

Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:
II/23

Verantwortliche/r:
Liegenschaftsamt

Vorlagennummer:
232/045/2019

Verbot sexistischer Werbung auf Werbeträgern des Vertragspartners der Stadt Erlangen, Fa. Ströer/DSM: Fraktionsantrag Nr. 185/2018 der Stadtratsfraktionen SPD und Grüne Liste

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Umwelt-, Verkehrs- und Planungsbeirat	19.02.2019	Ö	Empfehlung	
Umwelt-, Verkehrs- und Planungsausschuss / Werkausschuss EB77	19.02.2019	Ö	Beschluss	

Beteiligte Dienststellen

Amt 13/Diversity und Antidiskriminierung / Gleichstellungsbeauftragte

I. Antrag

Der Sachbericht der Verwaltung dient zur Kenntnis.

Der Antrag Nr. 185/2018 der Stadtratsfraktionen SPD und Grüne Liste vom 25.10.2018 ist damit bearbeitet.

II. Begründung

Sachbericht:

Die Stadt Erlangen hat einen Werbenutzungsvertrag (Dienstleistungskonzession) mit der Fa. Ströer/DSM abgeschlossen.

Dieser berechtigt den Vertragspartner, Werbung auf städtischen Grundstücken und Gebäuden auf unterschiedlichen Werbeträgern, wie z.B. Litfaßsäulen, Plakatwerbetafeln, aber auch in Buswartehallen zu betreiben.

Im Vertrag ist geregelt, „dass die jeweilige Werbung sämtlichen gesetzlichen und behördlichen Vorschriften entspricht sowie nicht gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter oder die guten Sitten verstößt. Insbesondere darf die Werbung keine **geschlechter- oder fremdenfeindlichen Motive** zum Inhalt haben.“ Dieser Vertrag läuft noch bis Ende 2028.

Gemäß des Fraktionsantrages soll der Vertragspartner nach dem Vorbild der Stadt München verpflichtet werden, sexistische Werbung zu verbieten.

Laut Wikipedia wird „Sexismus“, wie folgt definiert:

Sexismus (abgeleitet von engl. sex ‚biologisches Geschlecht‘ und Nachsilbe -ismus) ist ein Oberbegriff für eine breite Palette von Einzelphänomenen unbewusster oder bewusster Diskriminierung auf der Basis des Geschlechts. Dazu zählt unter bestimmten Bedingungen auch sexuelle Belästigung. Grundlage von Sexismus sind sozial geteilte, implizite Geschlechtertheorien bzw. Geschlechtsvorurteile, die von einem ungleichen sozialen Status von Frauen und Männern ausgehen und sich in Geschlechterstereotypen, Affekten und Verhaltensweisen zeigen.

Diese Definition zeigt wie schwierig es im Einzelfall sein kann, sexistische Werbung objektiv zu identifizieren.

Nach Auffassung der Verwaltung und des Vertragspartners besteht aufgrund der bereits vertraglich fixierten Regelung „keine geschlechterfeindliche Werbung“ kein Handlungsbedarf, da diese Begrifflichkeit große Überschneidungen mit dem Begriff „sexistische Werbung“ aufweist.

Eine eindeutige Rechtsauslegung bzw. Definition, welche Inhalte / Darstellungen als geschlechter-

feindlich anzusehen sind, existiert nicht. Die Beurteilung, ob die Abbildung einer Person auf einem Werbemotiv nur eine gesellschaftlich weithin normierte Vorstellung von Schönheit wiedergibt oder die Person durch ihre Darstellung auf ihr äußeres Erscheinungsbild reduziert wird, ist Auslegungssache und entzieht sich objektiven Kriterien. Ebenso verhält es sich mit der Frage, ob mit der Darstellung eine bestimmte geschlechtsbezogene Rollenzuweisung verbunden ist.

Nach Aussage des Vertragspartners der Stadt Erlangen ist darüber hinaus bisher kein einziger Fall bekannt geworden, in dem ein Werbemotiv im Sinne der o.g. Grundsätze beanstandet und damit zurückgewiesen werden musste. Ebenso wenig ist der Verwaltung ein Fall bekannt, wonach ein Werbemotiv aus genannten Gründen nach erfolgtem Aushang beanstandet wurde und deshalb vom Vertragspartner entfernt werden musste.

Ergänzend ist in diesem Zusammenhang auch noch darauf hinzuweisen, dass eine einseitige Vertragsänderung durch die Stadt Erlangen nicht möglich wäre, da es sich um einen privatrechtlichen Vertrag handelt, bei dem vertragliche Änderungen von beiden Partnern mitgetragen werden müssen. Der Vertragspartner hat deutlich gemacht, dass er eine vertragliche Ergänzung aus den vorgenannten Gründen für entbehrlich ansieht.

Sollte es wider Erwarten dennoch zu einem Aushang eines Werbemotivs kommen, das gegen die vertraglichen Regelungen bzw. diese Grundsätze verstößt, sieht der bestehende Vertrag bereits vor, dass dieses Motiv auf Verlangen vom Vertragspartner unverzüglich, spätestens nach zwei Tagen, entfernt werden muss.

Für die Beurteilung, ob ein Werbemotiv in Zweifelsfällen gegen die (geschlechterfeindliche) Regelung verstößt, wird ggf. die Gleichstellungsstelle der Stadt Erlangen eingebunden und um Stellungnahme gebeten werden.

Anlagen: Fraktionsantrag Nr. 185/2018

III. Abstimmung
siehe Anlage

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang