



vertraulich

Landeshauptstadt Dresden
Der Oberbürgermeister

Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
im Stadtrat der Landeshauptstadt Dresden
Mitglied des Stadtrates
Torsten Schulze

GZ: (OB) 6 65.1/65.7

Datum: 06. MRZ. 2023

Einhaltung der Konzeption der Landeshauptstadt Dresden für kommerzielle Werbeträger im öffentlich nutzbaren Raum
AF2904/23

Sehr geehrter Herr Schulze,

zu Ihrer Anfrage erlaube ich mir zunächst den Hinweis, dass meiner Ansicht nach kein Anspruch auf Beantwortung besteht, weil sie entgegen § 19 Abs. 1 Geschäftsordnung Stadtrat nicht „knapp gehalten“ ist und weil sich das Fragerecht im Sinne von § 28 Abs. 6 SächsGemO nur auf der Verwaltung vorliegende Tatsacheninformationen zu einzelnen Angelegenheiten der Gemeinde erstreckt.

Die Anfrage zielt nicht auf Tatsacheninformationen, sondern auf subjektive Bewertungen sowie die interne Willensbildung ab.

Soweit ich ein eigenes Interesse an der Beantwortung der Anfrage habe, beantworte ich diese - jedoch ohne Anerkennung einer Rechtspflicht und ohne Bindungswillen für künftige vergleichbare Konstellationen - wie folgt:

„In der Vorlage V0458/20 „Neuausschreibung der Außenwerberechte der Landeshauptstadt Dresden“ steht unter „Gestaltungsgrundsätze“: „Maßgeblich für eine klare Verhandlungsbasis der Stadt sowie für die Wichtung der Zuschlagskriterien und deren Bewertung sind prägnante Zielsetzungen. Diese Zielsetzungen wurden mit der „Konzeption der Landeshauptstadt Dresden für kommerzielle Werbeträger im öffentlich nutzbaren Raum“ (Anlage 1 dieser Vorlage) erarbeitet. Diese Konzeption wird Bestandteil der Unterlagen der Ausschreibung und der darauffolgenden Vergabe und benennt die für die Ausschreibung von Werbekonzessionen wichtigen Festlegungen in Bezug auf Werbeträgerarten, das Design der Werbeträger und Fahrgastunterstände.“

In dieser Konzeption heißt es unter Punkt 3.3.2 Inhalte für kommerzielle Werbung und Ausschluss von Werbeinhalten: „Diskriminierende, sexistische, jugendgefährdende, volksverhetzende, rassistische und gewaltverherrlichende Werbung ist verboten.“

In den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen heißt es dazu:

„In der kommerziellen Werbung dürfen deshalb vor allem keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden,

[...]

4. die den Eindruck erwecken, Personen seinen käuflich zu erwerben, oder Personen mit Objekten gleichsetzen;

[...]“

(<https://www.werberat.de/werbekodex/herabwuerdigung-diskriminierung> abgerufen am 08.02.2023)

Aktuell wirbt die Firma Motatos auf Außenwerbefläche der Firma Ströer (siehe Anlage: Foto vom 06.02.23 Litfasssäule Zellescher Weg/Ecke Paradiesstraße) mit dem Slogan „Unsere Müslis sind wie seine Neue: Ganz schön billig.“

Dazu bitte ich Sie um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Ist aus Ihrer Sicht bei dem zitierten Slogan der Firma Motatos nach der Definition des Deutschen Werberats der Sachverhalt der „Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen“ und/oder er Sachverhalt sexistischer Werbung, wie in der „Konzeption der Landeshauptstadt Dresden für kommerzielle Werbeträger im öffentlich nutzbaren Raum“ aufgelistet, erfüllt?“

Vorab: Die Kampagne der Firma MOTATOS Lebensmittelretter ist zwischenzeitlich ausgelaufen, die Plakate sind abgehängt.

Die von Ihnen angesprochene Werbebotschaft bestand aus gedrucktem Text, wenn auch in Großbuchstaben. Eine bildliche Abbildung einer Person war nicht gegeben. Die Bezugnahme auf „seine Neue“ muss somit nicht unmittelbar auf eine Person bezogen werden. Es könnte auch das neue Motortrad – die Maschine – gemeint sein.

Die Grenzen guten Geschmacks mögen hier zwar unterschritten sein; es handelt sich hier sicherlich um einen Grenzfall. Einen belastbaren herabwürdigenden oder sexistischen Bezug kann ich – zumindest vorläufig – nicht erkennen.

2. „Wenn ja, welche Schritte werden Sie gegen diese Form der Werbung auf Großflächen im Öffentlichen Raum in Dresden unternehmen?“

Die Freiheit der Entfaltung der Persönlichkeit und auch die Gewerbefreiheit sind Schutzgüter unserer Rechtsordnung. Der konkrete Fall wurde durch den Konzessionär intern einer Prüfung nach entsprechenden Richtlinien unterzogen, die im Ergebnis zur Veröffentlichung führte.

Zur Art der Werbung wurde mit dem Konzessionär die Vorgehensweise bei solchen Vorkommnissen abgestimmt. Nachdem hier bisher kein belastbarer Verstoß festgestellt wurde und die Kampagne beendet ist, sind zunächst keine weiteren Schritte einzuleiten.

Die Verwaltung hat dies jedoch zum Anlass genommen, sowohl intern, als auch gegenüber den Konzessionären ein Klärungsverfahren für zukünftige gleichgelagerte Fälle zu erarbeiten.

3. „Wenn nein, mit welcher Begründung sehen Sie diese Sachverhalte nicht gegeben?“

Siehe oben.

Mit freundlichen Grüßen



Dirk Hilbert