

19. Wahlperiode

## **Schriftliche Anfrage**

**des Abgeordneten Frank-Christian Hansel (AfD)**

vom 27. November 2025 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 27. November 2025)

zum Thema:

**Ausgaben der Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) für politisch-ideologische Kampagnen und Maßnahmen („Haltungsprojekte“) seit 2023**

und **Antwort** vom 15. Dezember 2025 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 16. Dez. 2025)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe

Herr Abgeordneter Frank-Christian Hansel (AfD)  
über  
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

Antwort  
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/24474  
vom 27.11.2025  
über Ausgaben der Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) für politisch-ideologische  
Kampagnen und Maßnahmen („Haltungsprojekte“) seit 2023

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

Vorbemerkung der Verwaltung:

Die Schriftliche Anfrage betrifft zum Teil Sachverhalte, die der Senat nicht in eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Berliner Stadtreinigung (BSR) Anstalt öffentlichen Rechts um eine Stellungnahme gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurde.

Vorbemerkung des Abgeordneten:

Landeseigene Unternehmen des Landes Berlin werden unmittelbar oder mittelbar aus öffentlichen Mitteln finanziert. Sie erhalten regelmäßig Zuschüsse aus dem Landeshaushalt, profitieren von Bürgschaften oder refinanzieren sich über Gebühren und Entgelte, die von den Bürgern dieser Stadt zu entrichten sind. Damit unterliegen sie in besonderem Maße dem Gebot der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Transparenz.

In den vergangenen Jahren ist vermehrt zu beobachten, dass landeseigene Unternehmen öffentlichkeitswirksam Maßnahmen und Kampagnen umsetzen, die über ihren unmittelbaren gesetzlichen Auftrag hinausgehen und einen eindeutig politischen oder weltanschaulichen Charakter aufweisen – etwa in den Bereichen „Diversity“, „Gender“, „Antidiskriminierung“, Klimaaktivismus oder im Zusammenhang mit dem sogenannten „Pride Month“.

Unabhängig von der inhaltlichen Bewertung einzelner Anliegen stellt sich vor diesem Hintergrund die grundsätzliche und legitime Frage, in welchem Umfang hierfür öffentliche oder gebührenfinanzierte Mittel aufgewendet werden und ob diese Ausgaben noch im Einklang mit dem originären Versorgungs- und Daseinsvorsorgeauftrag der jeweiligen Unternehmen stehen.

Gerade angesichts steigender Defizite, wachsender Zuschussbedarfe und zunehmender Belastungen für den Steuer- und Gebührenzahler besteht ein besonderes öffentliches Interesse an vollständiger Transparenz über Art, Umfang und Zielsetzung derartiger Ausgaben. Dieses Interesse wiegt umso schwerer, als es sich bei den

betreffenden Unternehmen nicht um private Akteure, sondern um Einrichtungen in vollständigem oder mehrheitlichem Eigentum des Landes handelt.

## 1. Gesamtausgaben für „Haltungsprojekte“

1.1 Wie hoch ist die Gesamtsumme der Ausgaben der Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) für politisch oder weltanschaulich konnotierte Kampagnen und Projekte in den Jahren

- 2023
- 2024
- 2025 (bis heute)

jeweils in Euro (brutto)?

Zu 1.1.: Politisch oder weltanschaulich konnotierte Kampagnen und Projekte verfolgt die BSR nicht. Die BSR ist wie alle Beteiligungen des Landes Berlin der parteipolitischen und religiös-weltanschaulichen Neutralität verpflichtet.

1.2 Wie hoch ist die Gesamtsumme der Ausgaben der BSR speziell für Maßnahmen im Zusammenhang mit dem sogenannten „Pride Month“ in den Jahren

- 2023
- 2024
- 2025 (bis heute)

jeweils in Euro (brutto)?

Zu 1.2.: Die BSR übernimmt, regelmäßig die Reinigung von behördlich genehmigten Demonstrationen wie dem Christopher Street Day (CSD) oder anderer politischer Demonstrationen. Die BSR teilt mit, dass Reinigungskräfte hierbei auf eigenen Wunsch die BSR-Personal-T-Shirts mit dem Aufdruck #GemeinsamFürVielfalt für diesen Einsatz tragen können, die nicht speziell für den CSD-Tag, sondern ganzjährig im Sinne des Einsatzes der BSR für ein offenes, tolerantes und vielfältiges Arbeitsumfeld zur Verfügung stehen. Für die Beschaffung dieser Personal-T-Shirts betrugen die Kosten:

- 2023: rund 2.500 €
- 2024: rund 5.600 €
- 2025: 0 €.

Fahrzeuge der BSR wurden nicht explizit für eine Veranstaltung oder Maßnahme visuell umgestaltet, ebenso keine Anlagen.

1.3 Welchen prozentualen Anteil machten diese Ausgaben am jeweiligen Marketing-, Kommunikations- oder Öffentlichkeitsarbeitsetat der BSR im selben Zeitraum aus?

Zu 1.3.: Die BSR teilt mit, dass die Ausgaben für die Beschaffung der Personal-T-Shirts einem Anteil von 0,27 Prozent am Budget der Abteilung Kommunikation und Marketing in den genannten Jahren entsprechen.

## 2. Aufschlüsselung nach Maßnahmenarten (ohne Auftragnehmer)

2.1 Bitte schlüsseln Sie die unter 1.1 genannten Ausgaben in folgende Kategorien auf (jeweils nur als Gesamtsumme pro Kategorie):

- a) Visuelle Umgestaltungen von Gebäuden, Fahrzeugen oder Anlagen
- b) Sonderbeklebungen, Banner, Fahnen, Installationen
- c) Digitale Kampagnen / Social Media / Website-Inhalte
- d) Veranstaltungen / Teilnahme an Demonstrationen / Sponsorings
- e) Interne Diversity-, Gender-, Klima- oder Sensibilisierungsschulungen
- f) Sonstige weltanschaulich oder politisch motivierte Maßnahmen

Zu 2.1.: Eine Kostenaufschlüsselung ist nicht darstellbar, da politisch und weltanschaulich konnotierte Kampagnen und Projekte seitens der BSR nicht verfolgt werden.

2.2 Welche einzelne Maßnahme war seit 2023 die kostenintensivste dieser Art, und wie hoch war deren Gesamtsumme (ohne Nennung von Auftragnehmern)?

Zu 2.2.: Die BSR benennt als kostenintensivste Maßnahme unter Bezugnahme auf die Antwort zur Frage 1.2 das Drucken der T-Shirts im Jahr 2024 mit Gesamtkosten von rund 5.600 Euro.

3. Politische und weltanschauliche Zielsetzung

3.1 Welche konkreten politischen, gesellschaftspolitischen oder weltanschaulichen Ziele verfolgte die BSR mit diesen Maßnahmen (bitte getrennt nach Jahr und – soweit möglich – nach Maßnahmentyp)?

3.2 Auf welcher gesetzlichen, unternehmensinternen oder strategischen Grundlage sieht sich die BSR legitimiert, solche politischen Botschaften öffentlich zu vertreten?

3.3 In welchem direkten Zusammenhang stehen diese Maßnahmen mit dem eigentlichen gesetzlichen Auftrag der BSR, nämlich der Sicherstellung und dem gesetzlichen Auftrag der Abfallentsorgung/Stadtreinigung? Falls kein unmittelbarer Zusammenhang besteht: Wie wird die Finanzierung gegenüber Steuer- und Gebührenzahlern sachlich gerechtfertigt?

Zu 3.1., 3.2. und 3.3.: Die Fragen 3.1, 3.2 und 3.3 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die BSR verfolgt die in § 3 Berliner Betriebe-Gesetz und in ihrer Satzung festgelegten Aufgaben, der Abfallentsorgung, -vermeidung, -verwertung, der Straßenreinigung und des Winterdienstes sowie der Reinigung von öffentlichen Grün- und Erholungsanlagen und landeseigenen Waldflächen mit besonderer Bedeutung für die Stadtsauberkeit. Hierunter fallen auch alle „mit den Betriebszwecken zusammenhängenden Aufgaben“, die „unter Berücksichtigung sozial-, umwelt- und strukturpolitischer Grundsätze“ zu erfüllen sind. Diese Aufgabe der Daseinsvorsorge ist grundsätzlich gegenüber allen Menschen ohne Ansehen der Person diskriminierungsfrei zu erbringen.

Vor dem Hintergrund des gesetzlichen Auftrags und der einschlägigen Gesetzgebung (Neutralitätsgesetz, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, Landesantidiskriminierungsgesetz) ist es zulässig, dass ein öffentlich-rechtliches Unternehmen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen ergreift, die auch auf die Wahrung der Grundrechte und die Sicherstellung der Gleichbehandlung abzielen. Die Grundrechtsbindung der BSR bringt es mit sich, dass sie die freiheitliche demokratische Grundordnung und ihre Werte fördert und

einhält. Dies zu äußern, verletzt weder die parteipolitische noch die religiös-weltanschauliche Neutralitätspflicht.

#### 4. Entscheidungsstruktur

##### 4.1 Welche Organisationseinheit entscheidet über diese Maßnahmen (Geschäftsführung, Marketing, Diversity-Stelle o.Ä.)?

Zu 4.1.: Die BSR teilt mit, dass die Gesamtsteuerung der Kommunikation und des Marketings bei der Abteilung Marketing & Kommunikation im Stabsbereich Strategie und Unternehmensentwicklung liegt. Der Bereich Diversity ist in der Geschäftseinheit Personal und Gesundheit angesiedelt.

##### 4.2 Gab es hierzu eine Information, Abstimmung oder Befassung

- der zuständigen Senatsverwaltung
  - des Aufsichtsrates
  - des Beteiligungsmanagement des Landes?
- Wenn ja: in welcher allgemeinen Form?

Zu 4.2.: Der Aufsichtsrat, in dem auch die Mitglieder des Senats vertreten sind, wurde über einzelne Maßnahmen mündlich bzw. schriftlich informiert. Die BSR entscheidet über Kommunikations- und Marketingmaßnahmen eigenständig.

##### 4.3 Wurden derartige Maßnahmen im Rahmen von Eigentümerzielen oder politischen Vorgaben des Senats angestoßen oder befürwortet?

Zu 4.3.: Die Landesunternehmen und deren Organe stehen bei ihrem Handeln im besonderen öffentlichen Fokus. Die Grundsätze der Beteiligungsführung im Land Berlin vom 29. Oktober 2024 bilden den Maßstab für die Steuerung der Landesunternehmen und die Kontrolle durch die vom Land entsandten Aufsichtsratsmitglieder. Der Berliner Corporate Governance Kodex als Teil der Grundsätze der Beteiligungsführung im Land Berlin enthält Vorgaben zur nachhaltigen Unternehmensführung, die auch sozialpolitische Zielstellungen umfassen (z. B. Entgeltgleichheit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Schutz vor Diskriminierung, Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband).

Das Land macht den Landesunternehmen des Weiteren im Rahmen seiner Eigentümerziele (Zielbilder) jährlich Vorgaben zur Ausfüllung ihrer im Gesellschaftszweck vorgegebenen Leistungsziele und strategischen Ziele. Diese werden dem Abgeordnetenhaus vertraulich zur Kenntnis gegeben.

Falls die Landesunternehmen über die Eigentümerziele hinaus Sponsoringaktivitäten oder die Kooperation mit lokalen Akteuren als Marketingmaßnahmen oder zur Verbesserung des sozialen Umfelds ihrer Geschäftstätigkeit durchführen, so geschieht dies im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Eigenverantwortung zur Ausfüllung ihres Gesellschaftszwecks. Sponsoring zugunsten politischer Parteien ist dabei auszuschließen.

Die Überwachung erfolgt nach Randnummer 117 Teil II der Grundsätze der Beteiligungsführung durch die Aufsichtsräte der Unternehmen. Der Aufsichtsrat ist das

zentrale Unternehmensorgan, über den das Land Berlin den haushaltsrechtlich gebotenen und politisch erforderlichen Einfluss auf das Unternehmen ausübt.

Der Berliner Corporate Governance Kodex formuliert als Vorgabe an die Geschäftsleitungen von Landesunternehmen u. a., Sorge für „eine diskriminierungsfreie Alltagskultur auf allen Ebenen, einschließlich eines diskriminierungsfreien Sprachgebrauchs und dem Schutz vor sexueller Belästigung“ zu tragen und „eine gleichstellungsfördernde und diskriminierungsfreie Kultur im Unternehmen mit gleichen Zugangs- und Entwicklungschancen für alle zu gewährleisten“.

#### 5. Verhältnis zu Defiziten und Zuschüssen

Wurde geprüft, ob ein Verzicht auf solche Maßnahmen zur Haushaltsentlastung, zur Stabilisierung der Gebühren oder zur Verbesserung der betrieblichen Kernleistung hätte beitragen können?

Wenn ja: mit welchem Ergebnis?

Wenn nein: warum nicht?

Zu 5.: Die Maßnahmen stehen im Zusammenhang mit den Aufgaben der BSR. In welchem Bereich des Unternehmens Maßnahmen durchgeführt werden, findet unter Berücksichtigung der bestmöglichen Erfüllung statt. Auf die Antworten zu den Fragen 3.1, 3.2, 3.3, 4.3, 6.1 und 6.2 wird verwiesen.

#### 6. Grundsatz der Neutralität

6.1 Teilt der Senat die Auffassung, dass landeseigene Verkehrsunternehmen weltanschaulich und parteipolitisch neutral zu agieren haben?

6.2 Falls nein: Nach welchen Kriterien entscheidet der Senat, welche politischen Positionen durch landeseigene Unternehmen unterstützt und öffentlich kommuniziert werden dürfen?

Zu 6.1. und 6.2.: Die Fragen 6.1. und 6.2. werden wegen ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die landeseigenen Unternehmen sind als Anstalten des öffentlichen Rechts ebenso wie sonstige Hoheitsträger an Recht und Gesetz gebunden und unterliegen insoweit auch insbesondere der Grundrechtsbindung. Das bedeutet, sie haben im Rahmen sämtlichen hoheitlichen Handelns die Grundrechte von Bürgerinnen und Bürgern zu beachten und - wenn erforderlich - geeignete Maßnahmen zum Schutz und zur Durchsetzung dieser zu treffen. Hierzu gehören insbesondere auch der Schutz des Einzelnen auf körperliche Unversehrtheit, gegen Diskriminierung, auf Teilhabe und Chancengleichheit, das Recht auf Gleichbehandlung sowie weitergehend der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen und insbesondere des Klimaschutzes. Diese Prinzipien ergeben sich aus der freiheitlich demokratischen Grundordnung, der übergeordneten Europäischen Menschenrechtskonvention sowie der entsprechenden Ausprägung in vielen einfachgesetzlichen Normen. Die Anstalten sind insofern auch zu einer parteipolitischen sowie religiös-weltanschaulichen Neutralität als Teil und Ausprägung der freiheitlich demokratischen Grundordnung des

Grundgesetzes verpflichtet. Die Überwachung des Handelns der Anstalten auf Recht- und Ordnungsmäßigkeit erfolgt im Rahmen der Rechtsaufsicht.

Berlin, den 15.12.2025

In Vertretung

Dr. Severin F i s c h e r

.....

Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe