

# MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



[www.uni-graz.at/zvwww/miblatt.html](http://www.uni-graz.at/zvwww/miblatt.html)

25. SONDERNUMMER

---

Studienjahr 2011/12

Ausgegeben am 11. 4. 2012

27.d Stück

---

## **Richtlinie**

zur entgeltlichen und unentgeltlichen Bewerbung  
von Leistungen aller Art an der Universität Graz  
„Werberichtlinie der Universität Graz“

Diese Richtlinie wurde am 22. März 2012 im Rektorat beschlossen.

**Impressum:** Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz,  
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.  
Anschrift der Redaktion: Administration und Dienstleistungen, Universitätsdirektion, Universitätsplatz 3,  
8010 Graz. E-Mail: [mitteilungsblatt@uni-graz.at](mailto:mitteilungsblatt@uni-graz.at)

**Richtlinie zur entgeltlichen und unentgeltlichen Bewerbung  
von Leistungen aller Art an der Universität Graz  
„Werberichtlinie der Universität Graz“**

**§1 Sachlicher Wirkungsbereich**

- (1) Diese Richtlinie gilt für alle kommerziellen und nichtkommerziellen, entgeltlichen und unentgeltlichen Werbemaßnahmen in digitaler und analoger Form.
- (2) Sie gilt insbesondere für alle internen und externen Institutionen, die Werbung am Campus und an und in Bauwerken der Universität Graz durchführen möchten.
- (3) Interne Institutionen sind alle Leitungsorgane, Fakultäten, Akademischen Einheiten, Verwaltungseinheiten und sonstige Einheiten die nach Verlautbarung im Mitteilungsblatt im Organisationsstammbaum von UNIGRAZonline der Universität Graz aufscheinen.
- (4) Externe Institutionen sind alle anderen Einrichtungen.

**§2 Örtlicher Wirkungsbereich**

- (1) Diese Richtlinie gilt in allen Bauwerken und Liegenschaften (inkl. Außenfassade und Dachbereich) und Freibereiche, die der Universität Graz zugeordnet sind.
- (2) Als Bauwerke und als Freibereiche gelten alle angemieteten Gebäude bzw. Gebäudeteile bzw. alle diejenigen Bereiche die im Rahmen von Miete, Pacht oder Kauf im Besitz bzw. im Eigentum der Universität Graz stehen.

**§3 Arten von Werbung**

- (1) Die Universität Graz unterscheidet kommerzielle und nicht kommerzielle Werbung.
- (2) Als kommerzielle Werbung gilt jede Handlung bei der Ausübung eines Handels, eines Gewerbes, eines Handwerks oder freien Berufes, die entgeltlich oder gegen Gegenleistung getätigt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren bzw. Dienstleistungen zu fördern. Als kommerzielle Werbung gilt auch jede Form der Eigen(be)werbung.
- (3) Als nichtkommerzielle Werbung gilt jede Handlung, die nicht gegen Entgelt oder gegen sonstige Gegenleistung, für karitative Zwecke, für Informationsankündigungen wissenschaftlicher, kultureller oder gesellschaftsfördernder Art oder zum Zwecke eines Privatinsertes, durchgeführt wird.

**§4 Entgeltliche und unentgeltliche Werbung**

- (1) Als entgeltliche Werbungen gelten alle Werbungen, die als kommerzielle Werbung einzustufen sind, insbesondere Plakate, Flyer, Promotiontätigkeiten und Screens (Werbung in TV ähnlichen Geräten) als auch kommerzielle Werbung in digitaler Form, insbesondere Onlinewerbung.
- (2) Unentgeltliche Werbungen sind alle Formen der Werbung gem. § 3 Abs 3, wenn nachgewiesen werden kann, dass der Zweck der Werbung eine nichtkommerzielle Absicht gem. § 3 Abs 3 verfolgt.
- (3) Die Universität Graz behält sich vor, Werbemaßnahmen, die nicht wirtschaftlich ausgerichtet sind und/oder von öffentlichen oder sozialen Interessen getragen werden und/oder in Ausübung von Tätigkeiten im Rahmen des eigenen Wirkungsbereiches der HochschülerInnenschaft an der Universität Graz unter Berücksichtigung gesonderter Konditionen zu bewerten.

## **§5 Anmeldepflicht**

- (1) Sämtliche beabsichtigten kommerziellen Werbemaßnahmen sind anmelde- und genehmigungspflichtig. Sämtliche kommerziellen Werbemaßnahmen dürfen nur durchgeführt werden, wenn eine vorherige schriftliche Genehmigung vorliegt.
- (2) Die Prüfung und Genehmigung von Anmeldungen von Werbung wird von der vom Rektorat mit dieser Aufgabe betrauten Verwaltungseinheit durchgeführt.
- (3) Die zuständige Verwaltungseinheit ist berechtigt, ein entsprechendes Formular mit den Anmeldemodalitäten und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung aufzulegen und dafür zu sorgen, dass eine Übersicht über die möglichen Werbearten an der Universität Graz für alle externen und internen Personen bzw. Institutionen aufliegt.
- (4) Die Anträge bzw. Anmeldungen von Werbemaßnahmen werden im Rahmen eines Genehmigungsprozesses überprüft. Prüfungsinhalt sind die Grundsätze der Universität Graz zur Bewertung von Werbemaßnahmen.

## **§6 Prüfung und Verfahrensweg der Werbungsanmeldung**

- (1) Jede beabsichtigte kommerzielle Werbung muss schriftlich angemeldet werden. Werbeverantwortliche Personen/Institutionen haben sich im vollen Umfang auszuweisen. Eine Anmeldung durch Dritte ist grundsätzlich nicht genehmigungsfähig.
- (2) Werbeinhalt, Art und Umfang der beabsichtigten Werbung sind dem Antrag beizulegen bzw. sind der prüfenden Verwaltungseinheit vorab bekannt zu geben.
- (3) Seitens der Universität Graz besteht kein Kontrahierungszwang. Ein Anspruch auf Durchführung von Werbemaßnahmen und die freie Wahl von Ort und/oder Zeit nach Antragstellung besteht nicht.
- (4) Die Prüfung beinhaltet die Zulässigkeit der Werbung, die Einstufung der Werbung und die Feststellung der Durchführbarkeit der Werbung.
- (5) Anmeldungen werden nach Eintreffen gereiht. Das Einlangen einer Anmeldung bestimmt den Zeitpunkt der Ausübung einer genehmigten Werbung.
- (6) Die zuständige Verwaltungseinheit hat eine Zustimmungsbefugnis für Werbungen betreffend besonderer Ansprüche, die im Rahmen von Kooperationsvereinbarungen an der Universität Graz durchgeführt werden.

## **§7 Werbung durch gesetzliche Interessensvertretungen der Universität Graz**

- (1) Beabsichtigte kommerzielle Werbemaßnahmen durch gesetzliche Interessensvertretungen unterliegen den Bestimmungen dieser Richtlinie und sind anmelde- und genehmigungspflichtig. Davon ausgenommen sind jene örtlichen Bereiche, insbesondere Schautafeln und Räumlichkeiten, die den Interessensvertretungen zur Ausübung ihrer gesetzlich definierten Tätigkeiten von der Universität zugewiesen sind.
- (2) Im Rahmen ihrer gesetzlich definierten Tätigkeiten werden den Interessensvertretungen besondere Konditionen eingeräumt. Die Festlegung der Sonderkonditionen obliegt dem Rektorat. § 10 dieser Richtlinie bleibt davon unberührt.
- (3) Allfällig vorhandene Ansprüche von WerbepartnerInnen sind zu wahren und eine konkurrierende Werbesituation ist zu vermeiden.

## **§8 Werbung durch Fakultäten/ Akademische Einheiten/ Verwaltungseinheiten/ Leistungsbereiche**

- (1) Beabsichtigte kommerzielle Werbemaßnahmen durch Fakultäten / Akademischen Einheiten/ Leistungsbereichen/ Verwaltungseinheiten bzw. Beteiligungen unterliegen den Bestimmungen dieser Richtlinie und sind anmelde- und genehmigungspflichtig.
- (2) Im Rahmen von Eigenwerbung, von nichtkommerzieller Werbung, insbesondere die Ankündigung von wissenschaftlichen Veranstaltungen, ist die Werbetätigkeit unentgeltlich, sofern die dafür zur Verfügung gestellten Informations- und Schautafeln verwendet werden. § 10 dieser Richtlinie bleibt davon unberührt.
- (3) Allfällig vorhandene Ansprüche von WerbepartnerInnen sind zu wahren und eine konkurrierende Werbesituation ist zu vermeiden.

## **§9 Preisgestaltung**

- (1) Alle Formen der kommerziellen Werbung sind entgeltlich.
- (2) Die Höhe des Entgelts ergibt sich aus dem Preisspiegel der Universität Graz. Die Genehmigung des Preisspiegels und der jährlichen Indexanpassung obliegt dem Rektorat.
- (3) Das Entgelt beinhaltet die Werbeabgabe iSd Werbeabgabegesetzes 2000. Die Universität ist nicht vorsteuerabzugsfähig, daher erfolgt keine Angabe der Umsatzsteuer.

## **§10 Unzulässige Werbung**

- (1) Als unzulässige Werbung und damit als nicht genehmigungsfähig gelten alle Werbeanzeigen:
  - a) von alkoholischen Getränken ab einem Alkoholgehalt von 15% Vol., Tabakwerbung iSd § 1 Abs 7 Tabakgesetz, alle sonstigen Narkotika oder Suchtmittel- oder suchtmittelartigen Substanzen,
  - b) die als sexistisch, herabwürdigend oder rassistisch iSd Gesetzes gewertet werden,
  - c) die religiöse, ethnische oder sonstige Verhetzungen aufweisen,
  - d) die eine Diskriminierung einer Personengruppe indizieren könnten,
  - e) die Nachhilfe- und/oder Vorbereitungskurse für universitäre Lehrveranstaltungen und Prüfungen zum Inhalt haben;
- (2) Werbung darf nur in eigener Sache durchgeführt werden. Eine Werbung oder Bewerbung Dritter auf den eigenen Werbemitteln ohne vorherige Genehmigung durch die Universität Graz ist unzulässig und führt zum sofortigen Verlust der Werbegenehmigung.
- (3) Die Universität Graz behält sich das Recht vor, Werbung als unzulässig zu bewerten, wenn auf Grund des Werbeinhaltes eine negative Außenwirkung zu befürchten ist.

## **§11 Werbungsmöglichkeiten (analoge/digitale Werbung)**

- (1) Als analoge Werbung gelten insbesondere:
  - a) **Plakate:** Diese dürfen ausschließlich an den dafür vorgesehenen Stellen angebracht werden. Plakate werden ausschließlich von MitarbeiterInnen der zuständigen Verwaltungseinheit angebracht. Nicht angemeldete bzw. nicht genehmigte Plakate werden ausnahmslos und kostenpflichtig entfernt.
  - b) **Promotiontätigkeiten:** Die örtliche Zuweisung erfolgt ausschließlich durch die zuständige Verwaltungseinheit. Gemietet werden Stellflächen, Zeitdauer und anfallende Anschlüsse. Sonstige Bedarfe werden gesondert verrechnet. Getränkeauschank, Essensverteilungen, Mitgaben von „Give-aways“ oder

sonstige unentgeltliche Tätigkeiten im Rahmen einer Promotiontätigkeit sind anmelde- und genehmigungspflichtig.

- c) **Mobile Werbetafeln:** Die Aufstellung erfolgt ausschließlich unter der Anweisung von MitarbeiterInnen der zuständigen Verwaltungseinheit. Die Regelungen für Plakate sind analog anzuwenden. Mobile Werbetafeln haben bruchstabil und witterungsbeständig zu sein.
- d) **Flyer:** Die örtliche Zuweisung und die Zeitdauer der Verteilung erfolgt durch die zuständige Verwaltungseinheit. Im Rahmen einer Verteilaktion ist ausschließlich eine Hand zu Hand Verteilung zulässig. Das Ablegen bzw. Auflegen von Flyern an Örtlichkeiten am Campus und/oder an Fahrzeugen und Fahrrädern ist unzulässig und führt zum Entzug der Genehmigung. Allenfalls abgelegte Flyer werden kostenpflichtig entfernt;
- e) **Schaukästen/Informationstafeln:** Schaukästen und/oder Informationstafeln dienen der Information. An den an Institutionen zugewiesenen Schau- bzw. Informationstafeln ist eine nicht genehmigte Werbung, so sie kommerziellen Inhalt hat, unzulässig und wird kostenpflichtig entfernt.

(2) Als digitale Werbung gelten insbesondere:

- a) **TV ähnliche Werbung:** Die Universität bietet digitale Werbeflächen an. Diese unterliegen derselben Regelung wie die der analogen Werbung.
- b) **Onlinewerbung:** Onlinewerbung findet ausschließlich auf den von der Universität Graz gehosteten Seiten statt (Domain: <http://www.uni-graz.at> inkl. Subdomains). Die Universität behält sich die Werbefreiheit von Domains bzw. Subdomains vor. Die Werbung beinhaltet die Abbildung von angemeldeten genehmigten Werbesujets. Die Sujets haben sich nach den Vorgaben der zuständigen Verwaltungseinheit zu richten. Es besteht kein Anspruch auf eine Orts- und/oder Zeitwahl. Eine Onlinewerbung wird nach Zeitdauer und Anzahl der Seiten auf denen sie erscheint, verrechnet.
- c) **Direct Mails:** Direkte bzw. indirekte kommerzielle Werbung mittels E-Mail Adressen von Angehörigen der Universität Graz ist unzulässig.

## §12 Orte der Werbungsmöglichkeiten an der Universität Graz

- (1) Im Rahmen dieser Richtlinie werden von der zuständigen Verwaltungseinheit Orte und Möglichkeiten der Werbung konkretisiert und Interessierten zur Kenntnis gebracht.
- (2) Werbung kann nur in den hierfür definierten Bereichen durchgeführt werden. Alle anderen Bereiche der Universität stehen für eine Werbung nicht zur Verfügung.
- (3) Es besteht kein Anspruch auf die Örtlichkeit, die Universität Graz kann nach eigenem Ermessen, insbesondere bei Erkennen von dauerhaften Verstößen gegen diese Richtlinie, Gebäude bzw. Freibereiche von den Werbemaßnahmen ausnehmen.
- (4) Ausdrücklich ausgeschlossen für jede Art der kommerziellen Werbung ist die Benutzung von schwarzen Brettern. Als schwarze Bretter werden diejenigen Informationstafeln bezeichnet, die ausschließlich für Informationen, Ankündigungen, weiterführende Informationen, nichtkommerzielle Werbung und Privatinserate zur Verfügung stehen. Die Benutzung von schwarzen Brettern für kommerzielle Werbung führt zur kostenpflichtigen Entsorgung.
- (5) Die in Absatz 4 genannten Informationstafeln sind entsprechend zu kennzeichnen.

### **§13 Vertragsformen**

- (1) Im Zuge der Erstellung von Vereinbarungen, die einen wesentlichen Werbehintergrund aufweisen, ist die zuständige Verwaltungseinheit zum Zeitpunkt der Verhandlung einzubinden.
- (2) Der Werbehintergrund ist dann wesentlich, wenn die beabsichtigte Art der Werbung unter den Bestimmungen dieser Richtlinie subsumierbar ist.
- (3) Die zuständige Verwaltungseinheit hält eine gesamtuniversitäre Übersicht über alle Werbemaßnahmen evident.
- (4) Genehmigungen werden schriftlich zugestellt. Eine Pönale im Falle des Verstoßes gilt als vereinbart. Die Pönale richtet sich nach den allgemeinen Geschäftsbedingungen der Universität Graz für den Bereich Werbung.

### **§14 Verstöße**

- (1) Bei erstmalig erkannten Verstößen gegen diese Richtlinie erfolgt eine schriftliche Abmahnung durch die Universität Graz.
- (2) Im Wiederholungsfall wird die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vereinbarte Pönale durch die Universität Graz eingefordert.  
Darüber hinaus, behält sich die Universität Graz das Recht vor, Unterlassungs- bzw. Schadenersatzforderungen geltend zu machen.

### **§15 Sonstiges**

- (1) Mit Inkrafttreten dieser Richtlinie nach Verlautbarung im Mitteilungsblatt der Universität Graz treten alle bisherigen Regelungen zu diesem Themenbereich außer Kraft.
- (2) Die Haus- und Brandschutzordnung idgF. ist bei der Handhabung von Werbung zu beachten. Im Falle eines Verstoßes gegen die Haus- und/oder Brandschutzordnung ist die Universität Graz berechtigt die betroffene Werbung sofort zu entfernen bzw. sofort einstellen zu lassen.
- (3) Für den Vollzug der Richtlinie ist die namhaft gemachte Verwaltungseinheit zuständig.

Die Rektorin:  
Neuper