EU-Verordnung zu Transparenz und Targeting politischer Werbung

Mit der **EU-Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (TTPA-Verordnung)** gelten in Europa neue Regeln für politische Werbeanzeigen – online und offline. Die Vorschriften sollen sicherstellen, dass politische Werbung nachvollziehbar ist und Wahlen oder politische Entscheidungsprozesse nicht durch intransparente Kampagnen beeinflusst werden.

Auch Vereine können davon betroffen sein, insbesondere dann, wenn sie **politische Inhalte bewerben oder Kampagnen zu gesellschaftspolitischen Themen schalten**.

Was steckt hinter der TTPA-Verordnung?

Die **Verordnung (EU) 2024/900** wurde im März 2024 beschlossen und gilt ab **10. Oktober 2025** in allen EU-Mitgliedstaaten.

Ziel ist es, politische Werbung transparenter zu machen und Manipulation sowie ausländische Einflussnahme auf demokratische Prozesse zu verhindern.

Die Regeln betreffen politische Werbung, die etwa:

- Wahlen oder Volksabstimmungen beeinflussen soll
- politisches Verhalten oder politische Entscheidungen beeinflusst
- mit politischen Akteuren oder politischen Themen verbunden ist.

Dabei gelten die Vorgaben **auf EU-, nationaler, regionaler und lokaler Ebene sowie bei online als auch bei offline Werbung**

Kennzeichnung politischer Werbung

Politische Anzeigen müssen klar als solche erkennbar sein.

Offenlegung von Auftraggebern

Werbung muss Angaben enthalten zu:

- dem **Sponsor oder Auftraggeber**
- den **Kosten bzw. dem Budget der Kampagne**
- der **Finanzierungsquelle** der Werbung.

Archiv für Online-Anzeigen

Politische Online-Werbung soll künftig in einem **öffentlichen EU-Archiv für politische Anzeigen** gespeichert werden. Noch exisitiert dieses EU-Archiv nicht.

So sollen Bürger*innen nachvollziehen können, wer welche politische Werbung geschaltet hat.

Neue Regeln für Targeting politischer Werbung

Besonders streng sind die Vorgaben beim **Targeting**, also bei Werbung, die gezielt an bestimmte Zielgruppen ausgespielt wird.

Solche Verfahren sind künftig nur zulässig, wenn:

- personenbezogene Daten **direkt von der betroffenen Person erhoben wurden**,
- eine **ausdrückliche Einwilligung** für politische Werbung vorliegt.

Außerdem gilt:

- **Profiling mit sensiblen Daten** (z. B. Gesundheitsdaten oder andere besonders geschützte Daten) ist verboten.
- Es muss transparent gemacht werden, **welche Zielgruppe angesprochen wird und nach welchen Kriterien sie ausgewählt wurde**.

Was bedeutet das für Vereine?

Viele Sport- oder gemeinnützige Vereine betreiben keine klassische politische Werbung. Dennoch kann die Verordnung relevant werden, etwa wenn ein Verein:

- **politische Kampagnen oder Forderungen bewirbt**
- Anzeigen zu **Gesetzesänderungen oder politischen Themen** schaltet
- bezahlte **Social-Media-Ads zu gesellschaftspolitischen Anliegen** nutzt
- Kampagnen im Umfeld von **Wahlen oder politischen Entscheidungen** veröffentlicht.

In solchen Fällen gelten die Transparenz- und Kennzeichnungspflichten ebenfalls.

Praktische Hinweise für Vereine

Vereine sollten künftig besonders darauf achten:

1. Politische Werbung erkennen

Nicht jede Kampagne ist automatisch politische Werbung. Problematisch wird es vor allem bei bezahlter Kommunikation zu politischen Themen oder Entscheidungen.

2. Transparenz herstellen

Bei politischer Werbung müssen Auftraggeber, Finanzierung und Zweck klar erkennbar sein.

3. Vorsicht beim Targeting

Gezielte Werbung auf Basis personenbezogener Daten ist nur mit ausdrücklicher Einwilligung erlaubt.

4. Social-Media-Kampagnen prüfen

Gerade bezahlte Anzeigen auf Plattformen können unter die Verordnung fallen.

Politische Werbung auf Facebook, Instagram und Google

Für Vereine wichtig zu wissen: **Politische Werbung über große Plattformen wie Facebook, Instagram oder Google ist in der EU inzwischen stark eingeschränkt und teilweise gar nicht mehr möglich.**

Meta, der Konzern hinter Facebook und Instagram, hat angekündigt, **seit Oktober 2025 keine**

politischen, wahlbezogenen oder gesellschaftspolitischen Werbeanzeigen mehr in der Europäischen Union zuzulassen. Hintergrund sind die neuen Anforderungen der EU-Verordnung zur Transparenz und zum Targeting politischer Werbung (TTPA), die nach Angaben des Unternehmens mit erheblichen rechtlichen Unsicherheiten und technischem Aufwand verbunden sind.

Auch **Google hat eine ähnliche Entscheidung getroffen** und politische Werbung in der EU eingestellt. Beide Unternehmen begründeten den Schritt damit, dass die neuen Transparenz- und Kennzeichnungspflichten sowie die Einschränkungen beim Targeting schwer umzusetzen seien.

Für Vereine bedeutet das:

Bezahlte Kampagnen zu politischen oder gesellschaftspolitischen Themen können auf diesen großen Plattformen derzeit **nicht mehr als klassische Anzeigen geschaltet werden**. Politische Inhalte dürfen weiterhin veröffentlicht werden, etwa als normale Beiträge auf Social Media, sie können jedoch **nicht mehr durch bezahlte Werbung verstärkt werden**.

Gerade für Organisationen, Verbände oder Initiativen, die bislang **Social-Media-Ads zur Unterstützung politischer Anliegen** genutzt haben, verändert sich damit die digitale Kommunikationsstrategie deutlich.

Details

Autor:
Landessportbund NRW

zuletzt aktualisiert:
Dezember 2025

Quelle:
Transparenzregister

Geldwäschegesetz

Besondere Gebührenverordnung des Bundesministeriums der Finanzen zum Transparenzregister

Zuwendungsempfängerregister des Bundeszentralamt für Steuern (BZSt)