

**Antrag 169/I/2019****KDV Tempelhof-Schöneberg****Der Landesparteitag möge beschließen:****Empfehlung der Antragskommission****Überweisen an: AH Fraktion, Senat (Konsens)****Landesweite Jury zur Bewertung von sexistischer und diskriminierender Werbung in Berlin einsetzen**

1 Die sozialdemokratischen Mitglieder des Berliner Abge-  
2 ordnetenhauses und des Senats werden aufgefordert sich  
3 für die Einrichtung einer landesweiten, unabhängigen  
4 und überparteilichen Jury zur Bewertung von sexisti-  
5 scher und diskriminierender Werbung einzusetzen. Die  
6 Jury soll zuständig sein für Werbeanlagen auf öffentli-  
7 chem Straßenland und eine Empfehlung zum Umgang  
8 bis hin zum Verbot von sexistischer und diskriminierender  
9 Werbung im öffentlichen Raum aussprechen. Empfohlen  
10 wird sich an den bereits existierenden Bewertungskriteri-  
11 en und Erfahrungen der Bezirke Mitte und Friedrichshain-  
12 Kreuzberg zu orientieren.

13

14

15

**16 Begründung**

17 Aus der Pressemitteilung von Frau Senatorin Günter vom  
18 09.01.2018 ist zu entnehmen, dass „[die] Sondernutzungs-  
19 rechte zur Aufstellung und zum Betrieb von freistehenden  
20 Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland im Land Ber-  
21 lin wurden neu geordnet und ab 2019 für 10 bzw. 15 Jahre  
22 neu erteilt. Den Werbeunternehmen werden einheitliche  
23 Vorgaben zu Betrieb und Ausgestaltung der Werbeanla-  
24 gen gemacht. Zum Beispiel dürfen auf den Werbeanlagen  
25 keine laufenden Bilder oder blinkende Sequenzen gezeigt  
26 werden, zudem müssen sie einheitlichen Designvorgaben  
27 des Landes Berlin entsprechen. Sexistische oder gewalt-  
28 verherrlichende Werbung ist verboten.“

29

30 Dieses Verbot ist erfreulich, jedoch gibt es unseres Wis-  
31 sens nach bisher keine Institution, die die Einhaltung  
32 überprüft und Verstöße ahndet, abgesehen vom Deut-  
33 schen Werberat. Dieser ist eine Selbstorganisation von  
34 werbenden Unternehmen, Werbemittelherstellern, Bun-  
35 desverbänden, Agenturen usw. Erfahrungen der Vergan-  
36 genheit zeigen, dass der Werberat nur in sehr wenigen,  
37 sehr extremen Fällen überhaupt handelt, und handwerk-  
38 lich gut gemachte aber doch diskriminierende Werbung  
39 eher nicht gerügt hat, wenn das „allgemeine Anstandsge-  
40 fühl“ nicht verletzt ist. Die Beschwerdeführer\*innen müs-  
41 sen dann hinnehmen, dass die Motive ästhetisch, ironisch  
42 oder lustig gemeint sind.

43

44 Der langwierige Weg über den Deutschen Werberat ist für  
45 Berlin und die Umsetzung der Vereinbarungen der Berli-  
46 ner Koalition nicht effektiv und weitgehend genug, daher  
47 fordern wir die Gründung einer Berliner Jury für unerläss-  
48 lich

49 **Für die gleichberechtigte Partizipation von Frauen am po-  
50 litischen und gesellschaftlichen Leben - Parität jetzt!**