

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Sebastian Walter und Laura Neugebauer (GRÜNE)

vom 8. Juni 2026 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 9. Juni 2026)

zum Thema:

Truck statt Träger? Die Prioritäten des Senats in der Queerpolitik

und **Antwort** vom 24. Juni 2026 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. Juni 2026)

Der Regierende Bürgermeister von Berlin
Senatskanzlei

Herrn Abgeordneten Sebastian Walter und Frau Abgeordnete Laura Neugebauer (GRÜNE)
über
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

Antwort

auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/26309

vom 08. Juni 2026

über Truck statt Träger? Die Prioritäten des Senats in der Queerpolitik

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

Vorbemerkung der Abgeordneten:

Laut Presseberichterstattung kostet die Beteiligung des Senats am diesjährigen CSD mit Wagen und Info-Kampagne 375.000 Euro, darunter entfallen 140.000 Euro auf die Senatskanzlei und 235.000 Euro auf Berlin Partner zuzüglich Steuern.

1. Wir bitten um Aufschlüsselung der Kosten jeweils für den CSD-Auftritt und die Info-Kampagne. Dabei in den jeweiligen Gesamtsummen darstellen und in Einzelposten und Verwendungszweck aufschlüsseln

Zu 1.: Die Aufschlüsselung ist den nachfolgenden Tabellen zu entnehmen.

Kosten CSD Auftritt

Verwendungszweck	Kosten	Mittelherkunft
CSD Startgebühr	6.250,00 €	Senatskanzlei Berlin
Miete Truck inkl. Stromaggregat und WC	12.770,00 €	Senatskanzlei Berlin
Personal Aufbau und Umsetzung,	19.680,00 €	Senatskanzlei Berlin

Wagenleitung, Betreuung der Social Wall, Abbau		
Sicherheit und Awareness	6.792,50 €	Senatskanzlei Berlin
Produktion Branding	8.580,00 €	Senatskanzlei Berlin
Technik: Beschallung, DJ Technik + Tresen, Licht, 2x LED-Wände	20.472,50 €	Senatskanzlei Berlin
Konzeption	6.120,00 €	Senatskanzlei Berlin
Einladungsmanagement: Website, Check-In, Einrichtung E-Mail	1.630,00 €	Senatskanzlei Berlin
DJ-Gage inklusive Künstlersozialkasse	1.050,00 €	Senatskanzlei Berlin
Sonstiges: Handling Fees und Verbrauchsmaterialien	5.464,83 €	Senatskanzlei Berlin
Video-Animationen LED- Wände inkl. Bildmaterial	5.000,00 €	Senatskanzlei Berlin
Catering und Getränke, Mehrweggeschirr inkl. Pfand	2.083,05 €	Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadtmarketing mbH
Kreativkosten Gestaltung, Grafikkosten und Bewegtbild	22.600,00 €	Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadtmarketing mbH

Kosten Info-Kampagne /Media

Verwendungszweck	Kosten	Mittelherkunft
Social Media Pre-/Live- /Post-Reel und Betreuung vor Ort	7.206,00 €	Senatskanzlei Berlin
Umsetzung begleitende Website	2.088,00 €	Senatskanzlei Berlin
Print Magazine, Mediakosten	9.827,73 €	Senatskanzlei Berlin
Mediakosten Litfaßsäulen ILG	8.466,24 €	Senatskanzlei Berlin

Agenturkosten für Outside Media, HYGH	942,78 €	Senatskanzlei Berlin
Druckkosten WALL	1.950,00 €	Senatskanzlei Berlin
Ströer DOOH Station Video, 21 S-Bahnhöfe, 472 Screens	14.744,44 €	Senatskanzlei Berlin
Konzeption, Erstellung und Adaption von Texten und Grafiken	13.000,00 €	Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadtmarketing mbH
Buchung von Mediaflächen im Stadtbild, Anzeigenschaltungen	197.374,00 €	Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadtmarketing mbH

2. Aus welchem Titel bzw. aus welchen Titeln des Einzelplans der Senatskanzlei werden die 140.000 Euro zzgl. Steuern entnommen?

Zu 2.: Kapitel 0300 Titel 54611

3. Wurden bereits im Jahr 2025 Kosten für den CSD-Auftritt 2026 bzw. die geplante Info-Kampagne kassenrelevant und aus dem Einzelplan der Senatskanzlei finanziert? Falls ja, bitte Höhe der Summe(n), Zweck der Ausgaben und zuständigen Titel/Untertitel angeben.

Zu 3.: In 2025 sind für den CSD-Auftritt 2026 und der damit verbundenen Awarenesskampagne Ausgaben aus dem Einzelplan der Senatskanzlei angefallen. Diese sind bereits im Gesamtbudget der Senatskanzlei in Höhe von 140.000 Euro enthalten; die nachfolgende Übersicht stellt die im Jahr 2025 angefallenen Kosten dar.

Verwendungszweck	Summe	Titel
CSD Startgebühr	6.250,00 €	0300/54611
Miete Truck inkl. Stromaggregat und WC	12.770,00 €	0300/54611
Konzeption	6.120,00 €	0300/54611
Technik: Beschallung, DJ Technik + Tresen, Licht, 2x LED-Wände – anteilige Kosten	17.110,00 €	0300/54611
Handlingfees	750,00 €	0300/54611

4. Was ist der Zweck der Info-Kampagne, in welchem Zeitraum findet sie statt und was umfasst sie inhaltlich? Welche Medien werden dafür verwendet bzw. welche Veranstaltungen, Aktionen etc. finden statt?

Zu 4.: Gemeinsam mit Berlin Partner setzt das Land Berlin ein sichtbares Zeichen für Vielfalt, Gleichstellung, Antidiskriminierung und queere Sicherheit. Unter dem Claim „Wenn egal ist, wen du liebst, dann gehörst du hier hin“ macht die begleitende Awarenessskampagne im Rahmen des Berliner Pride Month auf diese Werte aufmerksam. Der Mediaflight läuft vom 25. Juni bis 31. Juli 2026 und umfasst Außenwerbung im Stadtgebiet Berlins, Printanzeigen, eine begleitende Website, Kommunikation in den sozialen Medien sowie die Präsenz des Wagens des Landes Berlin beim Christopher Street Day (CSD) am 25. Juli 2026.

5. Mit welchen Agenturen, Dienstleistern und weiteren Dritten werden im Rahmen von CSD-Auftritt und Info-Kampagne zusammengearbeitet? Was sind die jeweiligen Aufträge?

Zu 5.: Mit der Umsetzung des Projektes wurde die Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadtmarketing mbH beauftragt.

6. Sind der CSD-Auftritt und die Info-Kampagne mit der für Antidiskriminierung und Queerpolitik zuständigen Verwaltung abgestimmt worden?

Zu 6.: Der CSD-Auftritt und die begleitende Awarenessskampagne wurden gemeinsam mit Berlin Partner im Rahmen des Stadtmarketings entwickelt. Vorbereitend hat eine Abstimmung auf Arbeitsebene mit der für Antidiskriminierung und Queerpolitik zuständigen Verwaltung stattgefunden.

7. Hält es der Senat angesichts der im Doppelhaushalt 26/27 erfolgten Einsparungen im Bereich der queeren Projekte für politisch vertretbar, einmalig 375.000 Euro für einen CSD-Auftritt und Info-Kampagne auszugeben?

Zu 7.: Berlin ist die Regenbogenhauptstadt in Deutschland. Das Land Berlin engagiert sich deshalb beim CSD und setzt mit seinem Auftritt beim CSD und der begleitenden Awarenessskampagne im Rahmen des Berliner Pride Month ein sichtbares und reichweitenstarkes Zeichen für Vielfalt, Gleichstellung, Antidiskriminierung und queere Sicherheit. Gleichzeitig werden diese demokratischen Werte stärker in den öffentlichen Fokus gerückt.

Die Summe von 375.000 Euro bezieht sich auf die gesamte Awareness-Kampagne zum Berliner Pride Month. Dafür stellt die Senatskanzlei ein Budget von 140.000 Euro bereit. Darin enthalten sind unter anderem die Produktion und Umsetzung des Berlin-Wagens beim CSD am 25. Juli (94.000 Euro) sowie ein begleitender Mediaflight mit Außenwerbung im Stadtbild vom 25. Juni bis zum 31. Juli 2026 (46.000 Euro). Ergänzend unterstützt die Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadt-Marketing mbH das Vorhaben mit

Sachleistungen im Wert von rund 235.000 Euro. Darin enthalten sind ein begleitender Mediaflight mit Außenwerbung im Stadtbild (210.000 Euro) sowie die Produktion und Umsetzung des Berlin-Wagens beim CSD (25.000 Euro).

Berlin, den 24. Juni 2026

Der Regierende Bürgermeister von Berlin
In Vertretung

Florian Graf
Chef der Senatskanzlei