

Anfrage zur schriftlichen Beantwortung E-003344/2025
an die Kommission
Artikel 144 der Geschäftsordnung
Andreas Schwab (PPE)

Betrifft: Stärkung der Transparenz und Rechenschaftspflicht in der digitalen Werbung durch Registrierung und Überwachung von AdTech-Vermittlern

Die EU verfügt über fortschrittliche Rahmenregelungen zum Schutz von Rechten und des Medienpluralismus. Dennoch haben Werbetreibende nach wie vor systembedingt kaum eine Handhabe, obwohl sie einen Großteil des Online-Ökosystems finanzieren. Dieses Ungleichgewicht ist auf die undurchsichtigen und komplexen Lieferketten in der digitalen Werbung zurückzuführen, wobei Vermittler und Torwächter Werte abschöpfen, ohne dass hinreichend Transparenz, Aufsicht und Rechenschaftspflicht gegeben sind. Im Gegensatz zur Finanz- und Telekommunikationsbranche, wo Regeln zur Feststellung der Identität der Gegenpartei („Know Your Counterparty“, KYC) und zur Bekämpfung von Geldwäsche gelten, ist der Bereich der digitalen Werbung nach wie vor weitgehend unreguliert. Um dies zu ändern, bedarf es einer Registrierungspflicht für AdTech-Unternehmen und einer KYC-Regelung für Vermittler.

1. Wie bewertet die Kommission die derzeitigen Verpflichtungen von AdTech-Vermittlern in Bezug auf Transparenz, Rechenschaftspflicht und legitime Wertabschöpfung, und werden diese Ziele durch das Gesetz über digitale Märkte vorangebracht?
2. Könnten durch Änderungen der derzeitigen Rahmenregelungen – etwa der Geldwäschebekämpfungsverordnung, des Gesetzes über digitale Dienste oder des Gesetzes über digitale Märkte – KYC-Pflichten eingeführt werden, insbesondere für automatisierte grenzübergreifende Transaktionen im Zusammenhang mit Werbung?
3. Inwieweit wurde ein EU-weites Registrierungssystem in Betracht gezogen, mit dem die Offenlegung des wirtschaftlichen Eigentums und die Einhaltung des EU-Rechts vorgeschrieben werden?

Eingang: 1.9.2025