

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	13
1. Kapitel: Einleitung und Gang der Untersuchung	17
2. Kapitel: Grundlagen des Hochschulsponsoring	20
§ 1 Der Begriff des Hochschulsponsoring	20
A. Das Sponsoring	20
B. Das Hochschulsponsoring	22
§ 2 Abgrenzung zu anderen Formen der (Co-)Finanzierung durch Private	25
A. Mäzenatentum	25
I. Begriffsbestimmung	25
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	26
B. Spendenwesen	27
I. Begriffsbestimmung	27
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	27
C. Werbung	31
I. Begriffsbestimmung	31
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	31
D. Public Private Partnerships (PPP)	34
I. Begriffsbestimmung	34
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	34
E. Drittmittelforschung	36
I. Begriffsbestimmung	36
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	38
1. Forschungsvorhaben als Förderungsgegenstand	38
2. Selbstständig tätiges Hochschulmitglied	39
3. Im Rahmen der dienstlichen Aufgaben	40
4. Keine Nebentätigkeit	40
5. Zugewandte Mittel sind keine Haushaltsmittel	40
6. Einschränkung des gefundenen Ergebnisses	41
F. Auftragsforschung	44
I. Begriffsbestimmung	44
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	44
G. Personal-Marketing	45
I. Begriffsbestimmung	45
II. Abgrenzung zum Hochschulsponsoring	45

H.	Fundraising	46
§ 3	Ziele, Vorteile und Entwicklungstendenzen des Hochschulsponsoring	48
§ 4	Systematische Einordnung des Hochschulsponsoring in das Gesamt-spektrum des Sponsoring	50
A.	Bestehende Ansätze	50
B.	Stellungnahme / Eigener Ansatz	51
§ 5	Zum Vergleich: Das Verwaltungssponsoring	54
A.	Rechtsnatur	55
B.	Erforderlichkeit eines formellen Gesetzes? <ul style="list-style-type: none"> I. Überblick über bestehende Vorbehalte des Gesetzes II. Bedeutung für das Sponsoring der öffentlichen Hand <ul style="list-style-type: none"> 1. Verwaltungssponsoring 2. Schulsponsoring 	57
C.	Verfassungsrechtliche Unterschiede zwischen Verwaltungs- und Hochschulsponsoring <ul style="list-style-type: none"> I. Die Grundrechtspositionen der Akteure des Verwaltungssponsoring <ul style="list-style-type: none"> 1. Die Grundrechtsposition der privaten Sponsoren 2. Die Grundrechtsposition der öffentlichen Verwaltung II. Die Grundrechtspositionen der Akteure des Hochschulsponsoring <ul style="list-style-type: none"> 1. Die Grundrechtsposition der Hochschullehrer 2. Die Grundrechtsposition der Hochschule 	62
3. Kapitel:	Grundrechtsfunktionen des Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG und Grundrechts-schutz des Hochschulsponsoring	67
§ 1	Grundrechtsfunktionen des Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	67
A.	Abwehrrecht	67
B.	Wertentscheidende Grundsatznorm / Organisationsgrundrecht	69
C.	Teilhaberecht <ul style="list-style-type: none"> I. Teilhabe an staatlichen Mitteln II. Mitwirkung an universitärer Selbstverwaltung 	72
D.	Originärer Leistungsanspruch	74
E.	Institutionelle Garantie	75
F.	Zwischenergebnis	76
§ 2	Schutz des Hochschulsponsoring durch Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	76
A.	Personal / Sachlicher Schutzbereich <ul style="list-style-type: none"> I. Personal Schutzbereich <ul style="list-style-type: none"> 1. Hochschullehrer / Staatliche Hochschulen 2. Private Sponsoren II. Sachlicher Schutzbereich <ul style="list-style-type: none"> 1. Die Freiheit der Wissenschaft 2. Die Freiheit der Forschung 	77
		77
		77
		78
		78
		80

3. Die Freiheit der Lehre	81
B. Die Einwerbung von und der Umgang mit Sponsoringmitteln als Wissenschaft i.S.d. Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	82
I. Grundrechtsschutz der Mitteleinwerbung	82
II. Übertragbarkeit auf das Sponsoring	84
III. Einschränkung	89
1. Die Freiheit der Forschung	91
a) Die Freiheit der Wahl der Fragestellung	91
b) Die Freiheit der Wahl der Methode	92
c) Die Freiheit der Bewertung der Forschungsergebnisse	93
d) Die Freiheit der Verbreitung der Forschungsergebnisse	94
2. Die Freiheit der Lehre	97
IV. Zwischenergebnis	97
 4. Kapitel: Sponsoring eines Hochschullehrers im Lichte der Wissenschaftsfreiheit	98
 § 1 Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Abwehrrecht	98
A. Überblick	98
B. Einfachrechtlicher Rahmen des Sponsoring	99
I. Normgebungskompetenzen und Weisungsrechte	99
1. Die Legislative auf Bundesebene	99
a) Bis zur Föderalismusreform	99
b) Seit der Föderalismusreform	100
2. Die Legislative auf Landesebene	101
a) Bis zur Föderalismusreform	101
b) Seit der Föderalismusreform	101
c) Erforderlichkeit eines formellen Gesetzes?	102
3. Die Exekutive auf Landesebene	103
4. Die Hochschulebene	105
a) Die Hochschulleitung	105
b) Der Senat	106
c) Der Dekan	106
d) Der Fachbereichsrat	107
5. Zwischenergebnis	107
II. Rechtsrahmen de lege lata	107
1. Bundesrecht (insbesondere § 12 BGB)	108
2. Landesrecht	110
a) § 71 HG NRW	110
aa) Reichweite der Vorschrift	110
(a) Planwidrige Regelungslücke	111
(b) Vergleichbare Interessenlage	111
bb) Regelungsgehalt der Vorschrift	113
(a) Anspruchsbegründende Bestimmungen	113

	(b) Sonstige Bestimmungen	114
b)	§ 5 Abs. 2 S. 4 HG NRW	114
c)	§ 5 Abs. 2 S. 5 HG NRW	115
3.	Verwaltungsvorschriften	115
a)	Nordrhein-Westfalen	116
b)	Bayern	116
c)	Mecklenburg-Vorpommern	116
III.	Rechtsrahmen de lege ferenda	117
1.	Explizite Einbeziehung des Hochschulsponsoring in die Drittmittelvorschriften	118
2.	Generelles Sponsoringverbot	118
3.	Generelle Sponsoringverpflichtung	118
4.	Verbot bestimmter kommunikativer Gegenleistungen	119
a)	Quantitative Beschränkungen	119
b)	Qualitative Beschränkungen	119
5.	Verbot bestimmter Sponsoren / Sponsorships	120
6.	Einrichtung eines Ausgleichsfonds	120
7.	Anrechnung der akquirierten Sponsoringmittel	121
8.	Verpflichtung Dritter zur Mitwirkung	121
9.	Verpflichtung zu sponsorenfreundlichen Äußerungen	122
IV.	Zusammenfassung	123
1.	Rechtsrahmen de lege lata	123
2.	Rechtsrahmen de lege ferenda	123
C.	Der relevante Verfassungsrahmen	124
I.	Der Grundrechtseingriff und dessen Rechtfertigung	124
1.	Der Begriff des Grundrechtseingriffs	124
a)	Allgemeine Aussagen	124
b)	Der Eingriff in Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	126
c)	Zwischenergebnis	128
2.	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung	129
II.	Verfassungsimmanente Schranken	131
1.	Hergebrachte Grundsätze des Berufsbeamtentums (Art. 33 Abs. 5 GG)	132
a)	Inhalt des Art. 33 Abs. 5 GG	132
b)	Bedeutung für das Sponsoring	134
2.	Berufsfreiheit (Art. 12 Abs. 1 GG)	136
a)	Berufsfreiheit privater Sponsoren	136
aa)	Inhalt des Art. 12 Abs. 1 GG	136
bb)	Bedeutung für das Sponsoring	137
b)	Berufsfreiheit der Studenten	138
aa)	Inhalt des Art. 12 Abs. 1 GG	138
bb)	Bedeutung für das Sponsoring	139
3.	Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG)	139
a)	Meinungsäußerungsfreiheit privater Sponsoren	139
aa)	Inhalt des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	139

bb)	Bedeutung für das Sponsoring	140
b)	Meinungsäußerungsfreiheit der Studenten	141
aa)	Inhalt des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	141
bb)	Bedeutung für das Sponsoring	141
4.	Glaubens-, Gewissens- und Bekenntnisfreiheit (Art. 4 Abs. 1 GG)	143
a)	Inhalt des Art. 4 Abs. 1 GG	143
aa)	Glaubens- und Bekenntnisfreiheit	143
bb)	Gewissensfreiheit	144
b)	Bedeutung für das Sponsoring	145
aa)	Glaubens- und Bekenntnisfreiheit	145
bb)	Gewissensfreiheit	146
5.	Allgemeines Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 GG i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG)	147
a)	Inhalt des Art. 2 Abs. 1 GG i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG	147
b)	Bedeutung für das Sponsoring	148
6.	Leben / Körperliche Unversehrtheit (Art. 2 Abs. 2 S. 1 GG)	149
a)	Inhalt des Art. 2 Abs. 2 S. 1 GG	149
b)	Bedeutung für das Sponsoring	150
aa)	Tabakwarenindustrie	151
bb)	Alkoholindustrie	152
7.	Allgemeine Handlungsfreiheit (Art. 2 Abs. 1 GG)	153
a)	Inhalt des Art. 2 Abs. 1 GG	153
b)	Bedeutung für das Sponsoring	153
8.	Wissenschaftsfreiheit (Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG)	154
9.	Zusammenfassung	155
D.	Vereinbarkeit des einfachrechtlichen Rahmens mit dem Verfassungsrahmen	156
I.	Beurteilung des Rechtsrahmens de lege lata	156
1.	Reglementierung des gesponserten Projekts (§ 71 Abs. 2 Hs. 1, Abs. 3 S. 2 HG NRW)	156
a)	Eingriff in den Schutzbereich	157
b)	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung	157
aa)	Beeinträchtigung der Erfüllung anderer Hochschulaufgaben	157
bb)	Beeinträchtigung der Rechte und Pflichten anderer Personen	158
2.	Grundsätzliche Veröffentlichungspflicht	159
3.	Qualifizierte Anzeigepflicht	159
4.	Forderung von Entgelt für Personal, Sachmittel etc. der Hochschule	160
5.	Verwaltung der akquirierten Mittel durch die Hochschule	161
6.	Restriktionen bei der Namensnennung (§ 12 BGB)	161
7.	Jährlicher Sponsoringbericht	162
8.	Zusammenfassung	162
II.	Beurteilung des Rechtsrahmens de lege ferenda	163
1.	Generelles Sponsoringverbot	163

2.	Generelle Sponsoringverpflichtung	163
3.	Verbot bestimmter kommunikativer Gegenleistungen	164
4.	Verbot bestimmter Sponsoren / Sponsorships	165
5.	Einrichtung eines Ausgleichsfonds	166
6.	Anrechnung der akquirierten Sponsoringmittel	168
7.	Verpflichtung Dritter zur Mitwirkung	169
8.	Verpflichtung zu sponsorenfreundlichem Verhalten	169
9.	Zusammenfassung	170
§ 2	Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Teilhabe- / Organisationsgrundrecht	170
A.	Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Teilhabegrundrecht	170
B.	Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Organisationsgrundrecht	171
5. Kapitel:	Sponsoring einer Hochschule als Verwaltungseinheit im Lichte der Wissenschaftsfreiheit	173
§ 1	Überblick	173
A.	Erscheinungsformen	173
B.	Rechtsnatur	174
C.	Erforderlichkeit eines formellen Gesetzes?	175
§ 2	Die Bedeutung des Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG für das Sponsoring einer Hochschule	176
A.	Die Wissenschaftsfreiheit des Hochschullehrers	176
I.	Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Abwehrrecht	176
1.	Eingriff in den Schutzbereich des Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	177
a)	Gezielte Beeinflussung	177
b)	Faktische Beeinflussung	177
aa)	Intensität	178
bb)	Intensität und Finalität	179
2.	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung	181
a)	Möglicher Rechtfertigungsgrund: Die Wissenschaftsfreiheit der Hochschule	181
b)	Möglicher Rechtfertigungsgrund: Das Prinzip der Wirtschaftlichkeit	182
II.	Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG als Teilhabe- / Organisationsgrundrecht	184
B.	Die Wissenschaftsfreiheit der Hochschule	186
6. Kapitel:	Zusammenfassung	188
Literaturverzeichnis		199