

An den Oberbürgermeister
Herr Dieter Reiter
80331 München



München, 18. Juli 2025

Anfrage: Warum fahren in München Trambahnen im Bundeswehr-Look?

Seit Frühjahr 2024 fahren in München Trambahnen im Bundeswehr-Look, um für diese Werbung zu machen. Seit 31.01.25 weigern sich diverse Trambahnfahrer*innen, diese Fahrzeuge zu lenken. Diese Werbung ist nicht nur überdimensioniert, sie wird auch von vielen Menschen als aufdringlich empfunden. Dieser Tarnfarben-Look erzeugt einen Gewöhnungseffekt gegenüber Militärfahrzeugen in ziviler Umgebung und kann keinesfalls als neutral angesehen werden.

Dieses öffentliche Werben für den Dienst an der Waffe reiht sich in die Debatten um unsere angebliche Kriegsuntüchtigkeit ein, mit dem Ziel eine Erhöhung der Militärausgaben auf bis zu 5% des BIP in den politischen Debatten zu normalisieren. Für diesen Showeffekt werden von staatlicher Seite erhebliche Summen in die Hand genommen, die an anderer Stelle (Bildung, Infrastruktur, Gesundheit) wesentlich besser investiert wären. Arbeitnehmer*innen, wie besagte Trambahnfahrer*innen, werden dadurch ungefragt in einen Gewissenskonflikt gebracht.

Auf dem Hintergrund des gesellschaftlichen Konfliktpotentials, aber auch zur Aufklärung des finanziellen Rahmens, **bitten wir den Oberbürgermeister folgende Fragen zu beantworten:**

1. Gibt es eine Liste der aktuellen Werbetreibenden?

Welche Unternehmen aus der Rüstungsindustrie nutzen aktuell die Werbeflächen auf Münchens Trambahnen, Haltestellen, U-Bahnen und U-Bahnhöfen? Bitte getrennt auflisten.

2. Die Firma STRÖER, die die Werbeschaltungen für die MVG abwickelt, wirbt in ihren Mediadaten damit, dass Anzeigenschaltungen auf Trambahnen explizit ein sehr junges Publikum erreichen. Außerdem wirbt STRÖER damit, ihre Werbung sei "nachhaltig" und "grün" (womit kaum der Tarnfarbanstrich gemeint sein dürfte).

- a. Gab es anlässlich der Werbeschaltung für die Bundeswehr dazu Gespräche / Abklärungen zwischen STRÖER und der MVG, z. B. ausgelöst durch die öffentliche Kritik über die Präsenz der Bundeswehr an Schulen?
- b. Wie wird entschieden, ob eine Werbung "nachhaltig" ist?

3. Laut Mediadaten von STRÖER, kostet eine Webeanzeige auf einer Tram in „Ganzgestaltung“ zwischen 5.578 und 22.704 Euro pro Monat.¹ Ist das auch der Preis für die „Bundeswehr-Tram“ oder

¹ <https://vmp.stroeer.de/preisliste?betriebsstelle=1197#10.69/48.155/11.5418> (aufgerufen am 08.07.25)

liegen die tatsächlichen Kosten hier noch höher?

4. Welche Richtlinien gelten für die Werbung auf Münchens öffentlichen Verkehrsmitteln?

- a. Gibt es spezielle Vorgaben, die eingehalten werden müssen?
- b. Welche Konsequenzen drohen bei Ablehnung einer Werbung?
- c. Wer entscheidet final, welche Werbung geschaltet werden darf?
- d. Wie gewährleistet die Stadt die Einhaltung sämtlicher städtischer Vorgaben, wenn ein Drittunternehmen offensichtlich die Auftragsabwicklung komplett übernimmt?

5. Wie lange wird diese Bundeswehrwerbung noch geschaltet und ist eine Verlängerung des Vertrages geplant? Falls ja, für welchen Zeitraum?

6. Gibt es Studien oder Analysen zur Wirksamkeit und zur öffentlichen Wahrnehmung der Werbung auf Münchens öffentlichen Verkehrsmitteln?

7. Gibt es bestimmte regionale oder thematische Prioritäten, die bei der Auswahl von Werbetreibenden und Schaltungen berücksichtigt werden? Werden beispielsweise lokale Unternehmen bei der Vergabe von Werbeflächen bevorzugt?

Initiative:

Stadtrat Thomas Lechner

Stadtrat Stefan Jagel

Gezeichnet:

Stadträtin Marie Burneleit

Stadträtin Brigitte Wolf

Stadtratsfraktion

Die Linke / Die PARTEI

dielinke-diepartei@muenchen.de

Telefon: 089/233-25 235

Rathaus, 80331 München