**Sponsoringvertrag**

Zwischen

**Unternehmen**

Adresse

vertreten durch

* nachfolgend **Sponsor** genannt -

und der

**Otto-Friedrich-Universität Bamberg
als staatliche Einrichtung**

Kapuzinerstr. 16, 96047 Bamberg,

vertreten durch den Präsidenten Prof. Dr. Kai Fischbach,

*für ausführende Stelle:*

ausführende Stelle, Adresse

* nachfolgend **Universität** genannt -
* nachfolgend gemeinsam als die **Parteien** bezeichnet -

wird folgender Vertrag geschlossen:

**Präambel**

*(genaues Ziel und Zweck der Sponsoringmaßnahme und der Mittel benennen)*

**§ 1 Sponsoring-Betrag**

1. Der Sponsor unterstützt die Universität während der Vertragslaufzeit / einmalig mit einer finanziellen Zuwendung in Höhe von *(Betrag in Euro)*. Der Betrag versteht sich inkl./zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.
2. Die Zuwendung ist *(nicht)* projektgebunden und kann von der Universität nach ihrem Ermessen zur Unterstützung von Aufgaben *nähere Beschreibung der Aufgaben* verwendet werden.
3. Die Zahlung des Förderbeitrages erfolgt nach Vertragsunterzeichnung und gegen Rechnungstellung durch die Universität zum *(Zeitpunkt der Rechnungsstellung)*.

**§ 2 Sponsoringleistung**

1. Im Gegenzug für die nach § 1 vom Sponsor gewährte finanzielle Unterstützung bietet die Universität dem Sponsor die Möglichkeit, im Umfeld der Universität auf sein Unternehmen aufmerksam zu machen:
	1. Nennung als Sponsor auf Webseiten der Universität zu Projekten (nähere Ergänzung).

Größe und Platzierung des Sponsorenlogos werden von der Universität im Rahmen der Seitengestaltung festgelegt, unter Orientierung an den in **Anlage 1** zu diesem Vertrag aufgeführten Beispielen. Dabei erfolgt die Platzierung jeweils deutlich abgetrennt vom amtlichen Teil der Website. Die Sponsorenlogos werden dabei eindeutig als Sponsoring gekennzeichnet, beispielsweise durch Formulierungen wie: „Diese Anzeigen werden unterstützt von“ oder „gesponsert von“, „mit freundlicher Unterstützung von“. Die Verlinkung des Logos erfolgt ausschließlich auf die Homepage des Sponsors und/oder auf Webseiten des Sponsors, in denen dieser seine universitären Partner nennt. Der Sponsor stellt sicher, dass bei Verlinkungen auf Seiten des Sponsors der Inhalt seiner Internetseiten nicht gegen gesetzliche Bestimmungen, insbesondere Datenschutz-, Persönlichkeits-, Urheber-, Presse- und Strafrecht verstoßen. Alle Verweisungen (Hyperlinks) auf Quellen, die solche Äußerungen oder Abbildungen enthalten oder enthalten können, sind nicht gestattet. Dieser Absatz gilt entsprechend, wenn die Werbemaßnahmen auf andere Weise als Verlinkungen (z.B. Beilegen von Werbeartikeln, Prospekten, Standflächen oder anderweitige Werbemaßnahmen) erfolgen.

Im Übrigen ist folgende Form der Werbung, Sponsoring und Darstellung verboten:

* Werbung, Sponsoring und Darstellung, die gegen gesetzliche und rechtliche Bestimmungen sowie das öffentliche Wohl verstößt,
* Jegliche Werbung und Darstellungen für politische Parteien, Wählergruppen, Bürgerinitiativen oder vergleichbare Vereinigungen sowie für deren Meinungen und Anliegen, insbesondere Wahlwerbung,
* Werbung, Sponsoring und Darstellung, die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstößt,
* Werbung, Sponsoring und Darstellung, die das Ansehen und die Interessen der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt,
* Werbung, Sponsoring und Darstellung von Nikotin, Alkohol und Suchtmittel.
	1. Platzierung des Sponsorenlogos auf Werbemitteln der Universität einschließlich Flyern und Plakaten im Zusammenhang mit dem Projekt *(Name des Projekts)*.

Größe und Platzierung des Logos werden von der Universität im Rahmen der Gestaltung der Werbemittel festgelegt, unter Orientierung an den in **Anlage 1** zu diesem Vertrag aufgeführten Beispielen.

* 1. Präsenz bei Veranstaltungen *(Name der Veranstaltung)* an der Universität durch (*nähere Ausführungen, wie sich die Präsenz gestalten soll, z.B. Auslegung von eigenen Flyern und Werbemitteln, Betreibung eines Firmenstandes oder Vorstellung des eigenen Unternehmens)* im Einklang mit den hausinternen Richtlinien der Universität. Der Dienstbetrieb darf nicht beeinträchtigt werden.
	2. Durchführung von maximal zwei Veranstaltungen pro Semester (bspw. Fachvortrag, Kaminabend, Workshop). Findet die Veranstaltung im Rahmen eines Moduls statt, muss die Veranstaltung dem Modul zugeordnet und thematisch eingegrenzt sein, weiterhin bedarf es der Absprache mit der Modulverantwortlichen oder dem Modulverantwortlichen. Findet die Veranstaltung im Rahmen einer anderen fakultätsinternen Veranstaltung statt, bedarf es der Absprache mit der Dekanin oder dem Dekan.
	3. Der Sponsor erhält die Möglichkeit, an der XXX eigene Veranstaltungsankündigungen (bspw. Hackathon) aushängen zu lassen, solange diese für die Studierenden der XXX von Interesse sind. Die Maßnahme wird jeweils vorab mit der Dekanin bzw. dem Dekan der Fakultät XXX oder einem von ihr bzw. ihm bestimmten Vertreterin bzw. Vertreter abgestimmt.
1. Der Sponsor erhält das Recht, in eigenen Publikationen, eigener Werbung und in den Medien auf seine Sponsorenleistung hinzuweisen und aufmerksam zu machen. Inhalt und Gestaltung entsprechender Hinweise sind vorab mit der Universität abzustimmen.
2. Die Universität ist berechtigt, Verträge mit weiteren Sponsoren abzuschließen, auch wenn diese Wettbewerber des Sponsors sind.
3. Welche der nach Abs. 1 angebotenen Sponsoring-Leistungen in Anspruch genommen werden, obliegt der Entscheidung des Sponsors. Die teilweise oder ganze Nichtinanspruchnahme einer oder mehrerer Angebote hat auf den Sponsoring-Betrag nach § 1 keinen Einfluss.

**§ 3 Sponsoring-Grundsätze**

1. Das Recht zur inhaltlichen Einflussnahme des Sponsors auf Entscheidungen der Universität im Bereich der Wissenschaft, Forschung und Lehre ist mit dem Sponsoring nicht verbunden. Der Sponsor ist nicht berechtigt, Vorgaben im Hinblick auf die Erledigung der Aufgaben der Universität zu machen. Der Abschluss des Sponsoringsvertrags, insbesondere die Zahlung des Sponsoringbetrags erfolgt nicht in Abhängigkeit von Umsatzgeschäften, insbesondere wird durch den Sponsor kein Einfluss auf Beschaffungsentscheidungen und -vorgängen der Hochschule genommen. Leistung und Gegenleistung stehen sich angemessen gegenüber.
2. Jede nach § 2 durchgeführte Sponsoring-Maßnahme muss so gestaltet sein, dass bereits der Anschein einer entsprechenden Einflussnahme ausgeschlossen ist. Kommt es zu Konfliktfällen, in denen die Universität oder Dritte eine Sponsoring-Maßnahme wegen Verletzung dieses Grundsatzes beanstanden, ist die Universität berechtigt, eine Änderung der entsprechenden Maßnahme zu verlangen. Der Sponsor und die Universität werden in diesem Fall gemeinsam eine alternative Ausführung suchen, die den Bedenken Rechnung trägt und der ursprünglichen Maßnahme von Art und Zweck her möglichst nahekommt.

**§ 4 Transparenz-Gebot**

Die Universität ist berechtigt, bei berechtigtem Interesse sowie in Fällen, in denen sie aus rechtlichen Gründen dazu verpflichtet ist, Dritten die diesem Vertrag vereinbarte Leistung, die Höhe der Zuwendung und den Namen des Sponsors mitzuteilen.

**§ 5 Haftung**

Die Universität übernimmt keine Gewähr für die vom Sponsor verfolgten Ziele, insbesondere den Werbeerfolg der Sponsoring-Maßnahmen.

**§ 6 Vertragsdauer und Kündigung**

1. Der Vertrag tritt zum TT.MM.JJJJ in Kraft und hat eine Laufzeit von XX Monaten/Jahren. Dieser Vertrag endet mithin zum TT.MM.JJJJ.
2. Jede Partei ist berechtigt, den Vertrag vorab mit einer Frist von drei Monaten jeweils zum Ende eines Vertragsjahres zu kündigen.
3. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn ein Vertragspartner einer oder mehreren Pflichten aus diesem Vertrag nicht nachkommt, insbesondere bei Beeinträchtigungen der Aufgaben und Belange der Universität, bei Nichtvereinbarkeit von Maßnahmen mit dem Charakter der Universität als öffentliche Einrichtung und ihrem spezifischen gesetzlichen Auftrag oder dem Ansehen der Universität abträglich sein können.
4. Jede Kündigung bedarf der Schriftform und hat durch eingeschriebenen Brief zu erfolgen.

**§ 7 Schlussbestimmungen**

1. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Bamberg.
2. Es liegen keine weiteren Nebenabreden vor. Für Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrags ist Schriftform erforderlich. Auf dieses Formerfordernis kann nur schriftlich verzichtet werden.
3. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages ungültig sein oder werden, so berührt dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Die Vertragsparteien werden die ungültige Bestimmung durch eine ihrem Sinn und Zweck entsprechende Regelung ersetzen.

Anlage 1: Gestaltung und Platzierung des Sponsorenlogos auf Webseiten und Werbemitteln

Für den Sponsor

.........................., den .......................

.......................................................

(Unterschrift des Vertretungsberechtigten)

Für die Otto-Friedrich-Universität Bamberg

.........................., den .......................

……………………………………….

(Unterschrift Präsident Prof. Dr. Kai Fischbach)

.........................., den .......................

……………………………………….

(Unterschrift der ausführenden Stelle/Projektverantwortlicher)