Amtsblatt
der Europäischen Union

DE
Reihe C

C/2026/1642

13.3.2026

**ZUSAMMENFASSUNG DES BESCHLUSSES DER KOMMISSION**

**vom 5. Dezember 2025**

**in einem Verfahren nach Artikel 71 der Verordnung (EU) 2022/2065**

**(Sache DSA.100109 – TikTok)**

*(bekannt gegeben unter Aktenzeichen C(2025) 8538 final)*

**(Nur der englische Text ist verbindlich)**

(C/2026/1642)

*Am 5. Dezember 2025 erließ die Kommission einen Beschluss, mit dem sie nach Artikel 71 der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG ([1]) Verpflichtungszusagen für bindend erklärte. Hiermit veröffentlicht die Kommission gemäß Artikel 80 der genannten Verordnung die Namen der Parteien, den wesentlichen Inhalt des Beschlusses und die gegebenenfalls verhängten Sanktionen, wobei sie den berechtigten Interessen der betreffenden sehr großen Online-Plattform bzw. der sehr großen Suchmaschine und etwaiger Dritter am Schutz ihrer vertraulichen Informationen Rechnung trägt.*

## 1. **EINFÜHRUNG**

(1) Hiermit erklärt die Kommission die von TikTok Technology Limited (im Folgenden „TTTL“) in der Sache DSA.100109 – TikTok angebotenen Verpflichtungszusagen gemäß Artikel 71 der Verordnung (EU) 2022/2065 für bindend und stellt fest, dass für ein Tätigwerden der Kommission in dieser Sache kein Anlass mehr besteht.

## 2. **VERFAHREN**

(2) Mit Beschluss vom 25. April 2023 benannte die Kommission TikTok gemäß Artikel 33 Absatz 4 der Verordnung (EU) 2022/2065 als sehr große Online-Plattform ([2]).

(3) Nach Artikel 33 Absatz 6 und Artikel 92 der Verordnung (EU) 2022/2065 war der Anbieter von TikTok verpflichtet, diese Verordnung in Bezug auf TikTok ab dem 28. August 2023 einzuhalten.

(4) Am 19. Februar 2024 erließ die Kommission nach Artikel 66 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 einen Beschluss zur Einleitung eines Verfahrens im Hinblick auf den möglichen Erlass eines Beschlusses nach den Artikeln 73 und 74 der genannten Verordnung in Bezug auf die Einhaltung des Artikels 28 Absatz 1, des Artikels 34 Absätze 1 und 2, des Artikels 35 Absatz 1, des Artikels 39 Absatz 1 und des Artikels 40 Absatz 12 der Verordnung (EU) 2022/2065 durch den Anbieter von TikTok bei der Bereitstellung von TikTok in der Union in den Sachen DSA.100104, DSA.100105, DSA.100106, DSA.100107, DSA.100108 und DSA.100109 – TikTok (im Folgenden „Beschluss zur Einleitung des Verfahrens“) ([3]).

(5) Am 15. Mai 2025 teilte die Kommission TTTL als Hauptniederlassung des Anbieters von TikTok in der Union und ByteDance Limited (im Folgenden „ByteDance“) als der Einrichtung, die die Gruppe juristischer Personen kontrolliert, zu der TTTL gehört, gemäß Artikel 73 Absatz 2 und Artikel 79 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 ihre vorläufigen Feststellungen in der Sache DSA.100109 – TikTok mit, in denen sie die vorläufige Auffassung vertrat, dass der Anbieter von TikTok in Bezug auf die Bereitstellung von TikTok in der Union gegen Artikel 39 Absatz 1 der genannten Verordnung verstoßen hat (im Folgenden „vorläufige Feststellungen“) ([4]).

(6) Am 8. August 2025 übermittelte der Anbieter von TikTok seine Antwort auf die vorläufigen Feststellungen.

([1]) ABl. L 277 vom 27.10.2022, S. 1.
([2]) Beschluss C(2023) 2720 final der Kommission.
([3]) Beschluss C(2024) 1158 final der Kommission.
([4]) Beschluss C(2025) 3185 final der Kommission.

(7) Mit Schreiben vom 26. November 2025 bot TTTL – ohne einen Verstoß gegen die Verordnung (EU) 2022/2065 anzuerkennen – förmlich Verpflichtungszusagen gemäß Artikel 71 der genannten Verordnung an, um die Einhaltung von Artikel 39 Absatz 1 der genannten Verordnung in Bezug auf die vorläufige Feststellung der Kommission hinsichtlich der Nichteinhaltung dieser Bestimmung durch diesen Anbieter sicherzustellen, wie in den vorläufigen Feststellungen vom 15. Mai 2025 in der Sache DSA.100109 – TikTok dargelegt.

## 3. **DER ANBIETER VON TIKTOK IN DER UNION**

(8) Die Kommission betrachtet TTTL und ByteDance als Anbieter von TikTok im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065.

## 4. **VORLÄUFIGE FESTSTELLUNGEN DER KOMMISSION IN BEZUG AUF DIE NICHTEINHALTUNG DER VORSCHRIFTEN DURCH DEN ANBIETER VON TIKTOK**

### 4.1. **Einschlägige Maßnahmen**

(9) Zur Einhaltung von Artikel 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 hat der Anbieter von TikTok ein Werbearchiv erstellt. Der Anbieter von TikTok hat dieses Archiv über ein Tool auf https://library.tiktok.com/ads (d. h. die Bibliothek für kommerzielle Inhalte, „Commercial Content Library“) öffentlich zugänglich gemacht. Dieser Anbieter hat sein Werbearchiv auch über eine Anwendungsprogrammierschnittstelle (API), die API für kommerzielle Inhalte („Commercial Content API“), zugänglich gemacht.

### 4.2. **Vorläufige Feststellungen in Bezug auf die Einhaltung des Artikels 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065**

(10) In den vorläufigen Feststellungen vertrat die Kommission die vorläufige Auffassung, dass der Anbieter von TikTok in Bezug auf sein Werbearchiv gegen Artikel 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 verstoßen hat, da er

— kein durchsuchbares Werkzeug bereitgestellt hatte, das mit mehreren Kriterien abgefragt werden kann;

— kein Archiv mittels APIs öffentlich zugänglich gemacht hatte;

— nicht die erforderlichen Informationen für den gesamten Zeitraum, in dem er eine Werbung anzeigt, zur Verfügung gestellt hatte;

— nicht alle in Artikel 39 Absatz 2 der Verordnung (EU) 2022/2065 genannten Informationen gemäß Artikel 39 Absatz 1 der genannten Verordnung in dieses Archiv aufgenommen hatte, insbesondere da er

  — den Inhalt der Werbung, einschließlich des Namens des Produkts, der Dienstleistung oder der Marke und des Gegenstands der Werbung, nicht bereitgestellt hatte;

  — die natürliche oder juristische Person, in deren Namen die Werbung angezeigt wird, und die natürliche oder juristische Person, die für die Werbung über das Werbeprogramm von TikTok („Promote“) bezahlt hat, nicht angegeben hatte;

  — keine ausreichenden Informationen über die Hauptparameter dafür bereitgestellt hatte, dass die Werbung gezielt einer oder mehreren bestimmten Gruppen von Nutzern angezeigt wird, einschließlich der wichtigsten Parameter, die gegebenenfalls zum Ausschluss einer oder mehrerer dieser bestimmten Gruppen verwendet werden;

  — die aggregierten Zahlen der Nutzer aufgeschlüsselt nach Mitgliedstaat für die Gruppe oder Gruppen von Nutzern, an die die Werbung gezielt gerichtet war, nicht bereitgestellt hatte.

## 5. **VORGESCHLAGENE VERPFLICHTUNGSZUSAGEN**

(11) Am 26. November 2025 bot TTTL als Hauptniederlassung des Anbieters von TikTok in der Union im Sinne des Artikels 56 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 Verpflichtungszusagen nach Artikel 71 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 an, um die Einhaltung von Artikel 39 Absatz 1 der genannten Verordnung in Bezug auf die vorläufige Feststellung der Kommission hinsichtlich der Nichteinhaltung von Artikel 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 durch diesen Anbieter sicherzustellen, wie in den vorläufigen Feststellungen in der Sache DSA.100109 – TikTok dargelegt (im Folgenden „Verpflichtungszusagen“).

(12) TTTL verpflichtet sich zu Folgendem:

1. Hinzufügung neuer Filter zur Suchfunktion für Werbung in der Bibliothek für kommerzielle Inhalte, um die Funktionalität zu verbessern, darunter a) einen „Ad Type"-Filter, der es den Nutzern ermöglicht, Video-, Bild- und Textanzeigen zu wählen, b) einen „Ad Status"-Filter, der es den Nutzern ermöglicht, zwischen aktiven und inaktiven Kampagnen zu unterscheiden, c) eine Option zur Auswahl mehrerer Länder, die gleichzeitige Abfragen für mehrere EU-Mitgliedstaaten ermöglicht, d) einen „Ad Reach"-Filter (einzelne Nutzer), e) einen „Age"-Filter, der es den Nutzern ermöglicht, gezielt nach Altersgruppen zu suchen, und f) einen „Gender"-Filter, der es den Nutzern ermöglicht, gezielt nach Geschlecht zu suchen;

2. Erweiterung seiner öffentlichen Leitlinien, um den Umfang und die Funktionsweise der Such- und Filterfunktionen zu erläutern;

3. Anhebung der derzeitigen Obergrenze für Ergebnisse der Fuzzy-Suche von 1 000 auf 5 000 Einträge pro Abfrage;

4. Beschreibung der Methode der Fuzzy-Suche in seinen öffentlichen Leitlinien;

5. Änderung des Antragsformulars für die API für kommerzielle Inhalte, sodass nur die folgenden Pflichtangaben gemacht werden müssen: Name, Land, E-Mail-Adresse und Link zu einem beruflichen Profil;

6. Bearbeitung aller Anträge auf Zugang zur API für kommerzielle Inhalte innerhalb von durchschnittlich zwei (2) Arbeitstagen nach Eingang eines vollständig und ordnungsgemäß ausgefüllten Antragsformulars;

7. Änderung der Nutzungsbedingungen für Entwickler, um die Bedingungen für die Nutzung der API für kommerzielle Inhalte zu präzisieren und die folgenden vertraglichen Beschränkungen zu setzen: a) Streichung von Bezugnahmen auf Verhaltensweisen, die dem guten Willen oder dem Ansehen von TikTok schaden („detrimental to TikTok's goodwill or reputation"), und b) Ersetzen von Bezugnahmen auf eine übermäßige oder missbräuchliche Verwendung („excessive or abusive use") durch eine Formulierung, die die Verwendung auf die materielle Sicherheit, Stabilität, Integrität oder andere legitime Risiken für die API für kommerzielle Inhalte oder die umfassenderen Systeme von TikTok beschränkt;

8. Streichung der derzeitigen Zugangsbeschränkung von neunzig (90) Tagen;

9. Verkürzung des Standardzeitraum für die Aufnahme von Werbung und Aktualisierungen von Werbung in der Bibliothek für kommerzielle Inhalte von bis zu achtundvierzig (48) Stunden auf vierundzwanzig (24) Stunden;

10. Aktualisierung der öffentlichen Leitlinien, um eine allgemeine Beschreibung des Aktualisierungsprozesses der Bibliothek für kommerzielle Inhalte bereitzustellen;

11. Einführung eines speziellen Felds für jeden Werbeeintrag, in dem die URL-Adresse der externen Website angegeben ist, zu der TikTok die Nutzer im Auftrag des Werbetreibenden beim Klicken auf die Anzeige weiterleitet, sofern diese vom Werbetreibenden angegeben wurde;

12. Anzeige des Werbetexts zu jedem Werbeeintrag, sofern dieser Text vom Werbetreibenden bereitgestellt wurde;

13. Aufnahme eines Felds für den Gegenstand in jeden Werbeeintrag;

14. Aufnahme von Angaben zu Handlungsaufforderungen für jeden Werbeeintrag, sofern diese Angaben von Werbetreibenden bereitgestellt werden;

15. Anforderung der Namen des Zahlers und des wirtschaftlichen Eigentümers von den Werbetreibenden, die Nutzer in der Union ansprechen, wenn diese das nächste Mal das Werbeprogramm von TikTok für einen Einkauf nutzen;

16. Ermöglichung, dass Werbetreibende diese Informationen über ihre Einstellungen für spätere Einkäufe im Rahmen des Werbeprogramms von TikTok aktualisieren;

17. gegebenenfalls Aufnahme der Sprache, des Geräts und des Betriebssystems, die der Werbetreibende gewählt hat, für jeden Werbeeintrag;

18. gegebenenfalls Angabe, ob der Werbetreibende die gezielte Ansprache von Kunden mit großer Kaufkraft („high spending power targeting") gewählt hat, für jeden Werbeeintrag;

19. gegebenenfalls Angabe der gezielten Ansprache von Kunden an einem bestimmten Ort (Land, Bundesland/Provinz und Stadt) durch den Werbetreibenden für jeden Werbeeintrag;

20. gegebenenfalls Angabe der gezielten Ansprache von Kunden mit bestimmten Kategorien von Interessen durch den Werbetreibenden für jeden Werbeeintrag;

21. gegebenenfalls Angabe des vom Werbetreibenden gewählten Werbeziels für jeden Werbeeintrag;

22. gegebenenfalls Angabe, ob sich ein Werbetreibender dafür entschieden hat, Empfänger auf der Grundlage einer Liste mit zugeschnittenem Zielpublikum auszuschließen, für jeden Werbeeintrag;

23. Bereitstellung von nach Mitgliedstaat aufgeschlüsselten aggregierten Daten zur Reichweite, die weiter nach Alter und Geschlecht aufgeschlüsselt sind, für jeden Werbeeintrag.

## 6. **SCHLUSSFOLGERUNG**

(13) Die Kommission muss sicherstellen, dass die vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen ihre Bedenken ausräumen, dass ein bestimmter Anbieter gegen die einschlägigen Bestimmungen der genannten Verordnung verstoßen hat. Der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit verlangt, dass die von dem betreffenden Anbieter vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen geeignet sein müssen, um die Bedenken der Kommission auszuräumen, und dass dieser Anbieter keine weniger belastenden Verpflichtungszusagen angeboten hat, die ebenfalls geeignet sind, die Bedenken auszuräumen. Bei ihrer Bewertung muss die Kommission die Interessen Dritter berücksichtigen.

(14) Die Kommission kommt zu dem Schluss, dass die von TTTL angebotenen Verpflichtungszusagen geeignet sind, um auf ihre vorläufigen Feststellungen in der Sache DSA.100109 – TikTok, wie in Abschnitt 4 dargelegt, in Bezug auf die Nichteinhaltung des Artikels 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 durch den Anbieter von TikTok hinsichtlich der Bereitstellung von TikTok in der Union einzugehen.

(15) Die Kommission erklärt daher die von TTTL als Hauptniederlassung des Anbieters von TikTok in der Union im Sinne des Artikels 56 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 angebotenen Verpflichtungszusagen für einen Zeitraum von fünf Jahren für bindend, um auf die vorläufigen Feststellungen der Kommission in Bezug auf die Nichteinhaltung des Artikels 39 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2022/2065 durch diesen Anbieter einzugehen, wie sie in den vorläufigen Feststellungen in der Sache DSA.100109 – TikTok dargelegt sind.

(16) Da die Kommission der Auffassung ist, dass die Verpflichtungszusagen angemessen auf die vorläufigen Feststellungen eingehen, sollte das Verfahren in der Sache DSA.100109 – TikTok eingestellt werden.