



Die Werbewirtschaft

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

Eingabe des ZAW

zum Referentenentwurf der Bundesregierung Deutschlands vom 7. März 2024 für eine Verordnung über Dienste zur Einwilligungsverwaltung nach dem Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz

(Einwilligungsverwaltungsverordnung – EinwV; im Folgenden Ref-E) im Notifizierungsverfahren 2024/0159/DE

Teil 1: Bedeutung der Einwilligungsverordnung für Telemedienanbieter

Die gegenständliche Thematik der Einwilligungsverwaltung hat zurecht intensive Debatten hervorgerufen. Es handelt sich hierbei um praktische ökonomische Aspekte, die sich unmittelbar und mittelbar auf die Gesellschaft und das Überleben der Telemedien auswirken.

Der jetzige Ref-E ist in Teilen gelungen, jedoch möchten wir im Folgenden auf bestehende erhebliche Bedenken des Verordnungstextes hinweisen.

1. Das Prinzip der Freiwilligkeit zur Verwendung und Implementierung von anerkannten Diensten zur Einwilligungsverwaltung

Anerkannte Dienste zur Einwilligungsverwaltung (im Folgenden: DzEV) sollen den Endnutzern nach dem Ref-E *„zukünftig ein alternatives Verfahren zur Erteilung von den von Anbietern von Telemedien nachgefragten Einwilligungen nach § 25 TTDSG zur Verfügung“*¹ stellen.

Diese Wortwahl impliziert bereits eine echte Wahlmöglichkeit für Telemedien in Bezug auf die Verwendung und Implementierung von DzEV. Der ZAW begrüßt, dass in § 18 Abs. 1 Ref-E dieses Prinzip der Freiwilligkeit eindeutig festgelegt wurde und hält dieses für richtig und unverzichtbar.

Entscheidend ist hier die konkrete Betrachtung der Folgen für Telemedienanbieter und ihr unmittelbar angebotsbezogenes spezifisches Einwilligungsmanagement via sog. Consent Management Platforms (CMPs). Eine echte Wahl für Telemedien bedeutet zugleich, dass DzEV keinerlei Regulierungsvorteile gegenüber dem angebotsspezifischen Einwilligungsmanagement von Telemedien haben. Genau solche Vorteile wären gerade die Kehrseite entsprechender Nachteile für diejenigen Telemedien, die sich gegen einen solchen Dienst entscheiden. Dies würde im Umkehrschluss eine freie Wahl der Telemedienanbieter verhindern, was es zu vermeiden gilt.

2. Die (medien)ökonomische Notwendigkeit der Freiwilligkeit

Einwilligungen in endgerätbezogene Datenverarbeitungen sind der Dreh- und Angelpunkt der vorgeschlagenen Verordnung und ihrer Rechtsgrundlage, § 26 Abs. 2 TTDSG.

Regelungen zur Einwilligungsverwaltung betreffen den Kernbereich der Kundenbeziehungen zwischen Internetangeboten und Nutzern. Durch den Ref-E wird also gerade nicht nur die digitale

¹ Begründung des Ref-E, S. 16, VI.

„User-Experience“ optimiert, sondern zentrale Existenz- und Überlebensbedingungen für fast alle Angebote und Services der digitalen Wirtschaft erfasst und beeinflusst.

3. Erfolgreiches Einwilligungsmanagement daseinsbedingend für Telemedien

Nach den sowohl durch europäische als auch durch nationale Gesetzgebung geschaffenen Rahmenbedingungen gilt, dass für sehr viele, sicherlich aber nahezu alle wirtschaftlich notwendigen (endgerätbezogenen), Datenverarbeitungen komplexe, spezifische Einwilligungen gemäß des Anforderungsprofils der DSGVO vorliegen müssen, um ein datenbasiertes Telemedium überhaupt anbieten zu können.

Ohne diese Einwilligungen in endgerätbezogene Verarbeitungen sind sämtliche von den Werbungtreibenden verlangte Funktionen digitaler Werbung für vollständig wie teilweise webefinanzierte Telemedien nicht mehr denkbar. Hierzu gehören unter anderem die Ansprache relevanter Zielgruppen (Targeting), die Steuerung und Begrenzung von Onlinewerbung (Frequency Capping), die Attribution von Kampagnen (Erfolgsmessung), die Reichweitenmessung (Preisbildung, Markttransparenz), die Abrechnung von Werbung (Performance-Marketing) wie auch Sicherheits- und Integritätschecks (Ad Fraud).

Dies bedeutet im Ergebnis, dass ohne die Aussicht auf eine hinreichende Anzahl von Einwilligungen zur Refinanzierung von Telemedien die Vielfalt digitaler Angebote, insbesondere im Medienbereich, spürbar zurückgingen. Ohne tragfähige Rahmenbedingungen für die Erlangung und Verwaltung von Einwilligungen für die oben genannten Zwecke, sind die digitalen Medienangebote gezwungen, ihre webefinanzierten Angebote zurückzufahren oder diese nur noch mit einem Login und/oder gegen ein Entgelt anzubieten.

Auch für entgeltliche Angebote hat die Einwilligungsverwaltung eine immense Bedeutung. Beispielsweise Nutzungsanalysen betreffend redaktionelle Leistungen und Inhalte oder auch die Darbietung der Inhalte selbst (Personalisierung) sind oft nur mittels einer entsprechenden Einwilligung darstellbar.

Im Ergebnis hängt von der geplanten Verordnung die schiere Existenz von Wettbewerb und Wertschöpfung, der Markterfolg von Innovationen und damit Chancen für Beschäftigung ab. Insbesondere digitale Medien sind auf tragfähige datenbasierter werbewirtschaftliche Geschäftsmodelle angewiesen und entscheiden hierdurch maßgeblich über die Bedingungen für gesellschaftlich-politische Teilhabe und Meinungsbildung.

4. Realistische Einschätzung des Aufwands für Telemedienanbieter

Hinsichtlich der Frage, ob sich Telemedienanbieter dafür entscheiden, DzEV einzubinden, kommt es auch entscheidend darauf an, ob dies überhaupt für sie technisch umsetzbar ist. Dazu muss gewährleistet sein, dass der DzEV einen richtigen und validen TC-String für den spezifischen Endnutzer an das Telemedium sendet. Den braucht dieser wiederum für die Refinanzierung per Digitalvermarktung, da es ohne TC-String keine Vermarktung über das Werbeökosystem gibt.

In § 5 Abs. 2 Ref-E ist lediglich geregelt, dass der DzEV die Einstellungen des Endnutzers in einem gängigen und „maschinenlesbaren Format“ vorhält. Der ZAW hält es allerdings vielmehr für notwendig, dass die DzEV dazu verpflichtet werden, die relevanten Informationen so zu erstellen und an das Telemedium mitzusenden, dass diese dem globalen Standard der Datenverarbeitung entsprechen (als TCF-String). Andernfalls kann ein reibungsloser Ablauf nicht funktionieren.

Darüber hinaus bleibt unklar, wie genau und in welcher Geschwindigkeit die gegenseitige Abfrage zwischen Telemedium und DzEV ablaufen soll. Sofern der Endnutzer in dem DzEV eine Änderung seiner Einwilligung vornimmt, gleichzeitig allerdings auch ein Telemedium geöffnet hat und nach der Änderung wieder auf diese Seite zurückkehrt, ist es technisch für den Telemedienanbieter nur möglich, die geänderte Einstellung zu erkennen, wenn bei jedem durch den Endnutzer eingegebenen neuen Befehl auf dem Telemedium eine neue Überprüfung der Einwilligung stattfindet. Dies ist allein in Bezug auf die notwendige Rechenkapazität nahezu unmöglich darzustellen. Vielmehr müsste der Ref-E eine Möglichkeit aufzeigen, die eine Neuüberprüfung der Einstellung des Endnutzers durch den Telemedienanbieter beispielsweise einmal pro Besuch oder Tag notwendig machen. Nur so ist es dem Telemedium möglich, bei Entscheidung zur Einbindung eines DzEV, die Vorgaben des Ref-E auch technisch und organisatorisch zu erfüllen.

5. Regulierung im grundrechtssensiblen Bereich

Auch wenn das Ziel, Nutzer von Einwilligungs-Bannern im Internet zu befreien, nach Ansicht der ZAW-Mitglieder sinnhaft erscheint, so darf hierbei nicht außer Acht gelassen werden, dass gerade diese Banner gesetzgeberisch verlangt werden. Nicht die Telemedienanbieter, sondern der Gesetzgeber selbst ist für die Flut an unabdingbaren Informationen, die dem Endnutzer mitgeteilt werden müssen, verantwortlich.

Die „consent fatigue“ der Verbraucher ist kein hinreichender Grund, um weitreichende Eingriffe zu Lasten der Telemedien zu rechtfertigen. Dies gilt umso mehr, als dass bestimmte positive Effekte, die die DzEV versprechen, um die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen – insbesondere durch die Speicherung von Einwilligungen –, schon heute durch Praktiken von Telemedienangeboten und bereits etablierte Einwilligungsverwaltungssysteme realisiert werden. Beispielsweise bekommen rund 70-90 der Nutzer

digitaler Presseangebote keinen Cookie-Banner beim Öffnen der entsprechenden Seite angezeigt, da sie die Speicherung ihrer Cookies bei der erstmaligen Einwilligung erlaubt haben.

Der Erhalt eines eigenständigen und angebotsspezifischen Einwilligungsmanagements ist für Telemedien, insbesondere werbefinanzierte Medienangebote, überlebenswichtig. Die Sachverhalte, von denen die Verordnung handelt, sind zu bedeutsam, die Prozesse zu fragil und spezifisch, um auch nur geringste Zweifel am Wahlrecht von Internetangeboten in Bezug auf die Implementierung von DzEV und an der Gleichbehandlung von angebotsspezifischer Einwilligungsverwaltung und DzEV (als zwischengeschaltete Dritte) in Bezug auf Software im Sinne des Ref-E hinnehmen zu können.

Es ist zudem davon auszugehen, dass es bei der Auflistung der verschiedenen Telemedien innerhalb des DzEV zu Diskriminierungen kommt. Bei der enormen Vielzahl von Telemedien und Einwilligungsvorgängen – die sich auch immer wieder aktualisieren – ist eine für den Nutzer sinnstiftende und den Anforderungen der DSGVO genügende Art und Weise der Auflistung ohne Diskriminierungen kaum möglich.

Die Verhängung von Abfrageverboten (s. auch Teil 2, Nr. 5) zu § 19 Abs. 1 Ref-E) für den Fall der Erteilung oder der Nichterteilung von Einwilligungen auf angebotsspezifischer Ebene betrifft den Kernbereich der Beziehungen von Telemedienangeboten zu ihren Nutzern und deren digitale Souveränität. Sowohl die Kundenbeziehung als auch das ob und wie der Einbeziehung von DzEV betrifft die unternehmerische Freiheit eines Telemedienanbieters und damit Art. 16 GRCh.

Teil 2: Bewertung der Regelungen des Ref-E im Lichte der Maßgaben nach Teil 1

Zur Bedeutung der einzelnen Regelungen des Ref-E:

1) § 17 Nr. 2 Ref-E

Positiv zu betonen ist vorliegend der § 17 Nr. 2 Ref-E, nach dem nicht nur ein über den DzEV sondern auch ein über den Anbieter von Telemedien hinterlegtes Signal oder Einwilligungseinstellung der Endnutzer nicht unterdrückt, verzögert, entschlüsselt oder sonst wie verändert werden darf.

Der Schutz der digitalen Selbstbestimmung von Nutzern darf ohne sachlichen Grund nicht unterschiedlich ausfallen, je nachdem, ob sie via einem DzEV einwilligen oder ihren Willen via einer angebotsspezifischen CMP mitteilen. Zudem darf aus Sicht der Telemedienanbieter keine Schlechterstellung gegenüber der DzEV herbeireguliert werden. Dies wäre nicht mit der benötigten und grundrechtlich bedingten Freiwilligkeit der Einwilligungsverwaltung zu vereinbaren. Bei einem grundrechtskonformen Gebrauch der Verordnungsermächtigung des § 26 Abs. 2 TTDSG ist nur ein im

Verhältnis zu Browsern etc. übereinstimmendes Schutzniveau von angebotsspezifisch zustande gekommenen Signalen und Einwilligungseinstellungen und solchen via DzEV zu begründen.

2) § 18 Abs. 1 Ref-E

Diese positive Regelung wird von den ZAW-Mitgliedern ausdrücklich begrüßt. Sie erkennt das für die Telemedienanbieter überaus wichtige Prinzip der Freiwilligkeit an. Hierdurch bleibt das Geschäftsmodell des privatfinanzierten Journalismus zukunftsfähig.

Der ZAW plädiert dafür, auch nach der innerhalb von zwei Jahren nach Inkrafttreten der Rechtsverordnung durchzuführenden Evaluierung, § 26 Abs. 3 TTDSG, die Freiwilligkeit der Einbindung anerkannter Dienste beizubehalten. Wie bereits in Teil 1 Nr. 1 angesprochen, kann nur so gewährleistet werden, dass für die DzEV kein Vorteil gegenüber Telemedienanbieter herbeireguliert wird und letztere nicht schlechter dargestellt werden.

3) § 18 Abs. 3 Nr. 1 Ref-E

Die in § 18 Abs. 3 Nr. 1 Ref-E normierte Anforderung an Telemedienanbieter ist aus Sicht der ZAW-Mitglieder nicht umsetzbar. Die Anbieter der Telemedien können nicht die Verantwortung dafür übernehmen, dass der eingebundene anerkannte Dienst zur Einwilligungsverwaltung technisch in der Lage ist, die Einstellungen der Endnutzer zu übernehmen und zu speichern. Diese Sicherstellung müsste vielmehr im Rahmen der Anerkennung als offizieller Dienst zur Einwilligungsverwaltung erfolgen, folglich als Anerkennungsvoraussetzung in § 10 Ref-E aufgenommen werden.

Im Laufe der Zeit werden sich (was aller Wahrscheinlichkeit nach eintreffen wird), Vendoren ändern und/oder neue Verarbeitungszwecke hinzukommen, so dass der Telemedienanbieter rechtlich verpflichtet ist, den Endnutzer nach seiner Einwilligung in die Verarbeitung seiner Daten zu fragen. Nun kann es aber nicht die Aufgabe des Telemedienanbieters sein, den DzEV technisch zu beraten oder gar in dessen Software einzugreifen. Die entsprechenden Vorkehrungen hat der DzEV selbst zu treffen.

Aus Sicht der ZAW-Mitglieder wäre daher empfehlenswert, die DzEV aus § 18 Abs. 3 Nr. 1 Ref-E zu streichen und die Verpflichtung nur auf die eigens nachgefragten Einwilligungen zu begrenzen.

4) § 20 Ref-E

Faktisch eingeschränkt wird die entscheidende und in dem Ref-E festgelegte Freiwilligkeit allerdings durch § 20 Ref-E. Wenn die Einbindung von Einwilligungsverwaltungsdiensten für Telemedien im Sinne einer echten Wahl freiwillig sein soll, muss dies auch für die Auswahl, welche Dienste ein Telemedienangebot einbindet, gelten. § 20 Ref-E verbietet Telemedienanbietern eine solche Auswahl, wenn es keine objektive Rechtfertigung dafür gibt. Vielmehr müssten alle DzEV eingebunden werden, wenn nur ein einziger DzEV akzeptiert und implementiert wird. Eine „objektive Rechtfertigung“ für die Nichtauswahl bestimmter Dienste dürfte hier sehr schwerfallen, zumal der Ref-E hinsichtlich der Kriterien schweigt.

Ausweislich der Begründung des § 20 Ref-E, sollen mit dieser Norm „insbesondere marktmächtige Anbieter von Telemedien“ erfasst werden, was im Gesetzestext selbst nicht verankert ist.² Auch wenn das Ziel, dass marktmächtige Telemedienanbieter einzelne DzEV nicht gezielt bevorzugen oder behindern können, zu begrüßen ist, so sollte die Norm auf marktbeherrschende Akteure beschränkt und der Anwendungsbereich entsprechend in § 20 Ref-E aufgenommen werden. Sowohl auf dem Browsermarkt als auch in Bezug auf Apps existieren marktbeherrschende, teilweise regelrecht monopolistische Strukturen. Gerade für kleinere Telemedienanbieter handelt es sich allerdings um einen unverhältnismäßigen Aufwand, sämtliche am Markt vorhandene DzEV einzubinden. Dieser technische und wirtschaftliche Mehraufwand begründet bedauernswerterweise, sowohl laut Gesetzestext als auch Begründung zu § 20 Ref-E, keinen sachlichen Grund für die Bejahung der Unverhältnismäßigkeit.

Das derzeit normierte Neutralitätsgebot greift aus Sicht des ZAW zudem in die Unternehmensautonomie ein und wird weitestgehend verhindern, dass Telemedienanbieter sich für die Einbindung eines Dienstes zur Einwilligungsverwaltung entscheidet. Zu groß erscheint die Gefahr von Verfahren aufgrund einer Nichteinhaltung des § 20 Ref-E. Es ist absehbar, dass DzEV klagen, weil ein Telemedienanbieter eine wirtschaftliche Entscheidung für einen Konkurrenten getroffen hat, was wiederum ein unverhältnismäßiger Eingriff in die Unternehmensautonomie darstellt – insbesondere, wenn beim Telemedium keine überragende marktübergreifende Stellung festgestellt wird.

5) § 19 Abs. 1 Ref-E

Das in § 19 Abs. 1 S. 2 Ref-E normierte Abfragerecht wird grundsätzlich von den ZAW-Mitgliedern begrüßt. Die Norm sollte aber nicht so verstanden werden, dass die Erteilung der Einwilligung auf der Ebene des DzEV erfolgen muss. Dies würde den aner kennenswerten Interessen von Telemedienangeboten an einem eigenständigen Einwilligungsverfahren deutlich zuwiderlaufen und

² Ref-E Teil B. zu § 20, S. 32.

aller Wahrscheinlichkeit nach sogar als Gegenargument für die Zusammenarbeit eines Telemediums mit einem DzEV betrachtet werden.

Inhaltlich sieht § 19 Abs. 1 S. 2 Ref-E das Abfragerecht für den Fall einer nicht getroffenen Einstellung des Endnutzers vor. Ausweislich der Begründung bezieht sich dieses Recht zudem darauf, dass Änderungen der Geschäftsbeziehungen und Datenverarbeitungen des Telemedienangebots eine erneute Abfrage der Einwilligung benötigen. Dies ist zweifelsohne richtig und wichtig, da Einwilligungen auf spezifische Informationen in der konkreten Situation angewiesen sind, wenn sie als echter Ausdruck der informationellen Selbstbestimmung des Nutzers eingestuft werden sollen. Im Übrigen wäre jede andere Entscheidung auch nicht mit den Voraussetzungen der insoweit vorrangigen DSGVO vereinbar.

Unklar bleibt hier jedoch das Recht des Telemedienanbieters, nach einer verweigten Einwilligung erneut den Endnutzer hiernach fragen zu können. Auch wenn dieses Abfragerecht nicht von dem Wortlaut der Norm („keine Einwilligung“) ausgeschlossen wird, geht es nicht eindeutig hieraus oder aus der Begründung des Ref-E hervor. Aus Sicht der ZAW-Mitglieder ist es zentral, dieses Abfragerecht unmissverständlich im Verordnungstext festzuhalten. Dies dient der Rechtssicherheit, die auch dafür entscheidend ist, dass sich Telemedienanbieter für die Einbindung eines DzEV entscheiden. Dies entspricht auch der Rechtsgrundlage der geplanten Verordnung, § 26 Abs. 2 TTDSG. Der Erhalt eines eigenständigen Abfragerechts für Telemedienanbieter ist von der Verordnungsermächtigung vorgegeben.³

6) § 4 Abs. 2 Ref-E

Unmittelbar an die Thematik des Abfragerechts stellt sich die Frage der zeitlichen Perspektive. Hierzu legt § 4 Abs. 2 Ref-E fest, dass die DzEV den Endnutzer frühestens nach einem Jahr an seine Einstellungen zu den Einwilligungsanfragen erinnern darf. Ausweislich des Wortlauts und der Gesetzesbegründung⁴ gilt diese zeitliche Grenze allerdings nicht für die Anbieter von Telemedienangeboten. Es besteht jedoch die Gefahr, dass aus dieser Norm zukünftig ein Grundprinzip abgeleitet wird, nach dem die Anforderungen erst recht für Telemedienangebote gilt. Aus diesem Grund halten es die ZAW-Mitglieder für dringend angebracht, in den Gesetzestext einzufügen, dass Änderungen der Vendorenliste bzw. Produktveränderungen immer auch ein Grund sein müssen, vor Ablauf des Jahres erneut eine Einwilligung einholen zu dürfen. Das Ziel des § 4 Ref-E, ein nutzerfreundliches Verfahren zu schaffen, wird hierdurch nicht konterkariert. Vielmehr wird es den Telemedienanbietern nur so

³ Siehe auch Vergleich zwischen § 26 Abs. 2 Nr. 3 lit. b. TTDSG („berücksichtigen“) und der Regel für Software, § 26 Abs. 2 Nr. 3 lit. a sublit. aa) TTDSG („befolgt“).

⁴ Ref-E Teil B. zu § 4, S. 22.

möglich sein, sich weiterhin an die Vorgaben der DSGVO zu halten, diese zu erfüllen und damit rechtskonform auf dem Markt zu agieren. Die DSGVO selbst legt ebenfalls keine zeitliche Grenze fest, nach deren Ablauf erst erneut die Einwilligung abgefragt werden darf.

7) § 1 Abs. 2

§ 1 Abs. 2 Ref-E legt fest, dass Telemedienanbieter für die Erfüllung der Informationspflichten und für die Beachtung der Anforderungen der Wirksamkeit der Einwilligung nach der DSGVO verantwortlich bleiben. Ungeklärt ist, wie dies hinsichtlich der Einwilligungsdienste für die Telemedienanbieter praktisch umsetzbar ist. Die DzEV treten nicht als weisungsgebundene Dienstleister/Erfüllungsgehilfe für die Telemedienanbieter auf. Vielmehr sind sie selbstständige Partner auf dem Markt und müssen sich folglich nicht den Vorgaben der Telemedienanbieter unterwerfen. Dementsprechend kann § 1 Abs. 2 Ref-E nur so gelesen werden, dass sich die Verantwortlichkeit der Telemedienanbieter nur auf ihre eigene Einwilligungsverwaltung bezieht, wobei auch hier eine Verankerung in der Norm zur Rechtssicherheit beitragen würde.

Wir fordern daher die Europäische Kommission auf, die Bestimmungen des Ref-E zu prüfen.

23. Mai 2024

Solvejg Gunkel
Referentin für Recht, Regulierung und Politik
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
gunkel@zaw.de
+49 30 59 00 99 -700

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) ist die Dachorganisation von 41 Verbänden der am Werbegeschäft beteiligten Kreise. Er vertritt die Interessen der werbenden Unternehmen, des Handels, der Medien, der Werbeagenturen sowie der Werbeberufe und der Marktforschung. Er ist die gesamthafte Vertretung der Werbewirtschaft in Deutschland. Zur Dachorganisation gehören auch die zentralen Werbeselbstkontrolleinrichtungen in Deutschland: der Deutsche Werberat und der Deutsche Datenschutzrat Online-Werbung.

Der ZAW repräsentiert Investitionen in kommerzielle Kommunikation von rund 48 Mrd. Euro. Davon fließen 36 Mrd. Euro in die Werbung, inklusive 25 Mrd. Euro Netto-Werbeinnahmen der Medien. Dazu kommen rund 12 Mrd. Euro weitere Formen kommerzieller Kommunikation wie Suchwortvermarktung, Sponsoring, Werbeartikel oder Direktwerbung. In Deutschland sind rund 900.000 Beschäftigte in den Arbeitsbereichen der Marktkommunikation tätig.

Werbung fördert Wirtschaftswachstum und Wohlstand, sie realisiert Innovationen und ist positiv mit der Qualität von Produkten verknüpft. Diese Zusammenhänge wurden 2016 erstmals in der umfassenden Studie von DIW Econ „Die ökonomische Bedeutung der Werbung“ empirisch-wissenschaftlich nachgewiesen. Auftraggeber waren ZAW und GWA.

Der ZAW setzt sich für die Freiheit der kommerziellen Kommunikation als einer unabdingbaren Voraussetzung für den im Interesse der Unternehmen und der Verbraucher liegenden unverfälschten und fairen Wettbewerb ein. Werbung und kommerzielle Kommunikation sind zugleich unverzichtbare Grundlage für die Finanzierung vielfältiger, unabhängiger Medien und somit ein wesentlicher Faktor für ein freiheitliches, demokratisches und verantwortungsbewusstes Gemeinwesen – in Deutschland wie auch in Europa.