



Andreas Mickisch
Berufsmäßiger Stadtrat

Frau StRin Alexandra Gaßmann

CSU mit FREIE WÄHLER
Rathaus

02.07.2024

Inklusivität und Vielfalt in städtischen Kampagnen -Reaktion auf Beschwerde des Behindertenbeauftragten

Schriftliche Anfrage gemäß § 68 GeschO
Anfrage Nr. 20-26 / F 00949 von Frau StRin Alexandra Gaßmann
vom 12.06.2024, eingegangen am 12.06.2024

Sehr geehrte Frau Stadträtin Gaßmann,

auf Ihre Anfrage vom 12.06.2024 nehme ich Bezug. Sie haben folgenden Sachverhalt vorausgeschickt:

Die neue Plakat- und Social-Media-Kampagne des Personal- und Organisationsreferates der Landeshauptstadt München läuft unter dem Hashtag „#nurgemeinsam“. Neun verschiedene Plakatsmotive mit städtischen Mitarbeitenden sollen aufzeigen, wie offen und inklusiv die Landeshauptstadt München als Arbeitgeberin ist. Die zentrale Botschaft lautet: „Weil Vielfalt Münchens Zukunft ist“.

Der Behindertenbeauftragte der Landeshauptstadt München hat in einem Schreiben an den Oberbürgermeister darauf hingewiesen, dass Menschen mit Behinderungen in dieser Kampagne nicht repräsentiert sind und zu Recht kritisiert, dass keine Person mit einer erkennbaren Beeinträchtigung abgebildet wurde. Zudem spiegeln alle abgebildeten Menschen auch nach äußerlichen Kriterien nicht die Vielfalt der Münchner Bevölkerung und der Tätigkeiten bei der LHM wider.



Zur Einordnung der Kampagne #nurgemeinsam möchte ich vorab Folgendes bemerken:

Die Kampagne #nurgemeinsam ist Teil der Brandmauer für Demokratie im Sinne der Erklärung „München für Demokratie und gegen Rechtsextremismus“ der Stadt München und zahlreicher Gruppierungen aus Religion, Bildung, Politik und Kultur. Als sichtbares Zeichen trägt die Kampagne daher auch das Logo „Sei ein Mensch! #gegenRechtsextremismus“.

Grundgedanke und Anlass des Dialoges und der Kampagne war es, den Impuls der großen Demonstration „Gemeinsam gegen Rechts“ vom 21. Januar 2024 weiterzuführen und so die Offenheit und die Vielfalt der Stadt München sichtbar zu machen. In München sind alle Menschen willkommen. Egal wer sie sind, woher sie kommen, wie sie aussehen, woran sie glauben oder wen sie lieben. Dafür stehen wir als Stadtgesellschaft. Und dafür steht die Stadt als Arbeitgeberin. Der Schwerpunkt der Kampagne lag auf Beschäftigten mit Einwanderungsgeschichte. Die Protagonist*innen wurden durch einen Freiwilligenaufruf gesucht und ausgewählt. Wir haben bewusst darauf geachtet, Menschen aus verschiedenen Arbeitsbereichen, Entgeltgruppen und Altersgruppen zu integrieren, um die Breite unserer städtischen Mitarbeitenden widerzuspiegeln.

Ein weiteres wichtiges Anliegen war die Einbeziehung unserer Kolleg*innen mit Einwanderungsgeschichte. Sie hatten die Möglichkeit, ihre Fotopartner*innen selbst auszuwählen, damit eine authentische und persönliche Verbindung in den Darstellungen gewährleistet ist. Auf diese Weise sollte dazu beigetragen werden, dass innerhalb unseres städtischen Teams echte Geschichten und Beziehungen dargestellt werden.

Zu den im Einzelnen gestellten Fragen kann ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Frage Nr. 1:

Wie beabsichtigen Sie, auf die Beschwerde des Behindertenbeauftragten zu reagieren?

Antwort:

Auf das Schreiben des ehrenamtlichen Behindertenbeauftragten vom 11.06. habe ich am 13.06. per E-Mail geantwortet. Die Fraktionen haben die E-Mail in Kopie erhalten.

Frage Nr. 2:

Welche Maßnahmen plant die Stadt, um sicherzustellen, dass zukünftige städtische Kampagnen inklusiver gestaltet werden und auch Menschen mit Behinderungen angemessen repräsentiert sind?

Frage Nr. 3:

Welche Schritte werden unternommen, um die Vielfalt der Münchner Bevölkerung, einschließlich Menschen unterschiedlichen Alters, mit unterschiedlichem äußerem Erscheinungsbild und in verschiedenen Tätigkeitsbereichen, in städtischen Werbemaßnahmen besser widerzuspiegeln?

Antwort Frage Nr. 2 und 3:

Die genannten Kriterien spielen bei allen städtischen Werbemaßnahmen eine große Rolle. Die zuständigen Fachstellen werden regelmäßig mit eingebunden und beteiligen sich bei der Konzeption und Realisierung solcher Maßnahmen.

Beispielhaft möchte ich auf die städtische Arbeitgebermarke verweisen: www.muenchen-unser-kindl.de

Frage Nr. 4:

Gibt es konkrete Pläne, wie die aktuelle Kampagne „nur gemeinsam“ ergänzt oder überarbeitet werden könnte, um sicherzustellen, dass alle Bürgerinnen und Bürger sich gleichermaßen inkludiert fühlen?

Antwort:

Aus den oben genannten Gründen wird es keine Ergänzung oder Überarbeitung der Kampagne geben.

Ich gehe davon aus, dass die Angelegenheit damit erledigt ist.

Mit freundlichen Grüßen

Gez.

Andreas Mickisch
Berufsmäßiger Stadtrat