LANDTAG NORDRHEIN-WESTFALEN
18. Wahlperiode

Drucksache **18/21561**

01.10.2026

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 8683 vom 1. September 2026
des Abgeordneten Sven W. Tritschler AfD
Drucksache 18/21108

Werbt nicht bei „Hetzkanälen!“: Durch Campact e.V. koordinierter Werbeboykott gegen Medienangebote und NRW-Unternehmen

Vorbemerkung der Kleinen Anfrage

Mitte August 2026 gingen bei rund 90 Unternehmen E-Mails der Berliner Kampagnenorganisation Campact e.V. ein. Der Inhalt: die Aufforderung, Werbeplatzierungen auf 62 namentlich benannten YouTube-Kanälen zu stoppen. **Die Leiterin des Teams Kampagnen bei Campact nannte YouTube** eine „wichtige Radikalisierungsplattform“ und verlangte von den Unternehmen, Verantwortung zu übernehmen.[1] Als Frist zur Reaktion wurde den Unternehmen sehr zeitnah der 21. August 2026 um 12 Uhr gesetzt. Einige Firmen, die reagierten oder eine Reaktion ankündigten, wie etwa die DEVK-Versicherungen und die REWE Group aus Köln, die Krombacher Brauerei aus Kreuztal und mehrere Sparkassen, haben ihre Hauptniederlassung in Nordrhein-Westfalen.

Die Sperrliste selbst wirft Fragen zum möglichen Delikt der Verleumdung auf. Campact stuft die 62 Kanäle pauschal als „AfD-nah“, „rechtsextrem“, „rechtspopulistisch“ oder „verschwörungsideologisch“ ein, ohne auf Nachfrage nachvollziehbare Kriterien zu liefern. Für die Aufnahme des Mediums Apollo News diente etwa ein Text der als stark links geltenden Amadeu-Antonio-Stiftung als einziger Beleg, also das Material einer anderen NGO. **Der Chefredakteur von Apollo News erfuh**r von seiner Listung erst durch eine Presseanfrage der WELT.[2]

Für die Aktion setzte Campact ein eigenes Online-Tool ein. Knapp 15.000 Teilnehmer erfassten und meldeten damit fast 40.000 Werbeanzeigen auf den gelisteten Kanälen. Die jetzt damit angestoßene Debatte erinnert an einen älteren Fall: 2025 warb Christoph Werner, Chef der Drogeriekette dm, öffentlich für eine insgesamt offenere Debattenkultur. Campact drohte daraufhin mit der Veröffentlichung seiner Mitgliedschaft im Verein Die Familienunternehmer,

[1] https://www.campact.de/presse/mitteilung/20260824-pm-nach-campact-recherche-knapp-30-unternehmen-planen-ende-von-werbung-auf-youtube-hetzkanaelen/
[2] https://www.welt.de/politik/deutschland/plus6a8c25276d71b45dbda0f839/von-apollo-news-bis-siegmund-campact-ruft-firmen-zum-boykott-von-62-angeblich-menschenverachtenden-youtube-kanaelen-auf.html

Datum des Originals: 01.10.2026/Ausgegeben: 07.10.2026

ohne zu wissen, dass dm den Verband zu diesem Zeitpunkt längst aus anderen Gründen verlassen hatte.[3]

Ein solcher koordinierter wirtschaftlicher Druck auf Werbekunden trifft unabhängige Medien direkt. Wenn Unternehmen ihre Werbeplatzierungen infolge solcher Aufrufe beenden, kann dies die wirtschaftliche Grundlage der betroffenen Medienangebote mitunter stark beeinträchtigen. Die aktuellen Reaktionen zeigen: Auch Unternehmen, die Campact aus falsch verstandenem Corporate-Social-Responsibility-Denken oder gesellschaftlichem Konformitätsdruck nicht widersprechen wollen und dem Ansinnen des Vereins damit folgen, werden so zu Instrumenten einer politisch einseitig ausgerichteten Kampagne.

DEVK und REWE gehören zu den großen Arbeitgebern in Nordrhein-Westfalen. Die Sparkassen sind öffentlich-rechtliche Institute mit Landesbindung und einer besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit. Die Medienpolitik und der Schutz der Pressefreiheit liegen bei den Ländern, weil der Bund hier keine primäre Zuständigkeit trägt. Die Landesregierung muss für Aufklärung sorgen und sich auch deutschlandweit positionieren und aufzeigen, wie sie mit solchen koordinierten Boykottaufrufen umgeht, die auch gezielt NRW-Unternehmen adressieren und so deren wirtschaftliche Handlungsautonomie beeinträchtigen.

Campact selbst verlor 2019 seinen Gemeinnützigkeitsstatus. Trotzdem handelt der Verein bundesweit mit erheblichem Einfluss und organisiert weiterhin Druckkampagnen gegen Wirtschaftsunternehmen. Eine vergleichbare Liste für linksextreme oder linksaffine YouTube-Kanäle gibt es bei Campact nicht. Genau diese Einseitigkeit macht deutlich, wie selektiv die Aktion angelegt ist.

Der Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, Internationales sowie Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei hat die Kleine Anfrage 8683 mit Schreiben vom 1. Oktober 2026 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit dem Ministerpräsidenten sowie allen übrigen Mitgliedern der Landesregierung beantwortet.

1. Welche Kenntnis hat die Landesregierung über den koordinierten Werbeboykottaufruf von Campact e.V. gegen 62 Medienangebote und YouTube-Kanäle?

Nach Auskunft des Ministeriums des Innern ging am 25.08.2026 beim Lagedienst des Landeskriminalamtes Nordrhein-Westfalen eine anonyme Strafanzeige ein. Anlass der Strafanzeige war ein im Internet veröffentlichter Presseartikel, in dem 62 YouTube-Kanäle genannt werden, die nach den Angaben der anzeigenerstattenden Person mutmaßlich menschenverachtend ausgerichtet sind.

Der Vorgang wird bei der Kriminalinspektion Staatsschutz der Kreispolizeibehörde Düsseldorf sowie der sachleitenden Staatsanwaltschaft Düsseldorf wegen des Verdachts einer Straftat nach § 111 StGB (Öffentliche Aufforderung zu Straftaten) bearbeitet.

Zum aktuellen Sachstand sowie zur strafrechtlichen Bewertung liegen dem Ministerium des Innern keine Erkenntnisse vor. Nähere Angaben hierzu können ausschließlich durch die zuständige Staatsanwaltschaft erfolgen.

[3] https://newsroom.dm.de/news/dm-betont-einsatz-fuer-demokratie-und-gesellschaftlichen-dialog-503768

Weitere, über die öffentliche Presseberichterstattung hinausgehende Kenntnisse über das Vorgehen von Campact e.V. liegen der Landesregierung nicht vor.

2. Wie bewertet die Landesregierung das Vorgehen von Campact e.V., Werbekunden mit Fristsetzungen zu kontaktieren, im Hinblick auf die Pressefreiheit und den Schutz der wirtschaftlichen Existenz freier Medienunternehmen?

5. Welche rechtlichen Rahmenbedingungen sieht die Landesregierung im Medienstaatsvertrag, Presserecht oder Wettbewerbsrecht, um gezielte Eingriffe in die wirtschaftliche Grundlage von Informationsanbietern durch Boykottkampagnen abzuwehren?

Die Fragen 2 und 5 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Für Presse und journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedienangebote gelten journalistische Sorgfaltspflichten, deren Einhaltung der Kontrolle durch den Presserat bzw. anderen anerkannten Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle und den Landesmedienanstalten unterworfen ist. Dieses medienrechtliche Regulierungssystem gilt auch für entsprechende Angebote von Campact e.V..

Neben den allgemeinen Maßstäben des Strafrechts setzt darüber hinaus u.a. das Wirtschaftsrecht Grenzen. So regelt das Kartellrecht in § 21 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) das sog. Boykottverbot. Ein Boykott zu Wettbewerbszwecken kann zudem unter § 4 Nummer 4 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) fallen. Zu beachten ist dabei ebenfalls die höchstrichterliche Rechtsprechung (u.a. BVerfG, Urteil des Ersten Senats vom 15.01.1958 - 1 BvR 400/51 und BGH, Urteil vom 19.01.2016 - VI ZR 302/15).

Soweit Boykottaufrufe in Frage stehen, sind die rechtlichen Rahmenbedingungen durch höchstrichterliche Rechtsprechung seit Jahrzehnten geprägt. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem wegweisenden „Lüth-Urteil“ (BVerfG, Urteil des Ersten Senats vom 15.01.1958 - 1 BvR 400/51) festgestellt, dass eine Meinungsäußerung die eine Aufforderung zum Boykott enthält, nicht notwendigerweise rechtswidrig ist. Sie kann bei Abwägung aller Umstände des Falles durch die in Art. 5 Abs. 1 GG geschützte Freiheit der Meinungsäußerung verfassungsrechtlich gerechtfertigt sein. Ein Boykottaufruf kann dann nicht mehr geschützt sein, wenn zur Durchsetzung des Aufrufs wirtschaftlicher Druck eingesetzt wird, der den Adressaten faktisch die freie Entscheidung nimmt (BVerfG, Beschluss vom 26.02.1969- 1 BvR 619/63). Im Einzelfall muss also stets eine Abwägung zwischen dem allgemeinen (Unternehmer-)Persönlichkeitsrecht auf der einen Seite bzw. bei Unternehmen dem Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb und dem Recht auf freie Meinungsäußerung auf der anderen Seite erfolgen.

Das geltende Recht sieht aus Sicht der Landesregierung hinreichende Mechanismen dafür vor, das Spannungsverhältnis divergierender grundrechtlicher Schutzgüter in Ausgleich zu bringen. Die Landesregierung enthält sich als Teil der Exekutive einer rechtlichen Bewertung von Einzelfällen. Den Beteiligten steht bei Zweifeln der Rechtsweg offen.

3. Hat die Landesregierung Kenntnis darüber, ob nordrhein-westfälische Landesbehörden, Ministerien oder nachgeordnete Institutionen den Verein Campact e.V. finanziell, personell oder organisatorisch unterstützen?

Die Landesregierung hat keine Kenntnis über eine finanzielle, personelle oder organisatorische Unterstützung des Vereins Campact e.V. durch Landesbehörden, Ministerien oder nachgeordnete Institutionen.

4. Inwieweit haben nordrhein-westfälische Unternehmen oder Anstalten des öffentlichen Rechts, insbesondere Sparkassen oder landesnahe Versicherungsvereine, die Landesregierung über Reaktionen auf den Boykottaufruf informiert?

Die Landesregierung wurde über Reaktionen von Unternehmen oder Anstalten des öffentlichen Rechts auf den Boykottaufruf nicht informiert.