

## **Antwort**

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage Nr. 1521  
des Abgeordneten Peer Jürgens  
Fraktion der Linkspartei.PDS  
Drucksache 4/3777

### **Werbeeinnahmen an Bildungseinrichtungen II**

Wortlaut der Kleinen Anfrage Nr. 1521 vom 28. November 2006:

Die Finanzierung des Bildungswesens ist in Deutschland in erster Linie Aufgabe der öffentlichen Hand. Neben Drittmitteln nehmen jedoch auch privatwirtschaftliche Werbetätigkeiten an staatlichen Bildungseinrichtungen zu. Dies führt häufig zu Kritik von verschiedenen Stellen.

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Kenntnis hat die Landesregierung über die Höhe und die Verwendung von Werbeeinnahmen an Hochschulen in Brandenburg?
2. In welchen Branchen sind die Werbenden überwiegend tätig?
3. Handelt es sich bei den Werbenden vor allem um Unternehmen mit lokalem Bezug zu der jeweiligen Hochschule?
4. Wie gestaltet sich das Genehmigungsverfahren von Werbung an der Hochschule? Gibt es dazu eine Richtlinie der Landesregierung? Sind alle Betroffenenengruppen beteiligt?
5. Inwiefern sieht die Landesregierung die Gefahr, dass bestimmte Hochschulen aufgrund ihrer Lage bessere Voraussetzungen für Angebote von Werbung besitzen und daher eine Ungleichbehandlung auftreten kann?
6. Inwiefern sieht die Landesregierung in der Werbung an staatlichen Hochschulen Handlungsbedarf, vor allem vor dem Hintergrund der in Art. 5 Abs. 3 des Grundgesetzes garantierten Freiheit von Bildung und Wissenschaft?
7. Wie beurteilt die Landesregierung grundsätzlich die Tendenz, über Werbung an Hochschulen Einnahmen zu erwirtschaften?

Datum des Eingangs: 21.12.2006 / Ausgegeben: 28.12.2006

Namens der Landesregierung beantwortet die Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kultur die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1:

Welche Kenntnis hat die Landesregierung über die Höhe und die Verwendung von Werbeeinnahmen an Hochschulen in Brandenburg?

Zu Frage 1:

Über Werbung nehmen die Hochschulen in unterschiedlichem Umfang Mittel ein, deren Höhe über die Jahre stark schwankt. Es handelt sich ganz überwiegend um geringe Beträge von weniger als 10.000 Euro jährlich pro Hochschule, die zumeist für den Druck von Printerzeugnissen (Forschungsberichte, Vorlesungsverzeichnisse) verwendet werden.

Frage 2:

In welchen Branchen sind die Werbenden überwiegend tätig?

Zu Frage 2:

Die Werbenden sind lokale und regionale Dienstleistungsunternehmen des Tourismus, des Sports und der Kultur sowie der Medien und Werbung, aber auch Banken, Krankenkassen und Versicherungen sowie Energieunternehmen und Verlage.

Frage 3:

Handelt es sich bei den Werbenden vor allem um Unternehmen mit lokalem Bezug zu der jeweiligen Hochschule?

Zu Frage 3:

Es handelt sich ganz überwiegend um regional ansässige, in Einzelfällen um überregionale Unternehmen.

Frage 4:

Wie gestaltet sich das Genehmigungsverfahren von Werbung an der Hochschule? Gibt es dazu eine Richtlinie der Landesregierung? Sind alle Betroffenenengruppen beteiligt?

Zu Frage 4:

Auf Grund des geringen Umfangs entscheiden die Hochschule überwiegend im Einzelfall über Werbeangebote. Eine Universität hat im Interesse der Steuerung des Werbegeschehens auf dem Universitätsgelände, insbesondere zur Unterbindung von „Wildwerbung“, einen privaten Dienstleister eingeschaltet, der vertraglich verpflichtet ist, sittenwidrige, diskriminierende, politische und religiöse Werbung nicht zuzulassen. Verboten ist auch Werbung für Alkohol und andere Drogen sowie Tabakwaren.

Eine Richtlinie der Landesregierung zur Werbung an Hochschulen besteht nicht. Der sachgerechte Umgang mit Werbung ist Angelegenheit der Hochschulen selbst im Rahmen ihrer Autonomie. Umstände, die ein Tätigwerden der Landesregierung erforderlich machen würden, sind nicht ersichtlich.

Auch unter Berücksichtigung der festgestellten Praxis vertritt die Landesregierung die Auffassung, dass die Erwirtschaftung von Werbeeinnahmen an Hochschulen die akademische Selbstverwaltung und damit die einzelnen Statusgruppen allenfalls am Rande berührt und damit der Zuständigkeit der Hochschulleitung und der Hochschulverwaltung zuzuordnen ist.

Frage 5:

Inwiefern sieht die Landesregierung die Gefahr, dass bestimmte Hochschulen aufgrund ihrer Lage bessere Voraussetzungen für Angebote von Werbung besitzen und daher eine Ungleichbehandlung auftreten kann?

Zu Frage 5:

Die Landesregierung vertritt die Auffassung, dass die Voraussetzungen für die Hochschulen, durch Werbetätigkeit Einnahmen zu erzielen, bedingt durch ihren Standort, ihr Profil und ihre Größe unterschiedlich sind. Es geht hierbei allerdings nicht, wie in der Fragestellung angenommen, um eine durch staatliches Handeln veranlasste „Ungleichbehandlung“, die mit Blick auf Artikel 3 des Grundgesetzes relevant wäre, sondern um Vertragsverhältnisse zwischen Hochschulen und Wirtschaftsbetrieben, die durch die genannten Strukturparameter der Hochschulen und die regionalen Marktgegebenheiten geprägt sind. Regulierende staatliche Eingriffe sind hier um so weniger angezeigt, als Werbung für die Einnahmesituation der Hochschulen nur geringe Bedeutung hat (vgl. die Antwort auf Frage 1.) und ganz überwiegend von lokal und regional tätigen Unternehmen ausgeht.

Frage 6:

Inwiefern sieht die Landesregierung in der Werbung an staatlichen Hochschulen Handlungsbedarf, vor allem vor dem Hintergrund der in Art. 5 Abs. 3 des Grundgesetzes garantierten Freiheit von Bildung und Wissenschaft?

Zu Frage 6:

Artikel 5 Abs. 3 Satz 1 Grundgesetz schützt die Freiheit von Wissenschaft, Forschung und Lehre einerseits als institutionelle Garantie, die den Staat verpflichtet, die Pflege der freien Wissenschaft und ihre Vermittlung durch Bereitstellung funktionsfähiger Institutionen personell, finanziell und organisatorisch zu fördern. Andererseits wird die wissenschaftliche Betätigung des Einzelnen als Abwehrrecht gegen staatliche Eingriffe geschützt (Bundesverfassungsgericht, Urt. vom 29. Mai 1973, BVerfGE 35, 79, 112, 114 f.). Unter Berücksichtigung dieser Maßstäbe sind Gefahren für die Wissenschaftsfreiheit durch Werbemaßnahmen an Hochschulen nicht ersichtlich.

Frage 7:

Wie beurteilt die Landesregierung grundsätzlich die Tendenz, über Werbung an Hochschulen Einnahmen zu erwirtschaften?

Zu Frage 7:

Mit Blick auf die geringe Bedeutung von Werbung für die Einnahmesituation an Hochschulen (vgl. die Antwort auf Frage 1.) ist aus Sicht der Landesregierung die mit der Fragestellung angenommene Tendenz nicht erkennbar und entzieht sich somit einer politischen Beurteilung. Soweit Einnahmen im gegenwärtigen Rahmen erzielt werden, bestehen dagegen keine Bedenken.