

# Ludwigsburger Wochenblatt

Seite 1/6

## Fragebogen Transparenzangaben

### 1. Der Auftraggeber/Sponsor

(Name der Person oder Organisation, die als Werbungstreibender auftritt)

---

(Vor- und Nachname oder Firmenname)

---

(E-Mail-Adresse)

(ggf. Telefon)

---

(Straße, Hausnummer)

---

(PLZ, Ort)

### 2. Einrichtung, die den Auftraggeber/Sponsor letztlich kontrolliert:

(Name der Mutterorganisation oder Partei, falls der obige Sponsor z. B. ein „Ableger“ ist)

---

(Vor- und Nachname oder Firmenname)

---

(E-Mail-Adresse)

---

(Straße, Hausnummer)

---

(PLZ, Ort)

# Ludwigsburger Wochenblatt

### 3. Einrichtung, die die politische Anzeige finanziert:

(Nur auszufüllen, wenn nicht identisch mit Auftraggeber/Sponsor)

---

(Vor- und Nachname oder Firmenname)

---

(E-Mail-Adresse)

---

(Straße, Hausnummer)

---

(PLZ, Ort)

### 4. Zeitraum, in dem die politische Anzeige veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet werden soll: (Erscheinungstermin oder Online-Laufzeit)

---

(Datum von ... bis)

### 5. Betroffene Wahl/Referendum/Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess (falls vorhanden): (Titel der Wahl oder Kampagne, z.B. Stadtratswahl 2025 in Beispielstadt)

### 6. Link(s) zu der Website mit offiziellen Informationen über die Modalitäten der Teilnahme an der Wahl oder dem Referendum im Zusammenhang mit der politischen Anzeige (URLs)

# Ludwigsburger Wochenblatt

## 7. Einsatz von Targeting/Anzeigenschaltungsverfahren:

- a. Wurde oder wird die Anzeige online personalisiert an bestimmte Zielgruppen ausgespielt? (Wenn ja, bitte kurz beschreiben, z.B. „nur Region X, Altersgruppe XY)

Ja  nein

- b. Falls technisch möglich, die Reichweite der politischen Anzeige, Anzahl der Aufrufe und der Interaktionen: (z.B. Aufrufe 69.000, Kommentare 2.000)

## 8. Wurde früher eine ähnliche Anzeige wegen eines Verstoßes gegen die EU-Verordnung 2024/900 ausgesetzt oder eingestellt?

Ja, Details  nein

## 9. Kostenangaben:

- a. Preis/Betrag für diese Werbung: \_\_\_\_\_ EUR  
(Brutto-Gesamtbetrag, den der Verlag in Rechnung stellt)

- b. Wert sonstiger Leistungen:  
(z.B. Sachleistungen, sofern relevant)

- c. Berechnungsmethode:  
(z.B. Tarif pro mm/Spalte, Pauschale etc.)

# Ludwigsburger Wochenblatt

## 10. Herkunft der Mittel für die Finanzierung:

- a. Quelle der Gelder:  privat (Spenden, Partei-/Eigenmittel)  
 Öffentlich (staatl. Mittel, Wahlkampfkostenerstattung o. ä.)
- b. Ursprung der Mittel:  innerhalb der EU  
 Außerhalb der EU  
(Falls außerhalb der EU, bitte Land angeben und sicherstellen, dass dies zulässig ist.)

## 11. Links zu dem in Art. 13 VO genannten europäischen Archiv für politische Online-Anzeigen

## 12. Meldeverfahren, falls eine veröffentlichte politische Anzeige nicht der EU-Verordnung 2024/900 entspricht:

(z. B. eine E-Mail-Adresse)

# Ludwigsburger Wochenblatt

## 13. Einverständnis und Richtigkeit:

- a. Hiermit bestätigt der Auftraggeber, dass alle Angaben korrekt sind und die Anforderungen der EU-Verordnung 2024/900 erfüllt werden kann.
- b. Hiermit bestätigt der Auftraggeber, dass falls sich oben angegebene Informationen geändert haben, als fehlerhaft herausstellen, er sicherstellt, dass aktualisierte Informationen dem betreffenden Anbieter politischer Werbedienstleistungen unverzüglich, vollständig und genau übermittelt werden.
- c. Hiermit bestätigt der Auftraggeber, dass Art. 5 Abs. 2 der EU-VO 2024/900 (Verbot von Werbedienstleistungen in den letzten drei Monaten vor der Wahl) eingehalten werden.

---

(Ort)

(Datum)

(Unterschrift des Auftraggebers, ggf.  
Firmenstempel)