

Stellungnahme zum Antrag

Vorlage Nr.: 2025/0389

Verantwortlich: **Dez.**
Dienststelle: **Stabsstelle Außenbeziehungen und Strategisches Marketing**

Kein Werben fürs Sterben! Antrag: Die Linke

Gremien	Termin	TOP	Ö / N	Zuständigkeit
Gemeinderat	27.05.2025	28	Ö	Kenntnisnahme
Haupt- und Finanzausschuss	15.07.2025	2	Ö	Behandlung
Gemeinderat	30.09.2025	22	Ö	Entscheidung

Kurzfassung

Es bestehen erhebliche Bedenken hinsichtlich der Umsetzbarkeit eines pauschalen Werbeverbots, insbesondere im Hinblick auf die Rolle und Funktion der staatlichen Institution Bundeswehr, den Gleichbehandlungsgrundsatz, die kommunale Zuständigkeit sowie bestehende vertragliche Bindungen.

Im Übrigen hat die Rechtsaufsicht in der Stadt Zwickau (Sachsen) einen Gemeinderatsbeschluss auf einen gleichlautenden Antrag der dortigen Fraktion BSW als rechtswidrig beanstandet. Der dortige Beschluss wurde daraufhin durch den dortigen Stadtrat wieder aufgehoben. Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Stadtverwaltung, den Antrag abzulehnen.

Finanzielle Auswirkungen	Ja <input type="checkbox"/> Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Investition <input type="checkbox"/> Konsumtive Maßnahme	Gesamtkosten: Jährliche/r Budgetbedarf/Folgekosten:	Gesamteinzahlung: Jährlicher Ertrag:
Finanzierung <input type="checkbox"/> bereits vollständig budgetiert <input type="checkbox"/> teilweise budgetiert <input type="checkbox"/> nicht budgetiert	Gegenfinanzierung durch <input type="checkbox"/> Mehrerträge/-einzahlung <input type="checkbox"/> Wegfall bestehender Aufgaben <input type="checkbox"/> Umschichtung innerhalb des Dezernates	Die Gegenfinanzierung ist im Erläuterungsteil dargestellt.

CO₂-Relevanz: Auswirkung auf den Klimaschutz Bei Ja: Begründung Optimierung (im Text ergänzende Erläuterungen)	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/> positiv <input type="checkbox"/> negativ <input type="checkbox"/>	geringfügig <input type="checkbox"/> erheblich <input type="checkbox"/>
IQ-relevant	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	Korridor Thema:
Abstimmung mit städtischen Gesellschaften	Nein <input type="checkbox"/>	Ja <input checked="" type="checkbox"/>	abgestimmt mit KVVH, SWK, VBK, Volkswohnung, Städt. Klinikum, KMK, KME, KTG

Erläuterungen

Ziel des Antrags mit dem Titel „Kein Werben fürs Sterben!“ ist es, künftig auf Werbung für die Bundeswehr, für den Kriegsdienst sowie für Rüstungsprodukte in den Liegenschaften der Stadtverwaltung, in öffentlichen Einrichtungen kommunaler Unternehmen sowie an und in Fahrzeugen und auf sonstigen städtischen Präsentationsflächen zu verzichten. Dies soll gleichermaßen für Veranstaltungen gelten, die durch die Stadt Karlsruhe oder ihre Unternehmen ausgestaltet werden.

Werbung für die Bundeswehr

Eine Beschlussfassung, wonach Öffentlichkeitsarbeit (Werbung) der Bundeswehr auf städtischen Flächen / im Rahmen städtischer Veranstaltungen von vorneherein unzulässig wäre, begegnet mehreren grundsätzlichen Bedenken.

1. Die Frage, ob die Bundeswehr grundsätzlich für Nachwuchs werben darf, ist keine Angelegenheit der örtlichen Gemeinschaft; siehe Artikel 28 Abs. 2 Grundgesetz (GG).
2. Unabhängig davon ist die Bundeswehr (staatliche Parlamentsarmee) an Recht und Gesetz gebunden (Art. 20 Abs. 3 GG) und unterliegt der parlamentarischen Kontrolle. Sie benötigt für Einsätze die Zustimmung des Deutschen Bundestags.
3. Die Bundeswehr tritt nicht als Marktteilnehmerin für ein Produkt oder eine Dienstleistung auf, sondern wirbt im Rahmen ihres verfassungsmäßigen Auftrags im Rahmen der durch den Bundeshaushalt zugewiesenen Mittel, unter anderem für Nachwuchs.
4. Ein grundsätzlicher Ausschluss von Bundeswehr-Werbung durch eine Gemeinde stände im Widerspruch zu den Grundsätzen der Neutralität und des staatsfreundlichen Verhaltens. Die Kommunen sind wie die Bundeswehr Teil des Staates.

Werbung für Rüstungsprodukte

Insbesondere verweist die Stadtverwaltung auf die fehlende rechtliche Bestimmtheit des Begriffs „Rüstungsprodukte“, etwa mit Blick auf so genannte „dual-use-Produkte“. Rüstungsgüter sind nicht klar abgrenzbar und bieten auch unter Heranziehung relevanter gesetzlicher Grundlagen, wie dem Kriegswaffenkontrollgesetz, keine ausreichende Klarheit. Ein pauschales Werbeverbot ohne definitorische Klarheit hierüber wäre weder umsetzbar noch kontrollierbar.

Des Weiteren wäre bei einer solchen Regelung der Gleichbehandlungsgrundsatz gemäß Art. 3 Abs. 1 GG zu beachten. Ein genereller Ausschluss einzelner Akteure bedarf eines sachlich tragfähigen Grundes. Ein solcher lässt sich aus der Antragsbegründung nicht herleiten. Ein grundsätzlicher Verzicht auf Werbung von Rüstungsunternehmen würde eine Ungleichbehandlung zu Unternehmen anderer Branchen darstellen. Aufgrund des damit einhergehenden Eingriffs in die Erwerbsaussichten und den Marktzugang eines Unternehmens wäre hierfür ein sachlicher Grund für die Ungleichbehandlung mit anderen Unternehmen erforderlich.

Diese Rahmensetzung betrifft auch Werbung im Rahmen von Veranstaltungen in städtischer Verantwortung (z.B. im Wege des Sponsorings). Hier verweist die Stadtverwaltung auf die Zuwendungsrichtlinie der Stadt, wonach eine Einzelfallprüfung zu erfolgen hat.

In der Praxis findet Werbung für Rüstungsgüter im öffentlichen Raum oder in städtischen Räumlichkeiten nicht statt. Der „Markt“ für solche Produkte, von denen viele auch unter das Kriegswaffenkontrollgesetz fallen, beschränkt sich in der Regel auf Staaten; Werbung im öffentlichen Raum träfe nicht auf ihre Zielgruppe.

Vermarktung von Werbeflächen im öffentlichen Raum

Hiermit sind etwa die Citylight-Säulen im Stadtgebiet gemeint. Es bestehen langfristige Werbenutzungsverträge mit privaten Anbietern, namentlich mit der Wall AG. Diese beinhalten allgemeine Einschränkungen (z. B. für diskriminierende oder gesetzeswidrige Inhalte), jedoch keine ausdrücklichen Ausschlüsse. Die Einflussmöglichkeiten der Stadt auf die inhaltliche Ausgestaltung der Werbung sind vertraglich eingeschränkt.

Die Anbieter der Werbeflächen wiederum sind bei den Vertragsabschlüssen mit Unternehmen ebenfalls an den bereits zitierten Gleichbehandlungsgrundsatz gemäß Artikel 3 Absatz 1 Grundgesetz (GG) gebunden.

Situation bei städtischen Gesellschaften

Ergänzend wurden auch kommunale Gesellschaften zu ihrer bisherigen Praxis befragt. Sie sind rechtlich nicht als reines Privatunternehmen zu werten, das in der Auswahl seiner Kunden weitestgehend frei ist. Auch diese Unternehmen sind an den Gleichbehandlungsgrundsatz gemäß Artikel 3 Absatz 1 Grundgesetz (GG) gebunden. Die Rückmeldungen auf Anfrage der Stadtverwaltung zeigen, dass Werbung für die Bundeswehr oder für kommerzielle Rüstungsprodukte im städtischen Umfeld bislang nicht bzw. nur in sehr begrenztem Umfang erfolgt ist.

Grundsätzlich gilt bei städtischen Gesellschaften: Werbeverträge werden in der Regel einzelfallbezogen durch die jeweiligen Fachabteilungen bzw. durch die Geschäftsleitung, etwa bei Sponsoringverträgen geprüft.

Die meisten städtischen Gesellschaften vermarkten keine Werbeflächen, auf denen Dritte für ihre Produkte und Dienstleistungen werben. Wesentliche Ausnahme sind VBK und AVG mit den Citylight-Flächen an Haltestellen oder mit der Werbung auf Straßenbahnen bzw. Bussen, die über externe Unternehmen vermarktet werden. Hier gelten die gleichen rechtlichen Bedingungen, die oben für die Vermarktung von Werbeflächen im öffentlichen Raum genannt wurden. Werbung für die Bundeswehr wäre hier rechtlich zulässig und nicht einzuschränken.

Bei der Volkswohnung gibt es bei zwei Gebäuden Werbeflächen, die auch Dritten zur Verfügung gestellt werden; die Nutzung bleibt sozialen Trägern vorbehalten (Auswahl durch Entscheidung der Volkswohnung). An einem Gebäude vermarktet ein externer Dienstleister eine Werbefläche.

Bei der KMK sind im Rahmen des Antrages im Wesentlichen relevant Teilnahmen von Ausstellern an einer von der KMK oder einem Gastveranstalter veranstalteten Messe sowie Sponsorings, die in der Regel einen Bezug zur jeweiligen Veranstaltung haben. Grundsätzlich hat nach § 70 Abs. 1 GewO jeder, der dem Teilnehmerkreis einer nach der GewO festgesetzten Veranstaltung angehört, grundsätzlich einen Teilnahmeanspruch. Eine Beschränkung des Teilnahmeanspruchs muss den Anforderungen des § 70 Abs. 2 GewO genügen. Die Voraussetzungen für eine Zulassung von Ausstellern zu einer Messe regeln bei der KMK regelmäßig die Teilnahmebedingungen. Über die Zulassung entscheidet die Messe- bzw. Ausstellungsleitung. Bei der KMK war die Bundeswehr in Einzelfällen als Ausstellerin z. B. auf Karriere- und Publikumsmessen (Eigen- und Gastmessen) vertreten.

Grundsätzliches zu kommerzieller Werbung in städtischen Dienststellen

Eine pauschale und allgemeingültige Zulässigkeit kommerzieller Werbung in städtischen Dienststellen ist rechtlich nicht gegeben. Werbung darf dort allenfalls in eng begrenzten Ausnahmefällen erfolgen, etwa wenn ein unmittelbarer Bezug zur öffentlichen Aufgabe besteht und die Neutralität der Verwaltung nicht beeinträchtigt wird. Es muss stets vermieden werden, dass durch Werbung ein Anschein parteilichen oder unsachlichen Handelns entsteht. Auch aus wettbewerbsrechtlicher Perspektive ist eine klare Trennung zwischen hoheitlicher Aufgabenerfüllung und wirtschaftlicher Betätigung erforderlich. Aus diesem Grund ist Werbung in städtischen Dienststellen generell sehr zurückhaltend zu handhaben und unterliegt einer strikten Einzelfallprüfung.

Auch diese rechtlichen Vorgaben schränken eine Werbung für Rüstungsgüter ein, soweit diese Produktgattung überhaupt abgrenzbar wäre.

Mitgliedschaft der Stadt Karlsruhe im Bündnis „Mayors for Peace“

Der Antrag nennt in der Begründung die Mitgliedschaft der Stadt Karlsruhe im Bündnis „Mayors for Peace“, das vor Jahren durch Initiative der beiden von den Atombombenabwürfen im 2. Weltkrieg betroffenen Städte Hiroshima und Nagasaki entstand. Das Bündnis hat als wesentliches Ziel, durch Aktionen und Kampagnen und die Vernetzung auf lokaler Ebene die weltweite Verbreitung von Atomwaffen zu verhindern und deren Abschaffung zu erreichen.

Die Mitgliedschaft unterstreicht das friedenspolitische Engagement der Stadt Karlsruhe, etwa durch friedensfördernde Öffentlichkeitsarbeit. Entsprechend hisst die Stadt Karlsruhe jedes Jahr am so genannten Flaggtag am 8. Juli die Mayors for Peace-Flagge.

Ein pauschales Verbot militärischer oder rüstungsbezogener Werbung im städtischen Raum ist durch die Mitgliedschaft nicht begründbar.

Empfehlung

Es bestehen erhebliche Bedenken hinsichtlich der Umsetzbarkeit eines pauschalen Werbeverbots, insbesondere im Hinblick auf die Rolle und Funktion der staatlichen Institution Bundeswehr, den Gleichbehandlungsgrundsatz, die kommunale Zuständigkeit sowie bestehende vertragliche Bindungen.

Im Übrigen hat die Rechtsaufsicht in der Stadt Zwickau (Sachsen) einen Gemeinderatsbeschluss auf einen gleichlautenden Antrag der dortigen Fraktion BSW als rechtswidrig beanstandet. Der dortige Beschluss wurde daraufhin durch den dortigen Stadtrat wieder aufgehoben. Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Stadtverwaltung, den Antrag abzulehnen.