

München braucht eine Werbewatchgroup

München braucht eine Werbewatchgroup

Antrag Nr. 20-26 / A 00718 von der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste und SPD / Volt – Fraktion vom 20.11.2020

Werbemelder*in – eine Appfunktion zum schnellen und unbürokratischen Melden von sexistischer und rassistischer Werbung

Antrag Nr. 20-26 / A 01539 von der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste vom 11.06.2021

Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 05938

3 Anlagen

Beschluss des Verwaltungs- und Personalausschusses vom 06.04.2022 (VB)

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag des Referenten

1. Anlass

Die Fraktion Die Grünen - Rosa Liste und die SPD / Volt – Fraktion haben am 20.11.2020 folgenden Antrag gestellt:

„Die LHM richtet eine Werbewatchgroup ähnlich dem Modell in Wien ein. Sie besteht aus ausgewiesenen Expert*innen im Bereich Gender/Sexismus innerhalb der Stadtverwaltung sowie aus unabhängigen Expert*innen. Die Auswahl und Besetzung der Werbewatchgroup wird im Stadtrat beschlossen.

Die Werbewatchgroup hat folgende Aufgaben:

- die Werbelandschaft beobachten und anhand definierter Kriterien bewerten
- Werbungen anhand definierter Kriterien beurteilen, die Entscheidung darüber treffen, ob sie sexistisch sind oder nicht, und anschließend in einen Abstimmungsprozess mit den Unternehmen hierzu treten
- die getroffenen Entscheidungen veröffentlichen
- Empfehlungen für Präventionsarbeit entwickeln und erarbeiten
- in Kontakt mit den Unternehmen treten, um Aufklärungsarbeit zum Thema Sexismus zu leisten, diese für sexistische Inhalte zu sensibilisieren und sinnvolle Alternativen zu erarbeiten.

Hierfür wird 1 VZÄ im RAW eingerichtet, um das Konzept zu erstellen, die Auswahl der Expert*innen vorzubereiten sowie die Installation der Werbewatchgroup zu begleiten und zu unterstützen. Zusätzlich werden 50.000 Euro für entstehende Kosten,

wie z.B. Aufwandsentschädigungen im Haushalt eingestellt. Eine Evaluierung wird durchgeführt und dem Stadtrat wird einmal jährlich berichtet.“

Der Antrag einschließlich Begründung liegt als Anlage 1 bei.

2. Beschlusslage

Der Stadtrat hat sich zuletzt am 27.09.2018 (VPA) und 04.10.2018 (VV) aufgrund zweier Stadtratsanträge der Fraktion Die Grünen / Rosa Liste mit der Einrichtung einer Werbewatchgroup befasst (Sitzungsvorlage Nr.: 14-20 / V 10529, Anlage 3). In dieser Vorlage wurde die Funktionsweise der Wiener Werbewatchgroup dargestellt, die Situation in München sowie Erfahrungen anderer Kommunen.

Des Weiteren wurde dargelegt, dass eine derartige Einrichtung mit entsprechenden Kompetenzen in Deutschland aus rechtlichen Gründen nicht möglich ist. Zum einen fehlt teilweise der örtliche Bezug, zum anderen gibt es für die Veröffentlichung der bemängelten Werbung keine Rechtsgrundlage (Vgl Ziffer 4. der Vorlage).

Seinerzeit wurde die Einrichtung einer Werbewatchgroup abgelehnt. Darüber hinaus wurde das RAW beauftragt, sowohl hinsichtlich der eigenen städtischen Werbeflächen als auch hinsichtlich der Flächen der MVG Vertragsklauseln aufzunehmen bzw. bei der MVG zu veranlassen, die es ermöglichen, sexistische Werbungen zurückzuweisen.

3. Die Wiener Werbewatchgroup (WWG)

Werbewatchgroups, wie es sie in Wien sowie in anderen österreichischen Großstädten gibt, haben die Aufgabe, sexistische Werbung nach festgelegten Kriterien zu identifizieren und zu bewerten und ggf. darauf hinzuwirken, dass diese aus der Öffentlichkeit entfernt wird. Die Fälle sexistischer Werbung werden öffentlich gemacht. (Links: <http://www.watchgroup-sexismus.at> und <http://www.werbewatchgroup-wien.at/>)

Die Werbewatchgroup Wien besteht aus ausgewiesenen Expertinnen und Experten im Bereich Gender/Sexismus innerhalb der Stadtverwaltung sowie unabhängigen, externen Expertinnen und Experten.

Sie trifft sich regelmäßig, um Beschwerden und Entscheidungen zu besprechen sowie weitere Schritte betreffend Qualitätssicherung und Präventionsarbeit zu planen.

Eingegangene Beschwerden werden von den Expertinnen und Experten der Werbewatchgroup Wien anhand des Kriterienkatalogs bewertet. Bei einer Einstufung als sexistisch wird das Unternehmen postalisch davon unterrichtet und Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Gleichzeitig wird die Entscheidung mit Begründung online gestellt.

Die österreichischen Werbewatchgroups leiten die rechtliche Grundlage ihrer Arbeit aus verschiedenen nationalen, europäischen und internationalen Gesetzen, Richtlinien und Verträgen ab. Genannt werden u.a.

- das österreichische Bundes-Gleichbehandlungsgesetz (B-GIBG)
- das Übereinkommen der Vereinten Nationen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau, CEDAW (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women)
- EU Verträge von Amsterdam (1999) und Lissabon (2009)
- Roadmaps für die Gleichstellung von Frauen und Männern (Europäische Kommission)
- Charta der Grundrechte der Europäischen Union
- verschiedene Entschlüsse des EU-Parlaments, z.B. zu den Auswirkungen von Marketing und Werbung auf die Gleichstellung von Frauen und Männern (A6-0199/2008) und über den Abbau von Geschlechterstereotypen in der EU (A7-0401/2012)

4. **Münchener Weg zur Bekämpfung sexistischer Werbung**

Im Beschluss von 2018 wurden die geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen dargestellt, die dazu führen, dass eine direkte Übernahme des Wiener Modells in München nicht möglich ist (ausführliche Darstellung siehe dort). An erster Stelle ist hier die für Kommunen in Deutschland fehlende Rechtsgrundlage für das Veröffentlichen als sexistisch eingestufte Werbung durch die Stadt zu nennen.

Der aktuelle Antrag strebt keine Übernahme des Wiener Vorgehens an, sondern einen eigenen, rechtskonformen Münchener Weg ähnlich dem Wiener Vorgehen, mit dem die Stadt aktiv gegen sexistische und anderweitig diskriminierende Werbung im öffentlichen Raum vorgehen kann.

Es wird vorgeschlagen, das Direktorium zu beauftragen, in Zusammenarbeit mit der Gleichstellungsstelle für Frauen und ggf. anderen Referaten ein Konzept zur Einrichtung einer Fachstelle zu sexistischer Werbung zu erarbeiten und dem Stadtrat zur Entscheidung vorzulegen. In diesem Konzept sollen Instrumente und Ansatzpunkte des Münchener Wegs beschrieben werden. Insbesondere sollen die folgenden Themen bearbeitet werden:

- Fortentwicklung von Kriterien für die Praxisanwendung zur Beurteilung von Werbung hinsichtlich des Aspekts Sexismus
- Praxisempfehlungen zur Vermeidung sexistischer Klischees
- Entwicklung von Empfehlungen zur Präventionsarbeit
- fachlicher Austausch mit Unternehmen und Werbetreibenden
- Beratung von Unternehmen, Hochschulen und Ausbildungsstätten, die sich kreativ und wirtschaftlich mit Werbung befassen
- Öffentlichkeitsarbeit zur Vermeidung sexistischer Werbung bzw. zur Entwicklung nichtdiskriminierender Werbung,

- Erarbeitung von Entscheidungsstrukturen und Befugnissen im rechtlichen Rahmen,
- Motivation zur Meldung sexistischer Werbung,
- Entwicklung eines Prozesses zum Umgang mit digital gemeldeter sexistischer Werbung.

5. **Stellungnahme des RAW**

Das RAW nimmt zum Umsetzungsstand der Stadtratsaufträge sowie zum aktuellen Antrag wie folgt Stellung:

Umsetzung des Beschlusses der Vollversammlung vom 04. Oktober 2018

Mit Beschluss der Vollversammlung vom 04.10.2018 (Vorlage Nr. 14-20 / V 10529) wurde das Referat für Arbeit und Wirtschaft beauftragt, mit den beiden Vertragspartnern der städtischen Werbenutzungsverträge über eine Ergänzung der Verträge um eine Klausel zur Verhinderung von sexistischer Werbung zu verhandeln.

- **Werbenutzungsvertrag DSM**

Mit der DSM konnte eine entsprechende Klausel vereinbart werden, die im Mai 2020 als ergänzende Vereinbarung in den bestehenden Werbenutzungsvertrag eingefügt wurde.

- **Werbenutzungsvertrag Schwarz Außenwerbung GmbH**

Eine nachträgliche Vertragsergänzung war nicht möglich. Bei künftigen Vergaben der Standorte wird das Referat für Arbeit und Wirtschaft eine entsprechende Klausel aufnehmen.

- **Werbenutzungsvertrag der MVG mit DSM-Decaux**

Die MVG hat im Februar 2021 eine entsprechende Klausel in ihren Werbenutzungsvertrag aufgenommen.

Aktueller Stand bei Beschwerden beim RAW

Die Zahl der jährlich beim RAW eingehenden Beschwerden über sexistische Werbung bleibt auf einem niedrigen, einstelligen Niveau. In dem Zeitraum von ca. zwei Jahren seit dem Beschluss der Vollversammlung vom 04.10.2018 war das RAW mit insgesamt 4 Beschwerden befasst.

Rechtliche Hindernisse

Wie bereits im Beschluss der Vollversammlung vom 04.10.2018 dargestellt, ist die Einrichtung einer Werbewatchgroup nach dem Wiener Modell nicht mit der derzeitigen deutschen Rechtslage vereinbar.

Fazit

Bei der Umsetzung der Vertragsergänzungen um eine Klausel zur Verhinderung sexistischer Werbung konnten in den vergangenen zwei Jahren gute Fortschritte erzielt werden. Zusätzlich werden alle neu vergebenen städtischen Werbenutzungsverträge eine entsprechende Klausel enthalten. Es ist daher davon auszugehen, dass sexistische Werbung auf städtischen Flächen und den Flächen der MVG künftig effektiv verhindert werden kann.

Vor diesem Hintergrund und der bestehenden Rechtslage sowie der weiterhin niedrigen Zahl an Beschwerden wird die Einrichtung einer Werbewatchgroup seitens des RAW als nicht erforderlich angesehen.

6. Antrag „Werbemelder*in – eine Appfunktion zum schnellen und unbürokratischen Melden von sexistischer und rassistischer Werbung“

Die Fraktion Die Grünen - Rosa Liste hat am 11.06.2021 den folgenden Antrag gestellt: (Antrag Nr. 20-26 / A 01539):

„Als Ergänzung der noch einzurichtenden Werbe-Watch-Group für München wird das IT-Referat aufgefordert, eine Werbe-Melde-Appfunktion zu entwickeln, mit der Münchens Bürger*innen schnell, unkompliziert und unbürokratisch frauenfeindliche, sexistische oder rassistische Werbungen an die Landeshauptstadt München melden können. Dies soll ohne zusätzliche Kosten im Rahmen der Entwicklung der schon beschlossenen München-App erfolgen.“

Der Antrag einschließlich Begründung liegt als Anlage 2 bei.

Mit der Einrichtung der unter 4. beschriebenen Fachstelle wird innerhalb der Verwaltung eine Ansprechstelle für sexistische Werbung geschaffen. Hinsichtlich rassistischer oder antisemitischer Werbung bzw. Darstellungen im öffentlichen Raum ist die Fachstelle für Demokratie die etablierte zuständige Stelle. Sollten Meldungen eingehen, die in diese Kategorien fallen, würden sie intern an die Fachstelle weitergeleitet. In der Meldefunktion selbst sollen die Kategorien nach Einschätzung der Fachstelle für Demokratie nicht erscheinen.

Für die Umsetzung der im Antrag genannten technischen Meldefunktion sieht das IT-Referat grundsätzlich die folgenden Optionen:

1. Es wird eine entsprechende Landingpage in muenchen.de und der jeweils aktuellen München App mit einer entsprechenden Referenz bereitgestellt. Diese verweist zu bereits bestehenden App-Lösungen einschlägiger Organisationen wie z.B. PinkStinks.
2. Es besteht auch die Option auf einer solchen Landingpage einen Mailkontakt anzubieten, welches die Mailinformationen der zuständigen Stelle, die bei der Lhm eingerichtet werden soll, zuleitet. In beiden Fällen würden keine zusätzlichen IT-Entwicklungskosten (Ziffer 1 und 2) entstehen. Allerdings werden hier

(Ziffer 2) Aufwände bei der Bearbeitung der eingehenden Meldungen bei der Stadt anfallen. Beide Modelle (Ziffer 1 und 2) sind die, die auch von praktisch allen deutschen Städten und Kreisen, die eine ähnliche Initiative aufgegriffen haben, gewählt wurden.

3. Die Herstellung eines zusätzlichen online Meldeformulars (strukturierte Datenerfassung) wäre die zweitwirtschaftlichste Lösung aus IT-Sicht. Allerdings werden hier auch Aufwände bei der Bearbeitung der eingehenden Meldungen bei der Stadt anfallen.
4. Bezüglich einer „kostenlosen“ Entwicklung einer App im Rahmen der München Ticket App haben die SWM wie folgt Stellung genommen: „Die städtische München App sieht auf Grundlage des zugehörigen Stadtratsbeschlusses eine Entwicklung dieses Services (Werbemelder App) kurz- und mittelfristig nicht vor. Eine Entwicklung ist im geplanten Budget nicht enthalten. Langfristig könnten derartige Konzepte bei einer weiteren entgeltlichen Beauftragung integriert werden. Eine einfache Referenz auf einen möglichen anderen städtischen oder anderweitigen Service zum Melden von Werbung durch Bürger*innen an könnte ebenfalls langfristig erfolgen.“
5. Von einer monolithischen App-Eigenentwicklung der Stadt wird abgeraten, da diese Lösung mit erheblichen Entwicklungs- und Lifecycle-Kosten verbunden ist. Diese Lösungsvariante ist gegenüber den vorgenannten wirtschaftlich deutlich aufwändiger.

Es wird vorgeschlagen, im Rahmen des ohnehin geplanten Internetauftritts der Fachstelle zu sexistischer Werbung die unter 2. genannte Option zu realisieren, indem neben den Informationen zum Thema und ggf. Verweisen auf andere Akteure die Möglichkeit geschaffen wird, Werbung per Mailkontakt oder Kontaktformular zu melden.

Die Beschlussvorlage wurde mit der Gleichstellungsstelle für Frauen abgestimmt.

Anhörung des Bezirksausschusses

In dieser Beratungsangelegenheit ist die Anhörung des Bezirksausschusses nicht vorgesehen (vgl. Anlage 1 der BA-Satzung).

Der Verwaltungsbeirätin des Direktoriums, Frau Stadträtin Marion Lüttig, ist ein Abdruck der Sitzungsvorlage zugeleitet worden.

II. Antrag des Referenten

1. Der aufgezeigte "Münchner Weg" zur Bekämpfung sexistischer Werbung wird umgesetzt. Das Direktorium wird beauftragt gemeinsam mit der Gleichstellungsstelle für Frauen einen Vorschlag zur Einrichtung einer Fachstelle Sexistische Werbung zu erarbeiten und dem Stadtrat zur Entscheidung vorzulegen. Eine Meldefunktion für sexistische Werbung über einen Mailkontakt soll mit der Fachstelle eingerichtet werden.
2. Die Stadtratsanträge Nr. 20-26 / A 00718 und 20-26 / A 01539 bleiben aufgegriffen.
3. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag.

Die endgültige Beschlussfassung über den Beratungsgegenstand obliegt der Vollversammlung des Stadtrates.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der / Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/-in
ea. Stadtrat / ea. Stadträtin

Dieter Reiter
Oberbürgermeister

IV. Abdruck von I., II. und III.

über die Stadtratsprotokolle

An das Direktorium - Dokumentationsstelle

An die Stadtkämmerei

An das Revisionsamt

z. K.

V. WV. Direktorium - ZV

1. Die Übereinstimmung vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.

2. An das IT-Referat

An das Referat für Arbeit und Wirtschaft

An die Gleichstellungsstelle

An die Fachstelle für Demokratie

An die Rechtsabteilung des Direktoriums

z. K.