06/1809-01-01
Beschlussvorlage der Politik
öffentlich

Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Leitfaden städtische Werbung

Einbringer	*Datum*
SPD-Fraktion, Fraktion DIE LINKE und PARTEI MENSCH UMWELT TIERSCHUTZ (interfraktionell angestrebt)	02.09.2019

Beratungsfolge		*Sitzungsdatum*	*Beratung*
Hauptausschuss	Beratung	02.09.2019	Ö
Bürgerschaft	Beschlussfassung	16.09.2019	Ö

Beschlussvorschlag

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, einen Leitfaden für die Inhalte von Werbung in Verantwortung der Stadt und der Gesellschaften, in denen die UHGW als Gesellschafterin vertreten ist, zu entwickeln. Ziel des Leitfadens ist eine von Diskriminierung und Herabwürdigung freie Werbung. *Mit einem kommunalen Leitfaden sollen die prinzipiellen Möglichkeiten und Standards zur Verhinderung diskriminierender und herabwürdigender Werbung mehr in das öffentliche Bewusstsein gerückt werden.*
Daher soll ein solcher Leitfaden u.a. fixieren, wie der Greifswalder Bevölkerung die grundsätzlichen Rahmenbedingungen besser publik gemacht werden können, welche gesetzlichen Rahmenbedingungen zu beachten sind, wie die Stadt und ihre kommunalen Gesellschaften sich selbst kontrollieren, an wen sich Bürger in der Stadt zwecks Klärung wenden können, wie Entscheidungen publik gemacht werden und wie Verstöße geahndet werden sollen.
Dies betrifft sowohl kommerzielle wie nichtkommerzielle Werbung.
Die Beschlusskontrolle soll in der ersten Sitzung der Bürgerschaft 2020 stattfinden.

Sachdarstellung

Vorlage für die Leitlinien könnten z. B. die Vorgaben durch den Deutschen Werberat sein:

Es sollen keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden,

1. die Personen beispielsweise wegen ihres Geschlechts, ihrer Abstammung, ihrer Rasse, ihrer Sprache, ihrer Herkunft, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters, einer Behinderung oder ihrer Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe diskriminieren;
2. die Personen allein deswegen abwerten, weil sie in Bezug auf ihr Aussehen, ihr Verhalten, ihre sexuelle Orientierung, ihre Eigenschaften oder Lebensweisen nicht den vorherrschenden Vorstellungen entsprechen;
3. die Gewalt oder die Verharmlosung von Gewalt gegenüber Personen enthalten bzw. Gewalt oder Dominanzgebaren als akzeptabel erscheinen lassen;
4. die den Eindruck erwecken, Personen seien käuflich zu erwerben, oder Personen mit Objekten gleichsetzen;
5. die Personen auf ihre Sexualität reduzieren oder ihre sexuelle Verfügbarkeit

nahelegen;
6. die mit übertrieben herausgestellter Nacktheit eine Herabwürdigung des Geschlechts vermitteln;
7. die einen pornografischen Charakter besitzen.

Nachzulesen sind die genaueren Vorschläge hier:
https://www.werberat.de/werbekodex/herabwuerdigung-diskriminierung

Die Ratschläge des Deutschen Werberates zur diskriminierungsfreien Werbung sind diesem Antrag als Anlage beigefügt.

Ein weiteres Beispiel: Die Stadt Leipzig ist eine der Städte, die schon einen solchen Werbekodex haben:

Verschiedene Ämter der Stadt Leipzig entwickelten gemeinsam mit dem Beirat für Gleichstellung von Frau und Mann einen Kriterienkatalog zu sexistischer Werbung in Leipzig

Nachzulesen auf den Seiten der Stadt Leipzig.

Finanzielle Auswirkungen

Haushalt	Haushaltsrechtliche Auswirkungen (Ja oder Nein)?	HHJahr
Ergebnishaushalt		
Finanzhaushalt		

	Teil-haushalt	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto	Bezeichnung	Betrag in €
1				

	HHJahr	Planansatz HHJahr in €	gebunden in €	Über-/ Unterdeckung nach Finanzierung in €
1				

	HHJahr	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto Deckungsvorschlag	Deckungsmittel in €
1			

Folgekosten (Ja oder Nein)?	Nein

	HHJahr	Produkt/Sachkonto / Untersachkonto	Planansatz in €	Jährliche Folgekosten für	Betrag in €
1					

Anlage/n

Keine