

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Jeannette Auricht (AfD)

vom 17. Oktober 2024 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 18. Oktober 2024)

zum Thema:

Berliner Jury – Eine „extra Sprachpolizei“ für Berlin? Nachfragen

und **Antwort** vom 29. Oktober 2024 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 29. Oktober 2024)

Frau Abgeordnete Jeannette Auricht (AfD)

über
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

Antwort
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/20658
vom 17.10.2024
über Berliner Jury – Eine „extra Sprachpolizei“ für Berlin? Nachfragen

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung der Abgeordneten: „Die Berliner Jury wurde als Fachgremium auf Basis eines Senatsbeschlusses eingerichtet und bewertet Werbemaßnahmen hinsichtlich ihrer Diskriminierung und Sexismus auf Grundlage eines Kriterienkatalogs, der sich am Grundgesetz, dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) und dem Berliner Landesantidiskriminierungsgesetz (LADG) orientiert. Die Einschätzungen der Jury sind jedoch nicht rechtsverbindlich und dienen lediglich als fachliche Meinung. Mit Bezug auf die schriftliche Anfrage¹ „Berliner Jury – Eine „extra Sprachpolizei“² für Berlin?“, Drucksache 19/19979, ergeben sich einige Nachfragen zur Arbeitsweise der Jury sowie den rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen, die nachfolgend stelle.“

1. Wie wirksam ist die Arbeit der Jury angesichts der Tatsache, dass die Einschätzungen/Empfehlungen der Jury nicht rechtsverbindlich sind, und wie wird die Wirksamkeit der aus öffentlichen Mitteln finanzierten Maßnahmen festgestellt?
2. Wie lässt sich die Effektivität der Arbeit der Jury bewerten, angesichts der Tatsache, dass deren Einschätzungen und Empfehlungen keine rechtlich bindende Wirkung haben? Auf welche Weise wird die Wirksamkeit der durch öffentliche Mittel finanzierten Maßnahmen ermittelt und sichergestellt?

Zu 1. und 2.: Gemäß des vom Senat beschlossenen Rahmenkonzepts soll die Arbeit der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung zu diesem Themenfeld sensibilisieren und eine Kultur der kritischen Auseinandersetzung mit Werbung fördern. Dafür

¹ Schriftliche Anfrage Drucksache 19/19979, Abghs. Berlin.

² Die Sprachpolizei der SPD-Senatorin“. BZ (24.07.2024).

ist eine rechtlich bindende Wirkung der fachlichen Bewertung der Jury nicht notwendig. Wie wirksam die Sensibilisierungsstrategien der Jury sind, lässt sich an den Rückmeldungen der angeschriebenen Unternehmen ablesen und kann den Tätigkeitsberichten entnommen werden (<https://www.berlin.de/sen/lads/beratung/diskriminierung/diskriminierende-werbung/>).

3. Gibt es Pläne, die Empfehlungen der Jury künftig verbindlicher zu gestalten?

Zu 3.: Nein.

4. Trotz der Darstellung der Jury als unabhängig, erfolgt ihre Betreuung durch die Senatsverwaltung, und die Mitglieder werden von der Senatorin ernannt. Wie lässt sich dies mit dem Anspruch auf Unabhängigkeit in Einklang bringen? In welchem Maße könnte die Nähe zur Senatsverwaltung die Entscheidungsfindung der Jury beeinflussen, und welche Maßnahmen können ergriffen werden, um eine solche Beeinflussung auszuschließen?

Zu 4.: Die Jury arbeitet auf Grundlage ihrer Geschäftsordnung mit Blick auf die fachliche Bewertung von eingereichten Werbemaßnahmen weisungsfrei. Die Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung gibt keinerlei Vorgaben.

5. Der Kriterienkatalog, auf dem die Bewertungen basieren, ist intern erarbeitet worden. Es werden keine juristischen Bewertungen vorgenommen. Was ist die haushaltsrechtliche Grundlage, die die Einrichtung und Förderung des Fachgremiums rechtfertigen? Wird der Kriterienkatalog regelmäßig überprüft oder weiterentwickelt, um aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen zu berücksichtigen?

6. Der Kriterienkatalog, der den Bewertungen zugrunde liegt, wurde intern erstellt und umfasst keine juristischen Bewertungen. Welche haushaltsrechtlichen Grundlagen rechtfertigen die Einrichtung und Förderung des Fachgremiums? Inwiefern wird der Kriterienkatalog regelmäßig überprüft und weiterentwickelt, um den aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung zu tragen?

Zu 5. und 6.: Das Fachgremium wurde im September 2020 mittels Senatsbeschluss eingerichtet. Die Einrichtung einer zuwendungsgeförderten Geschäftsstelle der Jury ist auf Grundlage des Zuwendungsrechts gemäß der Landeshaushaltsordnung (LHO) erfolgt. Eine Evaluation und ggf. Anpassung des Kriterienkatalogs durch das Fachgremium ist geplant.

7. Inwiefern ist die Bereitstellung von Mitteln für die Öffentlichkeitsarbeit und die Geschäftsstelle der Jury gerechtfertigt, angesichts der Tatsache, dass die Jury keine rechtlichen Durchsetzungsbefugnisse besitzt und ihre Tätigkeit keinen zwingenden Einfluss auf Unternehmen ausübt? Warum wird gerade diese Aufgabe als staatliche Aufgabe betrachtet, insbesondere im Hinblick auf das Sammeln, Sichten und Aufbereiten eingehender Beschwerden sowie die Verwaltung des Schriftverkehrs der Jury im Rahmen ihrer gesetzlichen Grundlagen?

Zu 7.: Die Arbeit der Jury ist Teil der Sensibilisierungsarbeit des Berliner Senats im Themenfeld Antidiskriminierung.

Das Thema diskriminierende Werbung ist für den Berliner Senat wichtig, weil Werbung omnipräsent ist und Werbebilder dazu beitragen können, gesellschaftliche Vorstellungen, Klischees und Stereotype zu formen oder zu reproduzieren und somit bestehende soziale

Ungleichheiten zu bestärken. Daher hat der Senat das Fachgremium im Jahr 2020 eingerichtet. Des Weiteren siehe Antwort zu 1 und 2.

8. Worin unterscheiden sich die Aufgaben und Befugnisse dieses Gremiums von bereits etablierten Institutionen wie beispielsweise dem Deutschen Werberat? Welche konkreten Erfolge wurden bisher durch die Arbeit der Jury erzielt, die eine öffentliche Finanzierung rechtfertigen? In welchem Rahmen und nach welchen Kriterien erfolgt eine systematische Erfolgskontrolle? Ist es plausibel anzunehmen, dass diese Ergebnisse nicht ebenso durch alternative Mechanismen erreicht werden könnten?

Zu 8.: Die Gremien unterscheiden sich in ihrer Expertise und Zusammensetzung: So besteht der Deutsche Werberat aus Vertreterinnen und Vertretern der Werbewirtschaft, wohingegen sich die Berliner Jury aus zivilgesellschaftlichen Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Handlungsfeldern der Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsarbeit sowie aus Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft, Bildung, Verwaltung und Wirtschaft zusammensetzt. Des Weiteren siehe Antwort zu Fragen 1, 2 und 16.

9. In welchem Umfang wurden die der Jury und den mit diesem Vorhaben verbundenen Maßnahmen zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel tatsächlich abgerufen? Bitte stellen Sie die Angaben detailliert nach Jahren sowie nach Haushaltskapiteln, Titeln, Maßnahmen und gegebenenfalls Maßnahmennummern in den jeweiligen Doppelhaushalten dar (vgl. Antwort auf Frage 18 der Drucksache 19/19979).

Zu 9.:

Jahr	DHH	Kapitel	Titel	Höhe Haushaltsmittel	Zweck
2021	2020/21	0601	54010	15.176,72 €	Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungsorganisation und Sitzungsgelder
2022	2022/23	0601	54053	280,00 €	Veranstaltungsorganisation und Sitzungsgelder
2023	2022/23	0601	54010	16.170,00 €	Beauftragung juristischer Expertise
	2022/23	0601	42701	336,00 €	Vorstellung der juristischen Expertise im Fachgremium
	2022/23	0601	54053	387,10 €	Veranstaltungsorganisation und Sitzungsgelder
	2022/23	0601	42701	2.490,00 €	temporäre Unterstützung der Geschäftsstelle
2024	2024/25	1130	42701	5.250,00 €	temporäre Unterstützung der Geschäftsstelle
	2024/25	1130	54053	40,00 €	Sitzungsgelder
	2024/25	1130	68406	16.958,86 €	Zuwendungsprojekt im Themenfeld diskriminierende Werbung, das die Geschäftsstelle der Jury betreut

10. Welche sachlichen und finanziellen Gründe liegen der geplanten Erhöhung der Mittel im Doppelhaushalt 2024/2025 zugrunde, und wie wird dieser Mittelaufwuchs gerechtfertigt?
11. Weshalb wurden im laufenden Haushaltsjahr 2024 bislang keine Mittel ausgezahlt, obwohl ein erhöhter Finanzbedarf im Doppelhaushalt vorgesehen ist?
12. Welche spezifischen Maßnahmen sind im Rahmen des Mittelaufwuchses vorgesehen, und wie gestaltet sich der Zeitplan für deren Implementierung im Jahr 2024 und 2025?
13. Liegt eine genaue Zeitplanung für die Verwendung der zugewiesenen Mittel vor, um sicherzustellen, dass diese im laufenden Haushaltsjahr effektiv und zielgerichtet verwendet werden?

Zu 10. bis 13.: Die Erhöhung der Mittel im Doppelhaushalt ist auf die Einrichtung eines Zuwendungsprojekts im Themenfeld diskriminierende Werbung, das die Geschäftsstelle der Jury betreut, zurückzuführen. Das Projekt hat seine Arbeit Mitte September 2024 aufgenommen. Vorschläge des Zuwendungsprojekts zu konkreten Maßnahmen sowie zum Zeitplan werden mit der Abteilung Antidiskriminierung und Vielfalt abgestimmt. Die Umsetzung obliegt dann dem zuwendungsgeförderten Projekt.

14. Wie gewährleistet der Senat, dass die bereitgestellten Haushaltsmittel im Einklang mit den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit eingesetzt werden?
15. Welche Methoden und Kennzahlen werden herangezogen, um den Erfolg der geplanten Maßnahmen zu evaluieren und die effiziente Verwendung der bereitgestellten Mittel zu gewährleisten?

Zu 14. und 15.: Bei der Förderung des Zuwendungsprojekts wird die Einhaltung der Grundsätze der Landeshaushaltsordnung (LHO) sowie der Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung (ANBest-P) sichergestellt. Die Erfolgskontrolle von Zuwendungsprojekten erfolgt gemäß LHO.

16. Angesichts der Tatsache, dass die Jury in den letzten Jahren nur eine begrenzte Anzahl von Fällen behandelt hat, von denen nur ein Teil als diskriminierend eingestuft wurde: Ist das Vorhaben/die Jury in ihrer aktuellen Form hinreichend effektiv, um signifikant zur Vermeidung diskriminierender Werbung beizutragen? Wie wird die Effektivität gemessen, und welche Kriterien werden herangezogen, um „Effektivität“ in diesem Kontext zu definieren?
17. In den Antworten auf die schriftliche Anfrage wird darauf hingewiesen, dass es weder ein Werbeverbot gibt noch Sanktionen ausgesprochen werden. Welche Auswirkungen hat diese Tatsache auf die Wirksamkeit der Maßnahmen zur Vermeidung diskriminierender Werbung?

Zu 16. und 17.: Siehe Antworten zu Frage 1 sowie zu Frage 15.

Berlin, den 29. Oktober 2024

In Vertretung

Max L a n d e r o

Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung,
Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung