. 18 Abs. 4 lit. b TTPW-VO)

- Die gleichwertige Alternative ist bereits aus der Rechtsprechung des EuGH (C-252/21, Rn. 150 - Bundeskartellamt) zur Einwilligung bei Facebook bekannt, auf die der europäische Gesetzgeber in ErwG 81 TTPW-VO ausdrücklich verweist

Transparenz- und Dokumentationspflichten

Art. 19, 20 TTPW-VO

❖ Interne Politik (Art. 19 Abs. 1 lit. a TTPW-VO)

❖ Protokollführung (Art. 19 Abs. 1 lit. b TTPW-VO)

❖ Hinweis und zusätzliche Informationen (Art. 19 Abs. 1 lit. c TTPW-VO)

- U.a. aussagekräftige Informationen über den Einsatz von Systemen der künstlichen Intelligenz beim Targeting und bei der Anzeigenschaltung im Rahmen der politischen Werbung.
- ggf. zusätzlich bestehenden Transparenzverpflichtungen nach Art. 50 KI-VO, z. B. beim Einsatz von Deepfakes gemäß Art. 50 Abs. 4 S. 1 KI-VO

Transparenz- und Dokumentationspflichten

Art. 19, 20 TTPW-VO

- ❖ **Interne jährliche Risikobewertung (Art. 19 Abs. 1 lit. d TTPW-VO)**
- ❖ **Hinweis auf wirksame Unterstützungsmittel für DSGVO-Betroffenenrechte (Art. 19 Abs. 1 lit. e TTPW-VO)**
- ❖ **Mitteilungspflicht des Verantwortlichen an den Herausgeber, damit dieser seine Verpflichtungen erfüllen kann**
- ❖ **Mitteilungspflicht des politischen Werbedienstleister an den Verantwortlichen, damit dieser seine Verpflichtungen erfüllen kann**

Weitere Informationen

❖ FAQ bei der BlnBDI:

<https://www.datenschutz-berlin.de/themen/werbung/politische-werbung/>

❖ Handreichung des deutschen DSC:

<https://www.dsc.bund.de/DSC/DE/Aktuelles/Downloads/TTPWVerordnung.pdf>

Coming soon...

❖ Leitlinien des Europäischen Datenschutzausschusses



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Fragen?

