

# HAUSMITTEILUNG

HERAUSGEGEBEN VON DEM UNIVERSITÄTSPRÄSIDENTEN

C0/2021/02– Saarbrücken, 2. Februar 2021

An alle Mitglieder der Universität des Saarlandes

Sehr geehrte Damen und Herren,

unsere Universität steht bei all ihren Tätigkeiten auch mit vielen externen Akteuren im Austausch, darunter Hochschulen, Institutionen, Vereine, Verbände und Unternehmen. Sie versteht sich nicht als einen abgeschlossenen Raum, sondern ist offen für Anregungen, Informationen und Kooperationen verschiedenster Art. Dazu gehört auch, dass an allen Standorten im Verantwortungsbereich der Universität und allen Flächen innerhalb und außerhalb der UdS seit Jahrzehnten gemeinnützige und kommerzielle Werbung grundsätzlich möglich ist und von vielen Universitätsmitgliedern – zentral wie dezentral – regelmäßig mit Vermarktungspartnern umgesetzt wird.

Bestimmte Werbeinhalte sind jedoch unvereinbar mit dem Selbstverständnis der Universität als Bildungs- und Wissenschaftsinstitution. Vor diesem Hintergrund haben sich Präsidium und Senat der Universität auf Basis einer umfassenden Bestandsaufnahme der dezentralen und zentralen Werbeaktivitäten an der Universität mit dem Thema der Vereinbarkeit von Werbung und Werbeinhalten und dem Selbstverständnis der Universität befasst und in diesem Kontext zwecks Neuausrichtung und Regulierung der Werbung in Online- und Offline-Medien und an den Standorten der UdS die [„Richtlinie über die Durchführung von Werbung an der Universität des Saarlandes“](#) vom 10.12.2020 (kurz: Werberichtlinie) beschlossen, ebenso die Neu-Ausschreibung der Kooperation mit einer Agentur für Campusvermarktung.

Die neue Werberichtlinie bietet klare und eindeutige Grundnormen für die Umsetzung zukünftiger Werbeaktivitäten und wurde in Abstimmung mit dem Senat, den Fakultäten sowie den Dezernaten und Einrichtungen der zentralen Verwaltung erstellt; auf Online-Werbung wird verzichtet. Sexistische, rassistische, degradierende oder sonstige diskriminierende Werbeinhalte, Werbung für politische oder religiöse Ziele, Werbung für hochprozentigen Alkohol, Tabak, Glücksspiel und Sex werden über die Werberichtlinie an der Universität explizit verboten.

Die Richtlinie sieht die Prüfung und Freigabe aller Werbeinhalte durch die zuständigen Stellen der Universität vor der Veröffentlichung vor. Für Werbung in und an [Gebäuden](#) können die ansässigen Fakultäten, Einrichtungen etc. im Rahmen der Vorgaben der Werberichtlinie selbst darüber entscheiden, in welchem Umfang sie hier Werbung zulassen möchten.

Das Ausschreibungsverfahren zur Neu-Vergabe der Campusvermarktung an einen externen Kooperationspartner ist bereits eröffnet. Der zukünftige Partner soll in Absprache mit dem Bereich Hochschulmarketing die Anbahnung und Abwicklung externer Werbung an fest definierten Werbeplätzen an den universitären Standorten und in den Gebäuden (nach Absprache mit den Fakultäten/Gebäudeverantwortlichen) betreuen. Davon unberührt bleiben sonstige Werbevereinbarungen der Fakultäten/Fächer, insbesondere im Zusammenhang mit Lehre und Forschung, weiterhin möglich. Der Bereich Sponsoring wird wie bisher über die Drittmittelrichtlinie der Universität geregelt.

Die neuen Regularien bitte ich zu beachten und entsprechend umzusetzen.

Mit freundlichen Grüßen  
gez. Professor Dr. M. Schmitt  
Universitätspräsident