

Gesetz zur Regulierung von Werbung in öffentlichen Einrichtungen und im öffentlichen Raum (Antikommodifizierungsgesetz - AntiKommG)

Artikel 1: Gesetz zur Regulierung von Werbung und Sponsoring in öffentlichen Einrichtungen
(Werbefreiheitsgesetz – WerbeFG)

Artikel 2: Änderung der Bauordnung für Berlin

Artikel 3: Änderung des Schulgesetzes für das Land Berlin

Artikel 4: Inkrafttreten

Die Bevölkerung von Berlin hat folgendes Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Es wird folgendes Gesetz erlassen:

„Gesetz zur Regulierung von Werbung und Sponsoring in öffentlichen Einrichtungen
(Werbefreiheitsgesetz – WerbeFG)

§ 1

Gesetzeszweck

Zweck des Gesetzes ist die Wahrung der Neutralität des Staates und der Schutz der Bevölkerung und des Einzelnen vor Belästigung und Beeinflussung durch Werbung in öffentlichen Einrichtungen.

§ 2

Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. „Werbung“ jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern;
2. „Sponsoring“ jede geschäftliche Vereinbarung, durch welche ein Sponsor finanzielle oder andere Unterstützung gibt, um eine Verbindung zwischen Image, Marken oder Produkten des Sponsors und einem Sponsoringobjekt herzustellen gegen Gewähr bestimmter vereinbarter direkter oder indirekter Vorteile oder gegen das Recht, diese Verbindung zu bewerben;
3. „herabwürdigende oder diskriminierende Werbung“ jede Werbung, die im Widerspruch zu den Werten und Grundsätzen der Artikel 6, 10 und 11 der Verfassung von Berlin steht.

§ 3
Werbeverbot

- (1) Werbung und Sponsoring ist nach Maßgabe der folgenden Vorschriften verboten in allen
1. öffentlichen Einrichtungen, insbesondere in allen Behörden und Gerichten, sowie in allen sonstigen Einrichtungen von Trägern der öffentlichen Verwaltung des Landes Berlin unabhängig von ihrer Rechtsform, insbesondere Anstalten, Stiftungen und Körperschaften des öffentlichen Rechts,
 2. öffentlichen Tageseinrichtungen im Sinne des Gesetzes zur Förderung von Kindern in Tageseinrichtungen und Kindertagespflege,
 3. öffentlichen Schulen im Sinne des Schulgesetzes für das Land Berlin und
 4. öffentlichen Hochschulen im Sinne des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin.

(2) Werbeverbote nach anderen Vorschriften oder aufgrund von Rechtsbefugnissen, die mit dem Eigentum oder dem Besitzrecht verbunden sind, als auch die Regelungen zur Werbung und Sponsoring nach dem Staatsvertrag über die Errichtung einer gemeinsamen Rundfunkanstalt der Länder Berlin und Brandenburg bleiben unberührt. Das Verbot nach Absatz 1 gilt nicht für Werbung in Räumen, die Dritten zur Nutzung überlassen werden.

§ 4
Ausnahmen

(1) Ausnahmen vom Werbeverbot in öffentlichen Einrichtungen im Sinne des § 3 Abs. 1 Nr. 1 kann die Leitung der Einrichtung zulassen,

1. für Aushänge oder Auslagen von steuerbegünstigten Körperschaften im Sinne des § 51 der Abgabenordnung,
2. für Werbeanlagen an Baugerüsten oder Bauzäunen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit Bau- oder Sanierungsmaßnahmen an der Einrichtung stehen und die Einnahmen aus der Werbung der unmittelbaren Finanzierung der Maßnahmen dienen,
3. für das Sponsoring von Stiftungen, sowie kultureller, künstlerischer oder sportlicher öffentlicher Einrichtungen, insbesondere Museen, Theater, Ausstellungen, Sportstätten und ähnlicher Einrichtungen,
4. für Werbeanlagen an Bahnhöfen und Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und an öffentlichen Sanitäreinrichtungen zur Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen, sowie für Werbung von steuerbegünstigten Körperschaften im Sinne des § 51 der Abgabenordnung,
5. für Werbeanlagen an Bahnhöfen und Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und an öffentlichen Sanitäreinrichtungen für die Dauer von bis zu einem Jahr zur unmittelbaren Finanzierung von Bau- oder Sanierungsmaßnahmen an dem Bahnhof, der Haltestelle oder der Sanitäreinrichtung.

(2) Ausnahmen vom Werbeverbot in Schulen im Sinne des § 3 Abs. 1 Nr. 3 kann die zuständige Senatsverwaltung für Sponsoring zulassen,

1. wenn eine Beeinflussung sowie der Anschein einer Einflussnahme auf Schule und Unterricht ausgeschlossen sind,
2. das Sponsoring nicht im Widerspruch zu dem Auftrag und zu den Bildungs- und Erziehungszielen der Schule steht und
3. die Schulkonferenz mit der Mehrheit von zwei Dritteln ihrer stimmberechtigten Mitglieder zustimmt.

Werbemaßnahmen von Unternehmen zur Berufsinformation und zur Nachwuchsgewinnung kann die Schulleitung zulassen, soweit die in Satz 1 genannten Voraussetzungen erfüllt werden.

(3) Ausnahmen vom Werbeverbot an Hochschulen im Sinne des § 3 Abs. 1 Nr. 4 kann der Akademische Senat mit der Mehrheit von zwei Dritteln seiner stimmberechtigten Mitglieder zulassen,

1. für Werbung an Baugerüsten oder Bauzäunen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit Bau- oder Sanierungsmaßnahmen an Einrichtungen der Hochschule stehen, die Einnahmen aus der Werbung der unmittelbaren Finanzierung der Maßnahmen dienen und die Werbung nicht im Widerspruch zu den Aufgaben der Hochschule steht,
2. für Sponsoring, wenn eine Beeinflussung von Forschung, Lehre und Studium ausgeschlossen ist und das Sponsoring nicht im Widerspruch zu den Aufgaben der Hochschule steht,
3. für Werbemaßnahmen von Unternehmen zur Berufsinformation und zur Nachwuchsgewinnung, wenn eine Beeinflussung von Forschung, Lehre und Studium ausgeschlossen ist und die Werbemaßnahmen nicht im Widerspruch zu den Aufgaben der Hochschule stehen.

§ 5

Grundsätze

(1) Die Neutralitätspflicht und die Interessen des Landes Berlin dürfen durch die Zulassung von Ausnahmen für Werbung und Sponsoring nicht beeinträchtigt werden. Das Ansehen und die Zweckbestimmung der Verwaltung und der öffentlichen Einrichtungen müssen gewahrt bleiben.

(2) Art und Umfang jeder finanziellen Unterstützung staatlichen Handelns durch Dritte müssen für die Öffentlichkeit transparent und nachvollziehbar sein.

(3) Herabwürdigende oder diskriminierende Werbung ist nicht zulässig.

§ 6

Zentrale Beschwerdestelle

(1) Das Land Berlin richtet unter seiner Internetpräsenz eine Zentrale Beschwerdestelle »Werbung« ein.

(2) Die Beschwerdestelle hat die Aufgabe Beschwerden wegen Verstößen gegen dieses Gesetz entgegenzunehmen, die Sach- und Rechtslage zu klären und eine Empfehlung an die zuständige Stelle auszusprechen.

(3) Zur Erfüllung ihrer Aufgaben hat die Beschwerdestelle ein Auskunftsrecht gegenüber der für die Erteilung der Ausnahme nach § 4 zuständigen Stelle.

§ 7

Rechtsvorschriften

Zur Verwirklichung der in § 5 genannten Grundsätze und der Ausgestaltung der zentralen Beschwerdestelle nach § 6 wird der Senat des Landes Berlin ermächtigt, durch Rechtsverordnung Vorschriften zu erlassen über das Verfahren

1. für die Zulassung von Ausnahmen für Werbung und Sponsoring,
2. der Aufgabenerfüllung der Beschwerdestelle,
3. für die Entgegennahme sonstiger Zuwendungen.

§ 8

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am [einsetzen: Datum des ersten Tages des auf die Verkündung im Gesetz- und Verordnungsblatt für Berlin folgenden Kalenderjahres] in Kraft.“

Artikel 2 Änderung der Bauordnung für Berlin

Die Bauordnung für Berlin vom 29. September 2005 in ihrer aktuellen Fassung wird wie folgt geändert:

1. § 2 wird wie folgt geändert:

Nach Absatz 12 wird folgender Absatz 13 eingefügt:

„(13) Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschläge und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.“

2. § 10 wird wie folgt gefasst:

„§ 10

Anlagen der Außenwerbung, Warenautomaten

(1) Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind unzulässig. Ausgenommen sind, soweit in anderen Vorschriften nichts anderes bestimmt ist,

1. Werbeanlagen an der Stätte der Leistung mit einer Höhe bis zu 10 Meter über der Geländeoberfläche,
2. einzelne Hinweiszeichen an Verkehrsstraßen und Wegabzweigungen, die im Interesse des Verkehrs auf versteckt liegende Betriebe oder versteckt liegende Stätten aufmerksam machen,
3. Werbeanlagen an und auf Flugplätzen, Sportanlagen, Versammlungsstätten und auf Ausstellungs- und Messegeländen, soweit sie nicht in die freie Landschaft wirken,
4. Anlagen für amtliche Mitteilungen,
5. Anlagen für nichtkommerzielle Hinweise und Mitteilungen (Nachbarschaftsanschlag),
6. Werbeanlagen für Werbung im maximalen Format DIN A 0 an nicht hinterleuchteten oder bewegten Säulen (Allgemeinanschlag), Bauzäunen, unter Brücken, in Tunneln und an einzelnen besonders ausgewiesenen Flächen zur Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen, sowie für Werbung von steuerbegünstigten Körperschaften im Sinne des § 51 der Abgabenordnung,
7. Werbeanlagen an Bahnhöfen und Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und an öffentlichen Sanitäreinrichtungen zur Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen, sowie für Werbung von steuerbegünstigten Körperschaften im Sinne des § 51 der Abgabenordnung,
8. Werbeanlagen an Bahnhöfen und Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und an öffentlichen Sanitäreinrichtungen für die Dauer von bis zu einem Jahr zur unmittelbaren Finanzierung von Bau- oder Sanierungsmaßnahmen an der Haltestelle oder Sanitäreinrichtung und
9. Werbeanlagen an Bauzäunen und Baugerüsten an öffentlichen Gebäuden, Plätzen und Grünanlagen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit Bau- oder Sanierungsmaßnahmen an diesen stehen und die Einnahmen aus der Werbung der unmittelbaren Finanzierung der Maßnahmen dienen.

(2) In Kleinsiedlungsgebieten, Dorfgebieten, reinen Wohngebieten und allgemeinen Wohngebieten sind Werbeanlagen nur zulässig an der Stätte der Leistung sowie einzelne Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen. In reinen Wohngebieten darf an der Stätte der Leistung nur mit Hinweisschildern geworben werden. Werbeanlagen im Sinne des Absatzes 1 Nr. 7 bis 9 können in Kleinsiedlungsgebieten, Dorfgebieten und reinen Wohngebieten zugelassen werden, soweit diese die Eigenart des Gebietes und das Orts- oder Landschaftsbild nicht beeinträchtigen.

(3) Für Werbeanlagen, die bauliche Anlagen sind, gelten die in diesem Gesetz an bauliche Anlagen gestellten Anforderungen. Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen sind, dürfen weder bauliche Anlagen noch das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild verunstalten oder die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs gefährden. Die störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig. Die Verwendung von Wechsellicht- oder Wechselbildwerbung ist unzulässig. Werbeanlagen dürfen nicht für herabwürdigende oder diskriminierende Werbung verwendet werden.

(4) Auf Warenautomaten ist Absatz 3 entsprechend anzuwenden.

(5) Die Vorschriften dieses Gesetzes sind nicht anzuwenden auf Wahlwerbung für die Dauer eines Wahlkampfes.

(6) Das Land Berlin richtet unter seiner Internetpräsenz eine Zentrale Beschwerdestelle »Außenwerbung« ein. Die Beschwerdestelle hat die Aufgabe Beschwerden wegen Verstößen gegen § 10 entgegenzunehmen, die Sachlage zu klären und eine Empfehlung an die zuständige Stelle auszusprechen. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben hat die Beschwerdestelle ein Auskunftsrecht gegenüber der für die Erteilung der Ausnahme zuständigen Stelle.“

3. § 69 Absatz 4 Satz 4 wird aufgehoben.

4. § 81 wird wie folgt geändert:

Nach Absatz 4 wird folgender Absatz 5 eingefügt:

„(5) Die Absätze 1 und 2 gelten nicht für Werbeanlagen im Sinne dieses Gesetzes. Rechtmäßig bestehende Werbeanlagen, die den Vorschriften dieses Gesetzes nicht mehr genügen, sind bis zum [einsetzen: Datum des ersten Tages des auf die Verkündung im Gesetz- und Verordnungsblatt für Berlin folgenden Kalenderjahres] zu beseitigen. Auf Antrag sind für die Dauer von bis zu jeweils sechs Monaten Ausnahmen zuzulassen,

1. soweit die Investitions- und Beseitigungskosten der Werbeanlage noch nicht durch die Einnahmen gedeckt sind oder
2. zur Vermeidung unbilliger Härten.

Der Antrag nach Satz 3 ist spätestens zwei Monate vor Ablauf des in Satz 3 genannten Zeitraums zu stellen. Dem Antrag sind geeignete Nachweise beizufügen.“

5. In § 89 wird folgender Satz angefügt:

„Die Sätze 1 und 2 gelten nicht für Werbeanlagen.“

Artikel 3

Änderung des Schulgesetzes für das Land Berlin

§ 76 wird wie folgt geändert:

In Absatz 2 Nr. 9 wird der Buchstabe „a)“ und nach den Wörtern „gewerblicher Tätigkeit“ der Satzabschnitt „sowie b) die Werbung an der Schule sowie Art und Umfang des Sponsoring“ gestrichen.

Artikel 4

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am [einsetzen: Datum des ersten Tages des auf die Verkündung im Gesetz- und Verordnungsblatt für Berlin folgenden Kalendertages] in Kraft.