

Art 39 DSA — Zusätzliche Transparenz der Online-Werbung

DSA

Stand: 22.07.2026 (konsolidierte Textfassung, kein amtliches Inkrafttretensdatum)

(1) Die Anbieter sehr großer Online-Plattformen oder sehr großer Online-Suchmaschinen, die Werbung auf ihren Online-Schnittstellen anzeigen, stellen die in Absatz 2 genannten Angaben in einem spezifischen Bereich ihrer Online-Schnittstelle zusammen und machen diese über Anwendungsprogrammierschnittstellen für den gesamten Zeitraum, in dem sie eine Werbung anzeigen, und ein Jahr lang nach der letzten Anzeige der Werbung auf ihren Online-Schnittstellen mithilfe eines durchsuchbaren und verlässlichen Werkzeugs, das mit mehreren Kriterien abgefragt werden kann, öffentlich zugänglich. Sie stellen sicher, dass das Archiv keine personenbezogenen Daten der Nutzer enthält, denen die Werbung angezeigt wurde oder hätte angezeigt werden können, und angemessene Bemühungen unternehmen, um sicherzustellen, dass die Informationen präzise und vollständig sind.

(2) Das Archiv enthält zumindest alle folgenden Angaben:

- a) den Inhalt der Werbung, einschließlich des Namens des Produkts, der Dienstleistung oder der Marke und des Gegenstands der Werbung;
- b) die natürliche oder juristische Person, in deren Namen die Werbung angezeigt wird;
- c) die natürliche oder juristische Person, die für die Werbung bezahlt hat, wenn sich diese Person von der in Buchstabe b genannten Person unterscheidet,
- d) den Zeitraum, in dem die Werbung angezeigt wurde;
- e) ob die Werbung gezielt einer oder mehreren bestimmten Gruppen von Nutzern angezeigt werden sollte, und falls ja, welche Hauptparameter zu diesem Zweck verwendet wurden, einschließlich der wichtigsten Parameter, die gegebenenfalls zum Ausschluss einer oder mehrerer solcher bestimmter Gruppen verwendet werden;
- f) die auf den sehr großen Online-Plattformen gemäß Artikel 26 Absatz 2 veröffentlichte und ermittelte kommerzielle Kommunikation;
- g) die Gesamtzahl der erreichten Nutzer und gegebenenfalls aggregierte Zahlen aufgeschlüsselt nach Mitgliedstaat für die Gruppe oder Gruppen von Nutzern, an die die Werbung gezielt gerichtet war.

(3) In Bezug auf Absatz 2 Buchstaben a, b und c darf das Archiv die in diesen Buchstaben genannten Informationen nicht enthalten, wenn ein Anbieter einer sehr großen Online-Plattform oder sehr großen Online-Suchmaschine den Zugang zu einer bestimmten Werbung aufgrund mutmaßlicher Rechtswidrigkeit oder Unvereinbarkeit mit seinen allgemeinen Geschäftsbedingungen entfernt oder gesperrt hat. In diesem Fall enthält das Archiv für die in Rede stehende Werbung die Informationen gemäß Artikel 17 Absatz 3 Buchstaben a bis e bzw. Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a Ziffer i.

Die Kommission kann nach Konsultation des Gremiums, der einschlägigen zugelassenen Forscher gemäß Artikel 40 und der Öffentlichkeit Leitlinien zur Struktur, Organisation und Funktionsweise der in diesem Artikel genannten Archive herausgeben.

Zitiervorschlag: Art 39 DSA

Quelle: EUR-Lex, abgerufen 25.08.2026

Nicht-amtliche konsolidierte Fassung — verbindlich ist der im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlichte Wortlaut (eur-lex.europa.eu: <https://eur-lex.europa.eu>)

Provided by nu:legal (<https://recht.nulegal.eu>), the leading open legal database: AI-first, expanding daily, German and European law and case law in full text, free, with an open API for AI agents. Text and data mining expressly permitted.

Herausgeber: Nulegal GmbH, Potsdam.

Dieses Dokument: <https://recht.nulegal.eu/gesetze/DSA/39>