



I. AfD-Fraktion

Rathaus

07.08.2025

**Kampagne gegen Bargeld an Haltestellen der MVG**

Schriftliche Anfrage gemäß § 68 GeschO

Anfrage Nr. 20-26 / F 01221 von der AfD vom 03.06.2025, eingegangen am 04.06.2025

Sehr geehrte Damen und Herren,

in Ihrer Anfrage vom 03.06.2025 führten Sie als Begründung aus:

„Seit einigen Tagen hängt „Werbung“ gegen Bargeld an Haltestellen der MVG aus. Es ist nach außen nicht erkennbar, welches Unternehmen hinter dieser Kampagne steht. Laut Angaben der MVG ist hierfür generell die Ströer Deutsche Städte Medien GmbH verantwortlich.“

Die MVG wurde um Stellungnahme gebeten und hat hierzu Folgendes mitgeteilt:

„Die angesprochenen Werbeflächen an Wartehallen von Bus und Tram werden von unserem Partner DSM Ströer bzw. DSM Decaux vermarktet. Die Vermarktung von Werbeflächen leistet einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung des ÖPNV und ist daher essenziell für die MVG und die Landeshauptstadt als Eignerin. Grundsätzlich möchten wir vorwegschicken, dass SWM/MVG nicht für die Inhalte und Gestaltung der Werbung verantwortlich sind. Die Motive werden im Auftrag der werbetreibenden Kund\*innen von deren Kreativagenturen erstellt.“

Grundsätzlich gilt für Werbung an unseren Wartehallen:

- Werbung darf nicht diskriminierend sein oder gegen die guten Sitten verstoßen
- Werbung darf nicht gegen gesetzliche Regelungen verstoßen
- Werbung für politische Parteien und religiöse Sekten ist untersagt.

Selbstverständlich prüft unser Vermarktungspartner, ob ein Motiv sittenwidrige oder strafrechtlich relevante Inhalte enthält oder gegen die Sexismusdefinition verstößt, die in

unseren Außenwerbeverträgen verankert ist. Umgekehrt darf der Vermarkter keine Werbung ablehnen, die nicht gegen Gesetze, vertraglich ausgeschlossene Werbung oder freiwillige Selbstbeschränkungen verstößt.

Im konkreten Fall:

Bei Werbung, die nicht unmittelbar auf einen Geschäftsabschluss gerichtet ist, liegt es im alleinigen Ermessen des Werbetreibenden, darüber zu entscheiden, ob er als Absender erkennbar sein möchte oder nicht. Im konkreten Fall liegen Ausschlusskriterien nicht vor, weswegen die Motive aus unserer Sicht nicht zu beanstanden sind.

Zusätzlich haben wir eine Stellungnahme unseres Vermarktungspartners zu den konkreten Fragen angefordert, die wir an dieser Stelle ebenfalls gerne übermitteln:

**Frage 1:** Welche Vorschriften gelten für Werbung an öffentlichen Plätzen – bzw. im vorliegenden Fall – an Haltestellen der öffentlichen Verkehrsmittel?

**Antwort:** Eine abschließende Aufzählung kann an dieser Stelle nicht vorgenommen werden, da dies auch abhängig von der Art der Kampagne ist. In Bezug auf die konkrete Anfrage hinsichtlich des Werbemotivs gelten u.a. die Vorgaben des UWG.

**Frage 2:** Werden Inhalte von Werbekampagnen an öffentlichen Plätzen und Haltestellen überprüft und wenn ja, von wem?

**Antwort:** Alle Motive werden vor Aushang überprüft. Die (rechtliche) Verantwortung und Haftung für das Motiv liegt jedoch beim Werbekunden.

**Frage 3:** Wer ist verantwortlich für die Inhalte von Werbung an öffentlichen Plätzen und Haltestellen?

**Antwort:** siehe Antwort auf Frage 2

**Frage 4:** Wer ist Auftraggeber der oben dargestellten Kampagne?

**Antwort:** Auftraggeber ist PayPal.

**Frage 5:** Warum wird der Auftraggeber nicht genannt?

**Antwort:** Es handelt sich um eine bloße Aufmerksamkeits- und Imagekampagne, die ohne Anbieterkennzeichnung erfolgen kann. Eine allgemeine Impressumspflicht bzw. eine Pflicht zur Absenderkennzeichnung besteht bei Plakatwerbung nicht.

**Frage 6:** Wurde geprüft, ob diese Kampagne rechtskonform ist, da das Impressum fehlt?

**Antwort:** Es wurde eine Prüfung vorgenommen. Die fehlende Anbieterkennzeichnung steht dem nicht entgegen. Vgl. Antwort auf Frage 5.

**Frage 7:** Ist diese Kampagne mit Geldinstituten abgesprochen und wenn ja, mit welchen?

**Antwort:** Eine Absprache mit Geldinstituten ist nicht erfolgt. Eine Verpflichtung hierzu besteht nicht. Ob eine entsprechende Absprache zwischen Geldinstituten und dem Werbetreibenden erfolgt ist, kann nur von letzterem beantwortet werden.

**Frage 8:** Da diese Kampagne möglichen Betrügereien eine Grundlage bieten könnte, weil suggeriert wird, dass es bald kein Bargeld mehr geben wird, stellt sich die Frage; Inwiefern sind Behörden auf einen möglichen Anstieg bei den allzu bekannten Betrugsfällen vorbereitet? Bitte eine detaillierte Darstellung der entsprechenden Präventions- bzw. Gegenmaßnahmen?

**Antwort:** Es wird nicht der Eindruck vermittelt, dass es bald kein Bargeld mehr geben wird.

Die ausgehängten Motive sind allein schon aufgrund der jeweiligen Werbeaussage nicht geeignet, irgendeine Grundlage für etwaige Betrugsfälle zu geben.“

Ich hoffe, dass ich Ihre Fragen durch die Auskunft der MVG zufriedenstellend beantworten konnte.

Mit freundlichen Grüßen

**II. an RS/BW**  
**per Mail an anlagen.ru@muenchen.de**  
**z.K.**

**III. Vor Auslauf**  
**per Mail an RS/BW zur Freigabe an D-II-V1**

**IV. Wv. RAW-FB5**  
S:\FB5\Werbenutzungsverträge\2 Gremien\1 Stadt\1 StR-, BA-, Bürgeranfragen, -beschlüsse\3  
Stadtratsanfragen\2025-06-04 AFD Werbekampagne Paypal\AW Schreiben Anfrage AfD Bargeld.rtf

**Dr. Christian Scharpf**