



Studierendenschaft
der
Universität zu Lübeck

Werberichtlinie

§1

Geltungsbereich

- (1) Diese Richtlinie regelt den Umgang mit Werbung, Sponsoring und Kooperationen in der Studierendenschaft.
- (2) Im Folgenden bezeichnet Gruppe ein studentisches Gremium, eine studentische Gruppe oder die Organisationsgruppe einer Veranstaltung.
- (3) Darüber hinaus ist diese Richtlinie eine Empfehlung für alle anderen Gruppierungen, die nicht unter Absatz 2 fallen.

§2

Grundsätze

- (1) Der beworbene Inhalt und das Unternehmen müssen den Grundsätzen der Studierendenschaft entsprechen. Insbesondere sind die Grundsätze hinsichtlich Recht, Politik, Ethik, Ökologie und Ökonomie zu beachten.
- (2) Es findet keine Werbung für Tabakwaren statt. Werbung für Alkohol darf nur in einem verhältnismäßigen Maß erfolgen.
- (3) Werbeanfragen, Sponsoring und Kooperationen mit politisch oder politisch motivierten Gruppen, Initiativen, Partner*innen sowie Parteien müssen im Allgemeinen Studierendenausschuss abgestimmt werden.
- (4) Im Einzelfall kann der Allgemeine Studierendenausschuss Ausnahmen von dieser Richtlinie beschließen. Der Allgemeine Studierendenausschuss muss diese Entscheidung gegenüber dem Studierendenparlament rechtfertigen. Das Studierendenparlament kann die Ausnahme widerrufen.
- (5) In Ausnahmefällen kann der Vorsitz des Allgemeinen Studierendenausschusses oder das Referat für Öffentlichkeitsarbeit jegliche Werbung der Studierendenschaft unterbinden, mit der Wirkung, dass über diese Werbung auf der nächstmöglichen Sitzung des Allgemeinen Studierendenausschusses abgestimmt wird.

§3

Werbung der Studierendenschaft

- (1) Die Studierendenschaft sollte aus eigenen Beweggründen und ohne dass Gegenleistung erfolgt ausschließlich lokale und Campus-nahe Unternehmen oder solche, für die Werbung der Studierendenschaft unmittelbar zugutekommt bewerben.
- (2) Von Absatz 1 ausgenommen sind Werbepartner*innen der Universität zu Lübeck, solange sie den Grundsätzen nach §2 entsprechen.
- (3) Es findet keine Werbung auf den Internetseiten der studentischen Gremien statt. Studentische Gruppen dürfen auf ihren eigenen Internetseiten Werbung machen.
- (4) Werbung darf in Form von Plakaten und Bannern, Moodle Nachrichten und Beiträgen in sozialen Medien auftreten.
- (5) In der Werbung soll erkenntlich werden, wieso die Studierendenschaft das Unternehmen bewirbt.

§4

Werbung bei kommerziellen Werbeanfragen

- (1) Werbeanfragen sind Bitten von Unternehmen oder Personen an die Studierendenschaft, etwas als Studierendenschaft ohne Gegenleistung zu bewerben. Über die Werbeanfrage entscheidet die angefragte Gruppe im Rahmen dieser Richtlinie.
- (2) Es findet keine Werbung auf den Internetseiten der studentischen Gremien statt.
- (3) Es findet keine Werbung über E-Mails oder Moodle-Beiträge, die nur die Werbung als Inhalt haben, statt. Werbung in E-Mails oder Moodle-Beiträgen ist bei einer begleitenden Einordnung oder in thematisch passenden Nachrichten der Gruppe möglich.
- (4) Werbung darf in anderen Formen als den in Absatz 2 und 3 genannten auftreten, insbesondere in Form von Flyern, Plakaten und Bannern und auf Social-Media-Kanälen auftreten.
- (5) Bei Werbeanfragen sollen Studierende der Hochschulen Lübecks einen exklusiven Vorteil in Bezug auf das Beworbene erhalten. Dies gilt auch für gesellschaftliche Vorteile. Abweichend von Satz 1 können stattdessen auch die Grundsätze oder Projekte der Studierendenschaft unterstützt werden.
- (6) Mittelständische oder lokale Unternehmen sind zu bevorzugen.
- (7) Eine längerfristige Werbevereinbarung ist möglich.

§5

Sponsoring

- (1) Sponsoring ist ein Bewerben, bei dem die Studierendenschaft eine finanzielle Gegenleistung oder Sachspende erhält.
- (2) Über das Eingehen von Sponsoring-Vereinbarungen entscheidet die Gruppe im Rahmen dieser Richtlinie, insbesondere unter Einhaltung der in §2 genannten Grundsätze. Verträge und Vereinbarungen dürfen ausschließlich vom Vorsitz des Allgemeinen Studierendenausschusses unterschrieben werden.
- (3) Einzelne Werbebeiträge für Sponsor*innen in sozialen Medien sind erlaubt, solange sie verhältnismäßig bleiben.

- (4) In E-Mails, Moodle-Beiträgen und auf Webseiten dürfen Sponsor*innen genannt werden.
- (5) Längerfristige Sponsoring-Vereinbarungen sind erlaubt.

§6

Kooperationen

- (1) Eine Kooperation liegt vor, wenn ein Unternehmen oder eine Person Mitveranstalter*in einer oder mehrerer Veranstaltungen ist.
- (2) Kooperationspartner*innen dürfen genannt und beworben werden. Insbesondere sind für Kooperationspartner*innen Ausnahmen von den §§4 und 5 gestattet.
- (3) Längerfristige Kooperationen sind erlaubt.

§7

Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung durch das Studierendenparlament in Kraft und ersetzt die Richtlinie für Werbung Dritter über die AStA-Kanäle vom 07.01.2019.

Lübeck, den 26.05.2021

Marie-Theres Dammann

Präsidentin des 49. Studierendenparlaments der Universität zu Lübeck