

D I E N S T B L A T T DER HOCHSCHULEN DES SAARLANDES

2021	ausgegeben zu Saarbrücken, 4. Januar 2021	Nr. 1
------	---	-------

UNIVERSITÄT DES SAARLANDES

Seite

Richtlinie über die Durchführung von Werbung an der Universität des
Saarlandes
Vom 10. Dezember 2020.....

2

Richtlinie über die Durchführung von Werbung an der Universität des Saarlandes

Vom 10. Dezember 2020

Das Präsidium der Universität des Saarlandes hat nach Stellungnahme des Senats am 10. Dezember 2020 folgt beschlossen

§ 1

Geltungsbereich

(1) Diese Richtlinie regelt die Durchführung von Werbung in den Gebäuden sowie auf den Grundstücken und den Internetauftritten der Universität des Saarlandes (UdS) und der dazugehörigen Einrichtungen.

(2) Örtlicher Geltungsbereich: Die Richtlinie gilt für alle Flächen innerhalb und außerhalb der Gebäude der UdS, die im Verantwortungsbereich der Universität des Saarlandes liegen. Nicht in den Verantwortungsbereich der Universität des Saarlandes fallen die Räumlichkeiten des Studentenwerks im Saarland e. V. und die durch außeruniversitäre Forschungsinstitute und Unternehmen bewirtschafteten Flächen und Gebäude.

(3) Sachlicher Geltungsbereich: Die Regelungen finden Anwendung für Webseiten und Social Media, Apps, E-Mails, Lehrmaterialien und E-Learning, Anzeigen in Druckwerken, Plakatwerbung in bzw. außen an Gebäuden der UdS, Plakat- und Bannerwerbung im Außenbereich auf den Grundstücken der UdS, digitale Informationssysteme, Promotionsaktionen, Informations- bzw. Verkaufsstände, das Verteilen oder Auslegen von Handzetteln und Flyern sowie alle sonstigen Werbeformen zu gewerblichen und nichtgewerblichen Werbezwecken. Unter Werbung wird hier die Anpreisung gewerblicher und nichtgewerblicher Produkte oder Dienstleistungen verstanden, für welche die Universität Geld erhält, das nicht zweckgebunden ist. In Abgrenzung dazu ist Zielsetzung des Sponsorings für den Sponsor einerseits die Förderung eines bestimmten Zwecks und andererseits auch sogenannte kommunikative Zwecke wie beispielsweise die Kontakt- und Imagepflege oder die Steigerung des Bekanntheitsgrades. Sponsoring ist grundsätzlich zielgruppenorientiert und beinhaltet – neben dem Marketing-Interesse – einen gewissen Förderanteil. Sponsoring ist von dieser Richtlinie ausgenommen. Für Sponsoring gilt die Drittmittelrichtlinie der Universität des Saarlandes in der jeweils gültigen Fassung.

(4) Personeller Geltungsbereich („Erlaubnisnehmer/Erlaubnisnehmerin“): Interne Nutzerinnen und Nutzer sind alle natürlichen Personen, die gemäß Artikel 1 bzw. Artikel 7 Grundordnung Mitglieder oder Angehörige der UdS sind sowie deren Vereinigungen ohne Rücksicht auf die Rechtsform, insbesondere die studentischen Vereinigungen nach der „Ordnung für Vereinigungen von Studierenden an der Universität des Saarlandes“. Externe Nutzerinnen und Nutzer sind darüber hinaus alle sonstigen natürlichen und juristischen Personen.

(5) Für die Werbung bei Universitätswahlen werden gesonderte Aushangflächen und Werbemöglichkeiten zur Verfügung gestellt. Die Art und Weise der Nutzung dieser Werbeoptionen wird von dem jeweiligen Wahlausschuss in Absprache mit der Wahlleitung geregelt. Nicht erlaubt ist Werbung im Zusammenhang mit Wahlkämpfen außerhalb der Universitätswahlen mit Ausnahme der Werbung während einer Veranstaltung im

Zusammenhang mit Wahlkämpfen zu hochschul- oder bildungspolitischen Themen nach § 1 Absatz 3 der Richtlinie für die Vergabe von Räumen der Universität des Saarlandes.

(6) Als zweckgebunden gekennzeichnete Bekanntmachungsflächen (z.B. Flächen für Bekanntmachungen von zentralen Organen, Fachrichtungen, zentralen Einrichtungen) stehen zur ausschließlichen Verfügung der Berechtigten.

(7) Der Präsident/Die Präsidentin bzw. sein/ihr Vertreter oder seine/ihre Vertreterin ist zuständig für die Ausübung des Hausrechtes (§ 19 Absatz 1 Satz 2 SHSG). Er/Sie kann sein/ihr Hausrecht durch schriftliche Erklärung auf Mitglieder der Hochschule übertragen. Die Übertragung erfolgt widerruflich. Ohne dass es dazu einer gesonderten Übertragung bedarf, haben die Leiterinnen und Leiter der verschiedenen Organisationseinheiten (z.B. Fakultäten, Saarländische Universitäts- und Landesbibliothek) ein unmittelbar vom Präsidenten/von der Präsidentin abgeleitetes Hausrecht für den Bereich ihrer Organisationseinheit.

(8) Diese Richtlinie stellt eine Ergänzung zu der Richtlinie für die Vergabe von Räumen der Universität des Saarlandes dar.

(9) Über begründete Ausnahmen von dieser Werberichtlinie entscheidet der Präsident/die Präsidentin/das Präsidium; er/sie/es kann diese Entscheidungsbefugnis delegieren.

§ 2

Genehmigungspflicht

(1) Die Durchführung von Werbung auf den öffentlich zugänglichen Grundstücken der UdS durch interne und externe Nutzer und Nutzerinnen ist auf Antrag (schriftlich oder per E-Mail) erst nach vorheriger Genehmigung (schriftlich oder per E-Mail) durch Presse und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation im Präsidialbüro und nur in dem darin festgelegten zeitlichen und örtlichen Umfang zulässig. Aus dem Antrag muss der beabsichtigte Durchführungsort, die Anzahl der Werbeträger und der Zweck der Werbung ersichtlich sein.

(2) Die Durchführung von Werbung durch interne und externe Nutzer und Nutzerinnen in den öffentlich zugänglichen Bereichen in und außen an Gebäuden der UdS ist auf Antrag (schriftlich oder per E-Mail) erst nach vorheriger Genehmigung (schriftlich oder per E-Mail) durch die ansässigen/zuständigen Dekanate, Dezernate, Einrichtungen (im Zweifelsfall: Presse und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation im Präsidialbüro) und nur in dem darin festgelegten zeitlichen und örtlichen Umfang zulässig. Informationen zu den ansässigen/zuständigen Dekanaten, Dezernaten, Einrichtungen finden sich online unter <https://www.uni-saarland.de/fileadmin/upload/verwaltung/marketing/Belegung.pdf>.

(3) Das Präsidium der Universität kann zur Genehmigung und Abwicklung gewerblicher und nichtgewerblicher Werbung durch externe Nutzerinnen und Nutzer einen externen Kooperationspartner beauftragen.

(4) Erlaubnisnehmer/Erlaubnisnehmerin ist derjenige/diejenige, welchem/welcher die Genehmigung erteilt wurde. Weder eine Überlassung an Dritte noch die Wahrnehmung durch Dritte, die nicht Erlaubnisnehmer sind, ist gestattet. Die erteilte Erlaubnis gilt nur für den Erlaubnisnehmer/die Erlaubnisnehmerin.

(5) Die Genehmigung kann auf einen bestimmten zeitlichen und örtlichen Umfang begrenzt, auf Widerruf und unter Bedingungen und mit Auflagen erteilt werden.

(6) Die Genehmigung für Werbeanlagen an Baustellen oder Baustelleneinrichtungen obliegt abweichend von Absatz 1 und Absatz 2 dem Dezernat Campuserwicklung und Baumanagement.

(7) Werbung für Gewerkschaften ist ohne Genehmigung der Universität auf den für Werbung ausgewiesenen Flächen gestattet.

§ 3 Unzulässige Werbung

(1) Nicht gestattet sind Werbung oder Sponsoring, die:

- a. an nicht dafür vorgesehenen Stellen bzw. an einer Stelle, die eine nicht vertretbare Beeinträchtigung der Sicherheit erwarten lässt, durchgeführt werden,
- b. pornographische, sexistische, rassistische, degradierende oder sonstige diskriminierende Inhalte in Wort/Sprache und Bild gegen Einzelpersonen, Nationalitäten, Gruppen, Einrichtungen und Organisationen, dazu gehören insbesondere die Diskriminierung aufgrund von Sprache, Herkunft, Glauben, Geschlecht, politischer Anschauung, Alter, einer Behinderung, Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe, Aussehen, Verhalten, sexueller Orientierung,
- c. Alkoholika (mit Ausnahme von Bier), Tabak, Glücksspiel oder Sex bewerben,
- d. gewaltverherrlichend sind, einen Straftatbestand verwirklichen oder zu strafbaren Handlungen aufrufen,
- e. gegen Gesetze oder behördliche Vorschriften verstoßen,
- f. dem Charakter der UdS als einer rechtsfähigen Körperschaft des Öffentlichen Rechts und zugleich staatlichen Einrichtung als auch den Aufgaben der UdS nicht in angemessener Weise Rechnung tragen,
- g. eine Verkehrsbehinderung oder Lärmbelästigung auf Flächen innerhalb und außerhalb der Gebäude der UdS, die im Verantwortungsbereich der Universität des Saarlandes liegen, verursachen,
- h. den Forschungs-, Lehr-, Studien- und Verwaltungsbetrieb der Universität beeinträchtigen,
- i. politische oder religiöse Ziele verfolgen, politische Parteien und Kirchen bzw. religiöse Vereinigungen bewerben, mit Ausnahme der Werbung für hochschulpolitische/universitäre/gewerkschaftliche, studentische Gruppen und Hochschulgemeinden sowie Veranstaltungen zur politischen Bildung, die eine angemessene Breite des politischen Spektrums abdecken, sofern a) bis h) entsprochen wird.

(2) Jegliche Werbung für Hochschulen und Universitäten (mit Ausnahme von Kooperationspartnern der Universität) und Fitnessstudios bedarf der vorherigen Genehmigung durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation im Präsidialbüro der Universität.

§ 4 Pflichten des Erlaubnisnehmers/der Erlaubnisnehmerin und Rechte der UdS

(1) Der Erlaubnisnehmer/die Erlaubnisnehmerin hat mit Ablauf des in der erteilten Erlaubnis festgelegten zeitlichen Umfangs seine/ihre Werbung zu entfernen bzw. auf eigene Kosten entfernen zu lassen.

(2) Die Universität bzw. die in § 2 genannten zuständigen Stellen sind berechtigt, nicht genehmigte Werbung, nach Ablauf der Erlaubnis laut Absatz 1 nicht entfernte oder außerhalb der vorgesehenen Flächen angebrachte Werbung zu entfernen oder die Anbringung zu untersagen. Die Kosten werden den Urhebern als Schadensersatz in Rechnung gestellt. Bei Wiederholung können die Urheber im Wege der Abmahnung zur Unterlassung weiterer Werbung aufgefordert werden.

(3) Mögliche Verunreinigungen und Beschädigungen von Oberflächen durch das Anbringen und Entfernen von Werbung werden auf Kosten des Verursachers/der Verursacherin gereinigt und/oder in Stand gesetzt.

(4) Sollte es zu (bleibenden) Schäden kommen (z. B. an der Plakatierfläche), kann Schadensersatz gegen den Verantwortlichen/die Verantwortliche geltend gemacht werden. Die für die Werbung verantwortliche Person oder Einrichtung kann dauerhaft von der Möglichkeit der Werbung an der UdS ausgeschlossen werden.

(5) Die Universität übernimmt keine Gewähr für Werbung.

(6) Bei jeglicher Werbung wie Plakaten, Flyern, Handzetteln, Broschüren, Zeitschriften und Aufstellern, die ausgelegt, aufgehängt, aufgestellt oder verteilt werden, muss die Urheberschaft (= Verantwortlicher im Sinne des Presserechts, V.i.S.d.P) deutlich erkennbar sein.

(7) Verstößt eine Werbemaßnahme gegen die Vorgaben dieser Richtlinie, so ist die Maßnahme sofort zu beenden. Etwaige Werbeprodukte oder Informationsmaterialien werden auf Kosten des/der Werbenden entsorgt. Bei Zuwiderhandlungen gegen die Regelungen dieser Richtlinie kann unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit ein Hausverbot ausgesprochen werden. Strafbare Handlungen, insbesondere wegen Sachbeschädigung (§§ 303ff StGB), dem Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (§ 86a StGB) oder Volksverhetzung (§ 130 StGB), werden zur Anzeige gebracht.

§ 5

Erhebung von Entgelten

(1) Die genehmigte Werbung an definierten Orten und zu definierten Zeiten durch interne Nutzerinnen und Nutzer in den Gebäuden und auf dem Campusgelände ist kostenfrei.

(2) Für die Werbung externer, gewerblicher und nichtgewerblicher Nutzerinnen und Nutzer können Entgelte vereinbart werden. Die Werbung für Gewerkschaften ist kostenfrei. Die Abrechnung erfolgt über die in § 2 genannten zuständigen Stellen in Zusammenarbeit mit der Abteilung Mittelbewirtschaftung des Dezernats Forschungsmanagement und Transfer.

(3) Entgeltschuldner sind

1. der Antragsteller/die Antragstellerin,
2. der Erlaubnisnehmer/die Erlaubnisnehmerin,
3. bei unbefugter Nutzung der Urheber/die Urheberin der Werbemaßnahme.

(4) Bei mehreren Entgeltschuldnern einer Werbung haftet jeder als Gesamtschuldner.

(5) Die Entgeltschuld entsteht mit Erteilung der Erlaubnis nach § 2 oder bei Nutzung ohne Erlaubnis mit Durchführung der Werbemaßnahme.

§ 6

Webseiten und Social Media

(1) Externe Werbung auf allen offiziellen Webseiten der Domain uni-saarland.de inklusive der Subdomains, die mit dem Logo der UdS versehen sind und vom Impressum der UdS umfasst sind, ist nicht erlaubt. Links, die auf externe Webseiten führen, die im Wesentlichen Werbezwecken dienen, sind ebenfalls nicht zulässig.

(2) Absatz 1 gilt sinngemäß für die von der UdS zu verantwortenden Bereiche auf Social Media-Plattformen, Apps, E-Mails und sonstige digitale Angebote.

(3) Externe Hinweise und Empfehlungen auf Webseiten und Social Media-Plattformen der UdS sollten einen Mehrwert für die UdS bieten. Zur Entscheidung über das Vorhandensein eines Mehrwerts können im Zweifelsfall Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation im Präsidialbüro zur Beratung hinzugezogen werden. Zulässig sind insbesondere Stelleninserate sowie Werbung für Rekrutierungs- bzw. Karriereveranstaltungen in angemessenem Umfang auf karrierebezogenen Unterseiten.

§ 7

Lehrmaterialien und E-Learning

Für alle gedruckten, audiovisuellen oder in elektronischer Form zur Verfügung gestellten Lehrmaterialien einschließlich E-Learning ist externe Werbung nicht erlaubt. Ebenso sind unzulässig Links, die auf externe Webseiten führen, die im Wesentlichen Werbezwecken dienen.

§ 8

Anzeigen in Druckwerken

(1) Für Publikationen der UdS sowie der dazugehörigen Einrichtungen kann Werbung akquiriert werden. Die Genehmigung von Inseraten erfolgt nach Verfügbarkeit durch den verantwortlichen Herausgeber/die verantwortliche Herausgeberin.

(2) Imagebroschüren und Berichte der UdS sind werbefrei.

§ 9

Plakatwerbung in und an den Gebäuden der UdS

(1) Plakatwerbung in und an den Gebäuden der UdS darf nur an den hierfür ausgewiesenen Stellen erfolgen und ist genehmigungspflichtig und zeitraumgebunden, sofern die Fläche nicht ausdrücklich als freie Aushangfläche gekennzeichnet ist.

(2) Sofern ein Rahmenvertrag mit einem von der Universität hierzu beauftragten externen Kooperationspartner über die Plakatierungsflächen innerhalb eines Gebäudes besteht, werden die betreffenden Plakatierungsflächen ausschließlich durch diesen vergeben.

(3) Plakatierungen an anderen als in den Absätzen 1 und 2 genannten Stellen oder nicht genehmigte Plakatierungen werden durch die in § 2 genannten zuständigen Stellen entfernt. Für die Entfernung jeglicher Plakatierung ohne Genehmigung oder Plakatierung

auf unerlaubten Flächen können die erforderlichen Entsorgungskosten den Urhebern in Rechnung gestellt werden.

(4) Nicht erlaubt sind das Bekleben von Wänden, Türen und Fenstern.

§ 10

Plakat- und Bannerwerbung im Außenbereich auf den Grundstücken der UdS

(1) Plakat- und Bannerwerbung im Außenbereich auf den Grundstücken der UdS ist genehmigungspflichtig und zeitraumgebunden und nur an den von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation ausgewiesenen Flächen und in den vorgegebenen Größen zulässig.

(2) Sofern ein Rahmenvertrag mit einem von der Universität hierzu beauftragten externen Kooperationspartner über Plakat- und Bannerwerbung besteht, werden die im Rahmenvertrag festgelegten Plakat- und Bannerplätze ausschließlich durch diesen vergeben.

(3) Werbung mit thematischem Bezug zum Hochschulwesen wird bevorzugt.

(4) Belegungen an nicht ausgewiesenen Flächen oder nicht genehmigte Plakatierungen/Banner werden umgehend entfernt. Für jegliche Plakatierung/Banneranbringung ohne Genehmigung oder auf unerlaubten Flächen und deren Entfernung können die Beseitigungskosten in Rechnung gestellt werden.

§ 11

Digitale Informationssysteme

Für digitale Informationssysteme vor Ort finden die §§ 9 und 10 über die Regelung zur Plakatierung/Bannerwerbung entsprechend Anwendung.

§ 12

Promotionsaktionen und Informations- bzw. Verkaufsstände

(1) Promotionsaktionen sowie Informations- und Verkaufsstände, das Anbringen oder das Aufstellen von Werbeanlagen und Werbeständen sowie das Verteilen von Werbematerialien jedweder Art, das Aufstellen von Warenverkaufs- oder Warenrücknahmeautomaten, der Verkauf von Waren und die Entgegennahme von Warenbestellungen zu privaten oder gewerblichen Zwecken in den Gebäuden oder auf dem Gelände der Universität sind genehmigungspflichtig gemäß § 2 und entgeltpflichtig. Ausgenommen von der Entgeltspflicht sind interne Nutzer und Nutzerinnen der Universität.

(2) Eine Genehmigung wird nur erteilt, sofern brandschutzrechtliche Auflagen und Raumnutzungen innerhalb des Gebäudes dem nicht entgegenstehen und die Interessen der UdS gewahrt werden.

§ 13

Flyerverteilung

Die Verteilung von Flyern auf dem Gelände und in den Gebäuden der UdS ist genehmigungspflichtig. Für die Genehmigung der Flyerverteilung im Außenbereich sind Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation zuständig, für die

Genehmigung in Gebäuden die in § 2 genannten zuständigen Stellen (im Zweifelsfall: Presse und Öffentlichkeitsarbeit/Marketing und Kommunikation im Präsidialbüro).

(2) Für das Einsammeln von nicht genehmigten, verteilten Flyern, können den Urhebern die Beseitigungskosten in Rechnung gestellt werden.

§ 14 Inkrafttreten

(1) Die Verfügung des Universitätspräsidenten zur Regelung für das Plakatieren und Verteilen von Informationsmaterial auf dem Gelände und in den Gebäuden der Universität des Saarlandes vom 19. September 2019 wird hiermit aufgehoben.

(2) Diese Richtlinie tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung im Dienstblatt der Hochschulen des Saarlandes in Kraft.

Saarbrücken, 16. Dezember 2020



Der Universitätspräsident
Univ.-Prof. Dr. Manfred Schmitt