2025/1410

16.7.2025

KOMMISSIONENS GENNEMFØRELSESFORORDNING (EU) 2025/1410

af 9. juli 2025

om format, model og tekniske specifikationer for mærker og gennemsigtighedsmeddelelser i forbindelse med politiske reklamer i overensstemmelse med artikel 11 og 12 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2024/900

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-KOMMISSIONEN HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde,

under henvisning til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2024/900 af 13. marts 2024 om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame ([1]), og særligt artikel 11, stk. 4, og artikel 12, stk. 7,

ud fra følgende betragtninger:

(1) Ved forordning (EU) 2024/900 er der fastsat harmoniserede regler for politisk reklame og relaterede tjenester og for anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk onlinereklame. Som nævnt i betragtning 2 i forordning (EU) 2024/900 kan politisk reklame udbredes eller udgives via traditionelle offlinemedier såsom aviser, TV og radio, men også i stigende grad via onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer, computerspil og andre digitale grænseflader.

(2) Ved forordning (EU) 2024/900, og særligt artikel 11, stk. 4, og artikel 12, stk. 7, skal Kommissionen vedtage gennemførelsesretsakter, der fastsætter henholdsvis formatet og modellen for de mærker, der er omhandlet i forordningens artikel 11, stk. 3, og formatet og de tekniske specifikationer for de gennemsigtighedsmeddelelser, der er omhandlet i forordningens artikel 11, stk. 1, litra e), og artikel 12.

(3) I henhold til artikel 11, stk. 1, i forordning (EU) 2024/900 skal politiske reklameudgivere sikre, at hver politisk reklame gøres tilgængelig sammen med følgende oplysninger på en klar, fremtrædende og utvetydig måde: a) en erklæring om, at der er tale om en politisk reklame, b) identiteten af sponsoren af den politiske reklame og, hvis det er relevant, det organ, der i sidste ende kontrollerer sponsoren, c) hvis det er relevant, det valg, den folkeafstemning eller den lovgivningsproces, som den politiske reklame er knyttet til, d) hvis det er relevant, en erklæring om, at den politiske reklame er blevet målrettet, eller der er brugt reklameleveringsteknikker, og e) en gennemsigtighedsmeddelelse, der indeholder de oplysninger, som fremgår af artikel 12, stk. 1, eller en klar angivelse af, hvor den let og direkte kan hentes. I henhold til artikel 11, stk. 2, i forordning (EU) 2024/900 skal politiske reklameudgivere også sikre, at de oplysninger, der er omhandlet i nævnte artikels stk. 1, er fuldstændige, og nøjagtigheden af oplysningerne om, hvor gennemsigtighedsmeddelelsen kan hentes.

(4) I henhold til artikel 11, stk. 3, i forordning (EU) 2024/900 skal de oplysninger, der er omhandlet i artikel 11, stk. 1, i nævnte forordning, stilles til rådighed i form af mærker, der indgår i den politiske reklame og er tilpasset det medium, hvor den politiske reklame vises. I henhold til artikel 11, stk. 3, andet afsnit, i forordning (EU) 2024/900 skal sådanne mærker være fremtrædende, gøre det let for personer at identificere en politisk reklame som en sådan og fastholdes i tilfælde af, at den politiske reklame udbredes yderligere.

([1]) EUT L, 2024/900, 20.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj.

(5) I henhold til artikel 11, stk. 1, litra e), i forordning (EU) 2024/900 skal politiske reklameudgivere sikre, at hver politisk reklame gøres tilgængelig sammen med en gennemsigtighedsmeddelelse, der indeholder de oplysninger, der er omhandlet i nævnte forordnings artikel 12, stk. 1, eller med en klar angivelse af, hvor en sådan gennemsigtighedsmeddelelse let og direkte kan hentes. I henhold til artikel 12, stk. 3, i forordning (EU) 2024/900 skal gennemsigtighedsmeddelelser indgå i hver politisk reklame eller til enhver tid være let at hente under perioden for udgivelse af den politiske reklame. Gennemsigtighedsmeddelelser skal ligeledes ajourføres i hele den periode, hvor den politiske reklame udgives, præsenteres i et format, der er let tilgængeligt og, i det mindste når den politiske reklame gøres elektronisk tilgængelig, i et maskinlæsbart format. De skal være affattet på det sprog, der anvendes i den politiske reklame.

(6) Som fremhævet i betragtning 87 i forordning (EU) 2024/900 skal de oplysninger, der skal fremlægges i overensstemmelse med alle de krav, der gælder for anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker i henhold til denne forordning, præsenteres i et format, der er let tilgængeligt, klart synligt, brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog, og egnet for personer med handicap.

(7) Desuden skal politiske reklameudgivere i henhold til artikel 12, stk. 4, i forordning (EU) 2024/900 opbevare deres gennemsigtighedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer hertil i en periode på syv år efter den sidste udgivelse af den pågældende politiske reklame.

(8) Desuden fastsættes det i artikel 11, stk. 5, i forordning (EU) 2024/900, at medlemsstaterne, herunder de kompetente myndigheder, og Kommissionen skal tilskynde til udarbejdelse af frivillige adfærdskodekser, der har til formål at bidrage til korrekt mærkning af politiske reklamer.

(9) Der er behov for at fastlægge formatet og modellen for mærkerne og gennemsigtighedsmeddelelserne og for at sikre, at de er tilpasset det medie, der anvendes til de politiske reklamer, herunder hvis gennemsigtighedsmeddelelsen indgår i mærket. Der bør fastsættes generelle krav til mærker og gennemsigtighedsmeddelelser om politiske offline- og onlinereklamer for at dække den brede vifte af fysiske og digitale udgivelsesformer, herunder, hvor det er relevant, varer. Yderligere krav bør omhandle de særlige forhold, der gør sig gældende for lineære og on-demand audiovisuelle medietjenester og lineære og ikkelineære radiotjenester, samt det særskilte format af trykte medier såsom aviser, tidsskrifter, brochurer, brochurer, brochurer, foldere, plakater eller foldere og de særlige karakteristika ved de digitale medier, herunder onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer og computerspil.

(10) Der kan gøres bedst mulig brug af brugergrænsefladeelementer, der letter navigations- og informationsvisning på onlinemediet, såsom thumbnails, ikoner, indlejrede skærme, pop-up-vinduer eller overlay in-app-beskeder, til at præsentere mærker og sikre, at borgerne let genkender politiske reklamer online uden at gå ind i selve den politiske reklame.

(11) Det er vigtigt at fastsætte tekniske specifikationer for gennemsigtighedsmeddelelser, der gøres tilgængelige online. Disse tekniske specifikationer bør ikke berøre de tekniske krav til overførsel af oplysninger til det europæiske register over politiske onlinereklamer, som er nødvendige for, at politiske reklameudgivere kan opfylde deres forpligtelser i henhold til artikel 13, stk. 2, og 4, i forordning (EU) 2024/900.

(12) For at sikre tilgængelighed for personer med handicap bør de relevante tilgængelighedskrav i bilag I til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2019/882 ([2]), som f.eks. kravene i afsnit III, tages i betragtning ved offentliggørelsen af gennemsigtighedsmeddelelser og i forbindelse med anvendelsen af denne forordning.

(13) Denne forordning tager hensyn til mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders særlige behov i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet.

([2]) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2019/882 af 17. april 2019 om tilgængelighedskrav for produkter og tjenester (EUT L 151 af 7.6.2019, s. 70, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj).

(14) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse blev hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 ([3]) og afgav udtalelse den 17. juni 2025.

(15) Foranstaltningerne i denne forordning er i overensstemmelse med udtalelse fra det udvalg, der er omhandlet i artikel 29, stk. 1, i forordning (EU) 2024/900 —

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

Artikel 1

1. De mærker, der er omhandlet i artikel 11 i forordning (EU) 2024/900, skal være i overensstemmelse med bilag I og II til nærværende forordning.

2. De gennemsigtighedsmeddelelser, der er omhandlet i artikel 12 i forordning (EU) 2024/900, skal være i overensstemmelse med bilag I og II til nærværende forordning.

Artikel 2

Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.

Den finder anvendelse fra den 10. oktober 2025.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 9. juli 2025.

På Kommissionens vegne
Ursula VON DER LEYEN
Formand

([3]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

BILAG I

Format for mærker og gennemsigtighedsmeddelelser

1. **Almindelige bestemmelser**

1. I dette afsnit fastsættes fælles krav til mærker og gennemsigtighedsmeddelelser i forbindelse med politisk reklame, der kan anvendes på alle former og midler til udgivelse, udbredelse og levering af politiske reklamer.

2. Mærket skal være indeholdt i, fastgjort til eller knyttet til den politiske reklame på en klar, fremtrædende og utvetydig måde for at give læseren, seeren eller lytteren tilstrækkeligt kendskab til oplysningerne i bilag II til denne forordning.

3. Et mærke er ikke klart, fremtrædende og utvetydigt, hvis det for den almindelige bruger er vanskeligt at læse, se eller høre, eller hvis det let overses, herunder fordi mærket ikke skiller sig klart ud fra den politiske reklame eller på grund af konfigurationen af mediet til offentliggørelsen eller formidlingen.

4. Visuelle mærker og gennemsigtighedsmeddelelser skal være læselige med skrifttyper af passende størrelse og form og tilpasse sig offentliggørelsesmediet og med tilstrækkelig kontrast samt passende afstand mellem bogstaver, linjer og afsnit.

5. Audiomærker skal være klart og tydeligt udtalt i en formel tone. Audiomærker må ikke ledsages af baggrundslyde.

6. Hvis der anvendes et link til et websted, en QR-kode eller tilsvarende brugervenlige tekniske foranstaltninger til at angive en reference til, hvor gennemsigtighedsmeddelelsen kan hentes fra, skal de føre direkte til gennemsigtighedsmeddelelsen.

7. QR-koder skal være i høj kontrast til baggrundsfarven og af en størrelse, der er letlæselig for en almindeligt tilgængelig QR-læser, såsom dem, der er integreret i håndholdt kommunikationsudstyr.

2. **Særlige krav til fjernsyn og radio**

1. Dette afsnit finder anvendelse på mærker og gennemsigtighedsmeddelelser om politisk reklame, der gøres tilgængelige via audiovisuelle medietjenester, jf. artikel 1, stk. 1, litra a), nr. i), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU ([1]), samt via lineære og ikkelineære radiotjenester.

2. Der skal vises visuelle mærker i hele den politiske reklames varighed. Alternativt kan visuelle mærker vises som en fuld skærm i begyndelsen eller slutningen af den politiske reklame, hvis:

   a) de vises i mindst 3 sekunder, og

   b) erklæringen om, at reklamen er en politisk reklame, sponsorens identitet og linket til webstedet til gennemsigtighedsmeddelelsen er synlige på en klar, fremtrædende og utvetydig måde i hele den politiske reklames varighed.

3. Mærket kan leveres som en kombination af visuelle formater og audioformater ved, alt efter hvad der er relevant, at anvende modellerne i bilag II, punkt 1 og 2, forudsat at punkt 2, litra b), er opfyldt.

([1]) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) (EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj).

4. Audiomærker skal bekendtgøres ved begyndelsen eller slutningen af den politiske reklame.

3. **Særlige krav til trykte medier**

1. Dette afsnit finder anvendelse på mærker og gennemsigtighedsmeddelelser i politiske reklamer, der gøres tilgængelige i trykte medier.

2. Mærket skal som hovedregel være indeholdt i en enkelt trykt boks.

3. Hvis den indgår i det samme trykte materiale som den politiske reklame, skal gennemsigtighedsmeddelelsen som hovedregel være indeholdt i en enkelt trykt boks.

4. Mærket og gennemsigtighedsmeddelelsen skal vises i høj kontrast til baggrunden.

4. **Særlige krav til digitale medier**

1. Dette afsnit finder anvendelse på mærker og gennemsigtighedsmeddelelser om politisk reklame, der gøres tilgængelige digitalt, jf. artikel 1, stk. 1, litra a), nr. i), i direktiv 2010/13/EU, samt gennem lineære og ikkelineære radiotjenester.

2. Hvis politiske reklamer gøres tilgængelige i et videoformat, skal der vises visuelle mærker under hele den politiske reklames varighed. Alternativt kan visuelle mærker vises som en fuld skærm i begyndelsen eller slutningen af den politiske reklame, hvis:

   a) de vises i mindst 3 sekunder, og

   b) erklæringen om, at reklamen er en politisk reklame, sponsorens identitet og linket til webstedet til gennemsigtighedsmeddelelsen er synlige på en klar, fremtrædende og utvetydig måde i hele den politiske reklames varighed.

3. Brugergrænsefladeelementer, der letter onlinenavigation og visning af oplysninger, kan anvendes til at vise mærket, forudsat at punkt 2, litra b), overholdes, uden at der træffes yderligere foranstaltninger.

4. Visuelle mærker, der vises eller præsenteres i overensstemmelse med punkt 3, skal vises med mørk tekst på lys baggrund.

5. Hvis politiske reklamer gøres tilgængelige i et i et audioformat, kan mærket leveres i et audioformat, hvis det opfylder følgende krav:

   a) det skal kunne høres uden yderligere foranstaltninger

   b) det skal bekendtgøres ved begyndelsen eller slutningen af den politiske reklame.

6. Mærket kan leveres som en kombination af visuelle formater og audioformater ved, alt efter hvad der er relevant, at anvende modellerne i bilag II, punkt 1 og 2, forudsat at punkt 2, litra b), er opfyldt.

BILAG II

Modeller til mærker og gennemsigtighedsmeddelelser for politiske reklamer

1. **Skabelon til visuelle mærker**[1]

POLITISK REKLAME[2]

(med brug af **målretning** og/eller **reklamelevering** baseret på PERSONOPLYSNINGER)[3]

- • (Sponsoren er [enten a) VIRKSOMHEDENS NAVN eller b) den fysiske persons FORNAVN OG EFTERNAVN])[4]
- • (Sponsoren er kontrolleret af [enten a) virksomhedens navn eller b) den fysiske persons fornavn og efternavn])[5]
- • (Reklamen er knyttet til [type og dato for valget/valgene] eller [navnet på lovgivnings- eller reguleringsinitiativet])[6]

Yderligere oplysninger på [**link til webstedet**][7]

Bemærkninger

1. Det er valgfrit at anvende en rektangulær sort boks, der afgrænser oplysningerne på mærket. Punkterne kan erstattes af andre listemarkører. Der opfordres til at anvende fed skrift og/eller store bogstaver, navnlig for så vidt angår erklæringen om, at reklamen er en politisk reklame, oplysninger om anvendelsen af målretning og/eller reklamelevering baseret på personoplysninger, sponsorens navn og henvisningen til linket til webstedet.

2. Erklæringen om, at reklamen er en politisk reklame, er obligatorisk. Der kan anvendes en lignende formulering.

3. Det er obligatorisk at give oplysninger om anvendelsen af målretning og/eller reklamelevering baseret på personoplysninger, hvor det er relevant. Der kan anvendes en lignende formulering.

4. Det er obligatorisk at give oplysninger om sponsorens navn. I stedet for »sponsoren er« kan en lignende ordlyd anvendes til at angive den person, på hvis anmodning eller på hvis vegne den politiske reklame udgives, leveres eller udbredes. Rækkefølgen af den fysiske persons fornavn og efternavn er valgfri. Oplysningerne om sponsorens navn kan ledsages af sponsorens politiske logo, f.eks. et politisk partilogo eller et valgsymbol.

5. Angivelse af oplysninger om navnet på kontrolenheden er obligatorisk, hvis en anden enhed udøver afgørende indflydelse på sammensætningen af, afstemningen eller beslutningerne i sponsors organer.

6. Det er obligatorisk at give oplysninger om forbindelsen mellem den politiske reklame og et valg eller et lovgivnings- eller reguleringsinitiativ, hvis der er en klar og væsentlig forbindelse til et valg eller et lovgivnings- eller reguleringsinitiativ. Valgtypen kan angives med henvisning til den kategori af myndigheder, der vælges (f.eks. »folketingsvalg«) eller en specifik type (f.eks. »folketingsafstemning«). Navnet på lovgivnings- eller reguleringsinitiativet kan forkortes.

7. Linket til webstedet angives, hvis gennemsigtighedsmeddelelsen ikke er en del af mærket. Alternativt kan der anvendes QR-koder eller tilsvarende brugervenlige tekniske foranstaltninger til direkte hentning af gennemsigtighedsmeddelelsen. Hvis der findes et link til et websted i et onlinemærke, skal linkteksten være med fede typer eller en anden farve end nævnte mærkes anden tekst og beskrives som »gennemsigtigheds-meddelelse«.

2. **Model til audiomærker**

»Dette er en politisk reklame[1] (som anvender målretnings- og/eller reklameleveringsteknikker baseret på personoplysninger[2]). Sponsoren er [enten a) den juridiske enheds virksomhedsnavn eller b) den fysiske persons navn og efternavn][3]. (Sponsoren kontrolleres af [enten a) den juridiske enheds virksomhedsnavn eller b) den fysiske persons fornavn og efternavn])[4]. (Reklamen er knyttet til [type og dato for valget/valgene] eller [navnet på initiativet])[5]. Yderligere oplysninger på [linket til webstedet][6].«

Bemærkninger

1. Erklæringen om, at reklamen er en politisk reklame, er obligatorisk.

2. Det er obligatorisk at give oplysninger om anvendelsen af målretning og/eller reklamelevering baseret på personoplysninger, hvor det er relevant. Der kan anvendes en lignende formulering.

3. Det er obligatorisk at give oplysninger om sponsorens navn. I stedet for »sponsoren er« kan en lignende ordlyd anvendes til at angive den person, på hvis anmodning eller på hvis vegne den politiske reklame udgives, leveres eller udbredes. Rækkefølgen af den fysiske persons fornavn og efternavn er valgfri.

4. Angivelse af oplysninger om navnet på kontrolenheden er obligatorisk, hvis en anden enhed udøver afgørende indflydelse på sammensætningen af, afstemningen eller beslutningerne i sponsors organer.

5. Det er obligatorisk at give oplysninger om forbindelsen mellem den politiske reklame og et valg eller et lovgivnings- eller reguleringsinitiativ, hvis der er en klar og væsentlig forbindelse til et valg eller et lovgivnings- eller reguleringsinitiativ. Valgtypen kan angives med henvisning til den kategori af myndigheder, der vælges (f.eks. »folketingsvalg«) eller en specifik type (f.eks. »folketingsafstemning«). Navnet på lovgivnings- eller reguleringsinitiativet kan forkortes.

6. Linket til webstedet skal være kort.

3. **Model til gennemsigtighedsmeddelelser**

GENNEMSIGTIGHEDSMEDDELELSE

1. **Sponsoren**: [enten a) Virksomhedens navn og, hvis det ikke er det samme, det juridiske navn, e-mailadresse, postadresse og, hvis forskelligt herfra, etableringssted og, hvis det er relevant, registreringsnummer for den relevante juridiske enhed eller den politiske kampagneorganisation uden status som juridisk person eller b) den fysiske persons NAVN og EFTERNAVN, e-mailadresse og postadresse, hvis denne er offentliggjort.][1]

2. **Den enhed, der kontrollerer sponsoren**: [enten a) virksomhedens navn og, hvis det ikke er det samme, det juridiske navn, e-mailadresse, postadresse og, hvis forskelligt herfra, den juridiske enheds etableringssted eller b) den fysiske persons FORNAVN og EFTERNAVN, e-mailadresse og postadresse, hvis denne er offentliggjort.][2]

3. **Den enhed, der betaler for den politiske reklame**: [enten a) virksomhedens navn og, hvis det ikke er det samme, det juridiske navn, e-mailadresse, postadresse og, hvis forskelligt herfra, den juridiske enheds etableringssted eller b) den fysiske persons FORNAVN og EFTERNAVN, e-mailadresse og postadresse, hvis denne er offentliggjort.][3]

4. **Den periode, i hvilken den politiske reklame påtænkes udgivet, leveret og udbredt** [fra startdato til slutdato.][4]

5. **De samlede beløb og den samlede værdi af andre ydelser modtaget af udbydere af politiske reklametjenester for den politiske reklame**: [samlet beløb og valuta.][5]

6. **De samlede beløb og den samlede værdi af andre ydelser, som udbydere af politiske reklametjenester har modtaget for den politiske reklamekampagne**: [samlet beløb og valuta.][6]

7. **Oplysninger om oprindelsen af de beløb og andre fordele, som udbydere af politiske reklametjenester modtager**: [offentlig og/eller privat og EU og/eller ikke-EU.][7]

8. **Den metode, der anvendes til beregning af de aggregerede beløb og den aggregerede værdi af andre fordele, som udbydere af politiske reklametjenester har modtaget for den politiske reklame, og, hvor det er relevant, den politiske reklamekampagne**: [hvordan de beløb og naturaldelser, som hver relevant tjenesteyder har modtaget, er blevet identificeret og aggregeret.][8]

9. **Politisk reklame er knyttet til**: [valgtype, -niveau og -dato] eller [folkeafstemningens art, niveau og dato] eller reguleringsproces.][9]

10. [Link til webstedet om officielle oplysninger om de nærmere bestemmelser for deltagelse i valget eller folkeafstemningen, som den politiske reklame][10]

11. [link til det europæiske arkiv for politiske onlinereklamer][11]

12. **Hvordan indgives anmeldelse af politiske reklamer, der muligvis ikke overholder reglerne**: [Oplysninger om mekanismen for anmeldelse af politisk reklame, der muligvis ikke opfylder kravene, jf. artikel 15, stk. 1, i forordning (EU) 2024/900.][12]

13. [En tidligere offentliggørelse af den politiske reklame eller af en tidligere udgave heraf er blevet suspenderet eller indstillet på grund af en overtrædelse af forordning (EU) 2024/900.][13]

ANVENDELSE AF MÅLRETNINGS- og/eller REKLAMELEVERINGSTEKNIKKER

baseret på behandlingen af personoplysninger

14. **[I forbindelse med den politiske reklame er der anvendt målretningsteknikker og/eller reklameleveringsteknikker baseret på brug af personoplysninger.]**[14]

15. **Oplysninger om de anvendte målretnings- og/eller reklameleveringsteknikker**[15]:

    a) Anvendte analyseteknikker: [kort beskrivelse]

    b) De specifikke målgrupper af modtagere, herunder de parametre, der anvendes til at fastslå, hvem reklamen udbredes til: [liste]

    c) De kategorier af personoplysninger, der anvendes til målretningsteknikker eller reklameleveringsteknikker: [liste]

    d) Målene for målretningen, mekanismerne og logikken, herunder parametre for medtagelse eller udelukkelse og årsagerne til valget af disse parametre: [kort beskrivelse]

    e) Oplysninger om anvendelsen af systemer med kunstig intelligens i forbindelse med målretning eller levering af den politiske reklame: [kort beskrivelse]

    f) Periode for udbredelse af den politiske reklame: [startdato og slutdato]

g) Antal af visninger af den politiske reklame: [antal i alt]

h) Antal kontakter med den politiske reklame med hensyn til klik, likes og kommentarer: [antal i alt]

i) Intern politik, der beskriver, hvordan målretnings- og reklameleveringsteknikker anvendes: [link eller URL]

j) Andre relevante oplysninger: [kort beskrivelse].

16. **Effektive midler til at støtte fysiske personer i at udøve deres databeskyttelsesrettigheder i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679** ([1]) **(generel forordning om databeskyttelse), herunder retten til at ændre deres personoplysninger og trække deres samtykke til behandling af deres personoplysninger til politiske reklameformål tilbage**[16]:

a) Identitet på og kontaktoplysninger for de(n) dataansvarlige: [enten a) virksomhedens NAVN og, hvis det ikke er det samme, det juridiske NAVN, e-mailadresse, postadresse og, hvis forskelligt herfra, den juridiske enheds etableringssted eller b) den fysiske persons FORNAVN og EFTERNAVN, e-mailadresse og postadresse, hvis denne er offentliggjort.]

b) Henvisning til retten til at tilbagetrække samtykke til behandling af personoplysninger til politiske reklameformål: [websted til den dataansvarliges grænseflade med en enkel og brugervenlig mulighed for at trække samtykket til politisk reklame tilbage]

c) Link til grænseflade, der gør det muligt at udøve rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679: [link til websted]

d) Link til oplysninger i henhold til forordning (EU) 2016/679: [link til websted].

Bemærkninger

1. Oplysninger om etableringssted og postadresse skal omfatte gade, husnummer, by, postnummer og land. Det relevante registreringsnummer henviser til registreringsnumre, der er tildelt sponsoren i forbindelse med valg eller beslutningstagning, f.eks. i tilfælde af et politisk parti, der er registreret til at deltage i valg, eller en enhed, der er registreret som interesserepræsentant eller udbyder af interesserepræsentationsaktiviteter.

2. Oplysninger, der kun skal angives, hvis en anden enhed udøver afgørende indflydelse på sammensætningen af, afstemningen eller beslutningerne i sponsorens organer.

3. Oplysningerne gives kun, hvis den fysiske eller juridiske person, der yder vederlag til gengæld for den politiske reklame, er forskellig fra sponsor eller den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren.

4. Startdato og slutdato udtrykkes som kalenderdage.

5. Det samlede tal skal omfatte alle de beløb, der faktureres, budgetteres eller opkræves af udbyderne af politiske reklametjenester, herunder udgiveren, til gengæld for de politiske reklametjenester, de leverede til den pågældende politiske reklame. Hvis det er relevant, skal det også omfatte pengeværdien i naturalier af alle de ydelser, som udbydere af politiske reklametjenester, herunder udgiveren, modtager og/eller skal modtage til gengæld for de politiske reklametjenester, som de leverede til den specifikke politiske reklame.

([1]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

6. Oplysninger, der skal gives, når det er relevant. Det samlede tal skal omfatte alle de beløb, der faktureres, budgetteres eller opkræves af udbyderne af politiske reklametjenester, herunder udgiveren, til gengæld for de politiske reklametjenester, de leverede til den pågældende politiske reklame. Hvis det er relevant, skal det også omfatte pengeværdien i naturalier af alle de ydelser, som udbydere af politiske reklametjenester, herunder udgiveren, modtager og/eller skal modtage for de politiske reklametjenester, som omfatter de pågældende politiske reklame.

7. Oplysninger, der skal gives, når det er relevant.

8. Oplysninger, der præciserer, om det samlede beløb i punkt 5 og i givet fald punkt 6 afspejler fakturerede, budgetterede og/eller fakturerede beløb, og om det omfatter moms. I tilfælde af naturalydelser skal det angive den eller de anvendte værdiansættelsesmetoder. I sidstnævnte tilfælde kan den angive links til websteder til eksisterende standarder.

9. Oplysningen angives kun, hvis der er en klar og væsentlig forbindelse til et valg eller et lovgivnings- eller reguleringsinitiativ. Valgtypen kan angives med henvisning til den kategori af myndigheder, der vælges (f.eks. »folketingsvalg«) eller en specifik type (f.eks. »folketingsafstemning«). Navnet på lovgivnings- eller reguleringsinitiativet kan forkortes. Valgniveauet angives, hvis det er relevant, med henvisning til EU-niveau eller nationalt, regions- eller lokalvalg, herunder ved at nævne den eller de relevante medlemsstater og/eller områder.

10. Hvis gennemsigtighedsmeddelelsen gøres tilgængelig online, skal linket til webstedet beskrives som »Officielle oplysninger om de nærmere bestemmelser for deltagelse i valget, som den politiske reklame vedrører«.

11. Oplysninger skal stilles til rådighed for gennemsigtighedsmeddelelser vedrørende politiske onlinereklamer, der offentliggøres, leveres eller udbredes begyndende med datoen for oprettelsen af det europæiske register for politiske onlinereklamer. Hvis gennemsigtighedsmeddelelsen gøres tilgængelig online, skal linket til webstedet beskrives som »Link til det europæiske register for politiske onlinereklamer«.

12. Oplysningerne om mekanismen for anmeldelse af politiske reklamer, der muligvis ikke opfylder kravene, kan også gives som et link til et websted. Hvis gennemsigtighedsmeddelelsen gøres tilgængelig online, skal linket til webstedet beskrives som »Anmeld politisk reklame, der muligvis ikke opfylder kravene«.

13. Oplysninger, der skal gives, som relevante, når det er muligt.

14. Oplysninger angives kun i tilfælde af politiske onlinereklamer, der anvender målretnings- og/eller reklameleveringsteknikker baseret på behandling af personoplysninger.

15. Oplysninger angives kun i tilfælde af politiske onlinereklamer, der anvender målretnings- og/eller reklameleveringsteknikker baseret på behandling af personoplysninger. Den politiske reklames rækkevidde med hensyn til visninger, klik, likes og kommentarer skal angives, hvor det er teknisk muligt.

16. Oplysninger angives kun i tilfælde af politiske onlinereklamer, der anvender målretnings- og/eller reklameleveringsteknikker baseret på behandling af personoplysninger. Om muligt erstattes henvisningen til forordning (EU) 2016/679 af en henvisning til forordning (EU) 2018/1725.

BILAG III

Tekniske specifikationer for gennemsigtighedsmeddelelser

1. Hvis gennemsigtighedsmeddelelsen ikke indgår i mærkningen eller leveres i overensstemmelse med bilag I, punkt 3.3, gøres den tilgængelig online.

2. Hvis det er relevant i henhold til artikel 12, stk. 3, andet afsnit, i forordning (EU) 2024/900, gøres gennemsigtighedsmeddelelser tilgængelige i et maskinlæsbart format. En gennemsigtighedsmeddelelse er maskinlæsbar, hvis den leveres i et format, som softwareapplikationer automatisk kan behandle uden menneskelig indgriben såsom JSON eller XML.

3. Hvis det er relevant, skal gennemsigtighedsmeddelelsen opfylde de relevante tilgængelighedskrav i bilag I til direktiv (EU) 2019/882.

4. Hvor det er teknisk muligt, skal skrifttyperne i gennemsigtighedsmeddelelsen være sans serif og mindst 12 punkt. Linjeafstanden skal være mindst halvanden i afsnittene, og afsnitsafstanden skal være mindst 1,5 gange større end linjeafstanden.

5. Hvis det er teknisk muligt, skal kontrastforholdet mellem gennemsigtighedsmeddelelsens elementer og baggrunden være mindst 4,5:1.

6. Hvis det er teknisk muligt, skal gennemsigtighedsmeddelelserne anvende et fleksibelt layout, der giver dem mulighed for automatisk at tilpasse sig de skærmstørrelser og grænseflader, der anvendes.

7. Hvis teknisk muligt skal gennemsigtighedsmeddelelsen gøres tilgængelig i et format, der kan skaleres op til 200 % uden yderligere teknologi, og så det ikke kræver, at brugeren skal rulle vandret for at læse en tekstlinje i et fuldskærmsvindue.

8. Effekter eller animationer kan bruges til at fremhæve og gøre gennemsigtighedsmeddelelsen mere brugervenlig.

9. Punkt 4 til 7 finder ikke anvendelse på mikrovirksomheder, små virksomheder eller mellemstore virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU ([1]).

([1]) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2013/34/EU af 26. juni 2013 om årsregnskaber, konsoliderede regnskaber og tilhørende beretninger for visse virksomhedsformer, om ændring af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/43/EF og om ophævelse af Rådets direktiv 78/660/EØF og 83/349/EØF (EUT L 182 af 29.6.2013, s. 19, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj).