

## **Vertrag**

zwischen

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf  
vertreten durch den Kanzler  
Universitätsstraße 1  
40225 Düsseldorf

– im Folgenden „Universität“ genannt –

und

Deutsche Hochschulwerbung  
Athanasios Roussidis e. K.  
Neuer Zollhof 3  
40221 Düsseldorf

– im Folgenden „Vertragspartner“ genannt –

### **Präambel**

Mit dem Ziel, die Auslage von Informations- und Werbematerialien in den Räumlichkeiten der Universität besser zu regeln, insbesondere die ungenehmigte gewerbliche Werbung zu reduzieren und die Verwaltung von der Bearbeitung entsprechender Anträge gewerblich Werbetreibender zu entlasten, schließen die Vertragsparteien den folgenden Vertrag.

### **§ 1**

#### **Gegenstand des Vertrages**

(1) Die Universität überträgt in und an allen ihr vom Land NRW zur Nutzung überlassenen Gebäuden inklusive dem dazugehörigen Campusgelände dem Vertragspartner das Recht zur alleinigen und ausschließlichen gewerblichen Nutzung folgender Werbemöglichkeiten:

#### **I. Plakatwerbung**

Die Universität Düsseldorf überträgt in und an allen vom Land NRW zur Nutzung überlassenen Gebäuden inklusive dem dazugehörigen Campusgelände dem Vertragspartner das Recht zur alleinigen und ausschließlichen gewerblichen Nutzung von Plakatwerbung jeglicher Form und Größe.

- Anbringen von bis zu 80 DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Innenbereich der Gebäude. Alternativ, z.B. wegen Platzmangel, werden für je einen DIN A0 Wechselrahmen vier DIN A2 oder zwei DIN A1 Wechselrahmen angebracht.
- Anbringen von bis zu 4 beleuchteten Doppel DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Innenbereich der Universitätsgebäude.

- Anbringen von bis zu 20 DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Bereich der Universitätstiefgarage. Während der Vertragslaufzeit werden die Werbeflächen in der Universitätstiefgarage durch Baumaßnahmen wegfallen. Die Universität wird die gleiche Anzahl von Ersatzflächen ab Beginn der Baumaßnahmen für die Parkflächen P25 und P27 dem Vertragspartner zur Verfügung stellen.
- Anbringen von bis zu 4 beleuchteten Doppel DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Bereich der Universitätstiefgarage. Während der Vertragslaufzeit werden die Werbeflächen in der Universitätstiefgarage durch Baumaßnahmen wegfallen. Die Universität wird die gleiche Anzahl von Ersatzflächen ab Beginn der Baumaßnahmen in den Parkhäusern P25 und P27 dem Vertragspartner zur Verfügung stellen.
- Aufstellung von bis zu 10 beleuchteten Citylights-Postern auf dem Außengelände des Universitätsgeländes. Von den Citylights-Postern wird jeweils eine Fläche für Eigenwerbung/Gebäudepläne von der Universität genutzt.

## **II. Auslagen**

Die Universität Düsseldorf überträgt in und an allen ihr vom Land NRW zur Nutzung überlassenen Gebäuden inklusive dem dazugehörigen Campusgelände dem Vertragspartner das Recht zur alleinigen und ausschließlichen gewerblichen Nutzung von Auslagen aller Art (Zeitungen, Zeitschriften, Flyer, Prospekten, Broschüren und Postkarten, usw.). Die Universität gestattet das Aufstellen von 15 cit campus info towers, welche aus Edelstahl und Aluminium hergestellt sind und für das Aufstellen in Flucht- und Rettungswegen öffentlicher Gebäude geeignet und zugelassen sind. Einen entsprechenden Nachweis erbringt der Vertragspartner.

## **III. Genehmigungen für Promotion- und Verkaufsaktionen**

Die Universität Düsseldorf überträgt in und an allen vom Land NRW zur Nutzung überlassenen Gebäuden inklusive dem dazugehörigen Gelände dem Vertragspartner das alleinige Recht zur Übernahme der Genehmigungsverfahren für Informations-, Werbe- und Verkaufsstände, Werbebanner und -aushänge, Promotionsaktionen und Hörsaal- und sonstige Verteilungen aller Art an den Vertragspartner.

- (2) Die Universität ermöglicht dem Vertragspartner im Rahmen des Vertrages den notwendigen Zugang zu allen Gebäuden und entsprechende unentgeltliche Parkmöglichkeiten vorbehaltlich der Einführung einer allgemeinen Parkraumbewirtschaftung auf dem Gelände der Universität.

(3) Ausgenommen vom Vertrag sind:

- unternehmerische Hochschultätigkeiten (§ 5 Abs. 7 Hochschulgesetz), soweit der Unternehmenszweck nicht in der Vermarktung von Werbemöglichkeiten liegt,
- Werbung für die von der Universität eingegangenen Kooperationen mit Unternehmen, z. B. zum Aufbau und Betrieb einer Online-Stellenbörse, soweit die Kooperationen nicht in der Vermarktung von Werbemöglichkeiten liegen,
- Aktionen von Einrichtungen und Mietern der Universität sowie von Veranstaltern, denen im Rahmen der „Richtlinien für die kurzzeitige Zuweisung von Räumlichkeiten und Erhebung von Nutzungsentgelt für Veranstaltungen auf dem Campus der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf“ (Amtliche Bekanntmachungen Nr. 20/1996 vom 16.12.1996 in der jeweils aktuellen Fassung) Räume, Stellflächen und sonstige Einrichtungen der Universität überlassen wurden, soweit der Nutzungszweck nicht vorrangig in gewerblicher Werbung liegt (z. B. Fachausstellungen wie „LifeCom“, „InCom“ oder „Deutscher Bibliothekarstag“),
- Informations-, Werbe- und Verkaufsstände im Rahmen einer Vortragsveranstaltung,
- Informations- und Werbestände sowie Promotionsaktionen im geringen Umfang innerhalb der Gebäude der Universitäts- und Landesbibliothek (ULB) und des Zentrums für Informations- und Medientechnologie (ZIM),
- Vermarktung des Universitätslogos der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

(4) Die Parteien vereinbaren einvernehmlich zum Werbeträgertyp der Citybox Bridge – Abfallbehälter Typ 51211, dass die in § 7 (1) des Vertrages vom 13.04.2005 geregelte Laufzeit sowie alle sonstigen im Vertrag vom 13.04.2005 getroffenen Regelungen bezüglich der Citybox Bridge – Abfallbehälter Typ 51211 von diesem Vertrag nicht berührt werden und weiterhin bestehen bleiben.

## § 2

### Werbeträger

(1) Der Vertragspartner ist berechtigt und verpflichtet, die im Einvernehmen mit der Universität festzulegende Anzahl von Werbeträgern zu errichten und an ihnen Werbeaktivitäten zu betreiben.

Die genaue Anzahl und die definitiven Flächen für die Werbeträger werden in Zusammenarbeit mit der Universität ausgewählt und als Anlage beigefügt. Die Universität stellt die hierfür erforderlichen Plätze und Flächen jeweils zur Verfügung.

(2) Die Errichtung von Werbeträgern hat in Abstimmung mit der Universität zu erfolgen und muss von dieser genehmigt werden. Vor der Errichtung weiterer Werbeträger ist der Universität ein schriftlicher Antrag vorzulegen.

- (3) Eine Versetzung der Werbeträger kann nur mit Genehmigung der Universität vorgenommen werden. Ist aus wichtigen Gründen, die im Interesse der Universität liegen, eine Versetzung der Werbeträger erforderlich, so ist diese vom Vertragspartner unentgeltlich innerhalb einer angemessenen Frist vorzunehmen.
- (4) Der Vertragspartner hat die Werbeträger stets in einem ordnungsgemäßen und gebrauchsfähigen Zustand zu erhalten. Sie hat beschädigte oder zerstörte Werbeträger innerhalb eines angemessenen Zeitraums wiederherzustellen.
- (5) Die Kosten für die Errichtung, Instandhaltung, Erneuerung und Versetzung der Werbeträger trägt der Vertragspartner.
- (6) Der Vertragspartner hat die Brandschutzordnung und die Fremdfirmenrichtlinie der Universität zu beachten.
- (7) Die unter § 1 (1) I. und II. genannten Werbeträger verbleiben zu jeder Zeit im Eigentum des Vertragspartners.

### **§ 3**

#### **Gestaltungsfragen und Interessenwahrung der Universität**

- (1) Hinsichtlich des Erscheinungsbildes der Universität sowie der Auswahl der Standorte für die Werbeträger und -aktivitäten ist auf die Wünsche der Universität Rücksicht zu nehmen und beiderseitiges Einvernehmen zu erzielen.
- (2) In Abstimmung mit der Universität können Anbieter bestimmter Waren oder Dienstleistungen zur Wahrung der Interessen der Universität von der Werbung ausgeschlossen bzw. begrenzt werden. Die Universität wird seine derzeitigen Vertragspartner auf diese Vereinbarung hinweisen. Bereits bestehende Verträge zwischen der Universität und anderen Unternehmen sind mit Inkrafttreten dieses Vertrages gekündigt.
- (3) Werbeausschluss:
  - sittenwidrige und diskriminierende Werbung,
  - Werbung für alkoholische Getränke mit Ausnahme von Bieren, Wein und Schaumwein,
  - Werbung für Tabak und Tabakprodukte sowie Verteilen von Tabakerzeugnissen,
  - Werbung für politische Parteien, politische Vereinigungen sowie jegliche kommunale Politik,
  - Werbung für Kirchen bzw. religiöse Vereinigungen,
  - Werbung für Glücksspielwetten.

#### **§ 4 Nicht genehmigte Werbung**

Die Universität wird den Vertragspartner bei seinen Bemühungen, das ungenehmigte Anbringen von Plakaten, Bekanntmachungen, Verteilung von Werbemitteln, Proben, Zeitschriften usw. sowie das ungenehmigte Aufstellen und Anbringen von gewerblichen Werbeanlagen zu verhindern bzw. einzudämmen, dahingehend unterstützen, das von der Universität wahrgenommene unberechtigt werbende oder werbeinteressierte Firmen auf die Vereinbarung mit dem Vertragspartner hinweist und auf Wunsch den Ansprechpartner dem Vertragspartner weiterleitet. Die Universität ermächtigt den Vertragspartner mit der Beseitigung bzw. Neutralisierung nicht genehmigter gewerblicher Anschläge und Auslagen auf Grund und Boden der Universität

Die Universität ermächtigt den Vertragspartner, die aus der unerlaubten werblichen Inanspruchnahme des Grund und Bodens der Universität zustehenden unmittelbaren und mittelbaren Ansprüche gegenüber Dritten im eigenen Ermessen geltend zu machen. Die in diesem Zusammenhang entstehenden Kosten trägt ausschließlich der Vertragspartner. Die Universität überträgt dem Vertragspartner das Recht zur alleinigen gewerblichen Nutzung oben genannter Werbemaßnahmen.

#### **§ 5 Haftung**

- (1) Der Vertragspartner haftet für die Einhaltung aller in Frage kommenden Vorschriften, insbesondere dafür, dass keine Werbeaktivitäten verbotenen Inhalts von ihr vorgenommen werden.
- (2) Der Vertragspartner stellt die Universität von Ansprüchen Dritter aus diesem Vertrag oder aus anderen Rechtsgründen frei. Der Vertragspartner wird bei Bedarf den Abschluss einer Betriebshaftpflichtversicherung nachweisen.

#### **§ 6 Abgabe und Abrechnung**

- (1) Der Vertragspartner zahlt für die ihm eingeräumten Rechte an der Universität ein Netto-Entgelt, das sich nach den in § 1 (1) genannten Werbemöglichkeiten bestimmt:

##### **I.1. Plakatwerbung in DIN A0 Wechselrahmen**

- I.1.1 Bis zu 80 Plakatrahmen in DIN A0 Wechselrahmen (bzw. entsprechendes Flächenäquivalent in DIN A2 oder DIN A1) im Innenbereich der Universitätsgebäude zu [REDACTED] EUR pro Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.
- I.1.2 Bis zu 4 beleuchtete Doppel DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Innenbereich der Universitätsgebäude zu je [REDACTED] Euro/ Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.

**I.2. Plakatwerbung im Bereich der Tiefgarage**

I.2.1 Bis zu 20 DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Bereich der Universitätstiefgarage zu je [REDACTED] EUR / Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.

I.2.2 Bis zu 4 beleuchtete Doppel DIN A0 Wechselrahmen für Plakatwerbung im Bereich der Universitätstiefgarage zu je [REDACTED] EUR / Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.

**I.3. Plakatwerbung in Citylight-Postern auf dem Außengelände der Universität**

Bis zu 10 beleuchtete Citylight-Postern auf dem Außengelände der Universität zu [REDACTED] EUR / Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.

**II. cit campus-info-tower, das Auslagesystem für Auslagen aller Art**

15 cit campus info tower zu [REDACTED] EUR / Jahr, somit [REDACTED] EUR / Jahr.

Sollte die unter I. und II. genannte Gesamtanzahl der Werbeträger, aus welchen Gründen auch immer, insbesondere wenn eine angemessene Werbeauslastung nicht mehr gegeben ist, nicht realisiert werden, ist das Jahresentgelt um die nicht in Anspruch genommenen Werbeträger im beiderseitigen Einvernehmen zu reduzieren. Dies gilt auch, wenn die unter I. und II. genannten Werbeträger aus Gründen, die die Universität zu vertreten hat, nicht installiert werden können oder sich die von der Universität zur Verfügung gestellten Flächen nicht für eine Vermarktung eignen oder der Werbeausschluss bzw. -begrenzung infolge der universitären Interessenwahrung nicht mehr als Einzelfall anzusehen ist.

Die Parteien vereinbaren, dass die im Vertrag vom 13.04.2005 genannten Mindestmengen an Werbeträgern vom Vertragspartner vergütet werden und die dazugehörigen Flächen von der Universität zur Verfügung gestellt werden.

**III. Übernahme der Genehmigungsverfahren für Informations-, Werbe- und Verkaufsstände, Werbebanner und -aushänge, Promotionsaktionen, Hörsaal- und sonstige Verteilungen aller Art**

[REDACTED] % der Umsätze hieraus für die Universität, mindestens jedoch [REDACTED] EUR / Jahr.

Der Vertragspartner führt über die in diesem Bereich getätigten Umsätze einen Nachweis in Form einer Jahres-Aufstellung.

(2) Die Abrechnung erfolgt durch den Vertragspartner monatlich im Voraus, der jeweilige monatliche Gesamtbetrag ist am 1. des Monats fällig.

Die Überweisung erfolgt auf das Konto 4 014 817 bei der [REDACTED], BLZ [REDACTED], BIC: [REDACTED], IBAN: [REDACTED]

Mit folgendem Verwendungszweck: [REDACTED]

Begründet sich aus dieser Vereinbarung eine Steuerpflicht der Universität, so erstattet der Vertragspartner der Universität den für die Steuerbehörde abzuführenden Betrag auch nachträglich. Die Erstattungspflicht betrifft auch Steuerforderungen, die das Finanzamt nach Beendigung des Vertrages in Bezug auf die Vertragslaufzeit stellen sollte. Die Universität wird dem Vertragspartner schriftlich den Nachweis der Steuerpflicht zukommen lassen.

- (3) Bleibt der Vertragspartner nach erfolgter schriftlicher Mahnung mit der Zahlung der Vergütungen länger als vier Wochen im Rückstand, so ist die Universität zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt. Die Mahnung ist mit Ablauf der Zahlungsfrist zulässig.

## § 7

### Vertragsdauer und -kündigung

- (1) Der Vertrag für die drei Leistungsaspekte (Plakatwerbung, Auslagesystem cit campus info tower und Genehmigungsverfahren) beginnt am 01.12.2008 und endet am 31.03.2012. Er verlängert sich jeweils um 1 Jahr, wenn nicht einer der Vertragspartner mit einer Frist von 6 Monaten zum jeweiligen Vertragsende schriftlich kündigt. Soweit eine Kündigung der Universität erfolgt, räumt diese schon jetzt dem Vertragspartner eine Nachfrist von 6 Monaten ein, um eine vollständige Erfüllung der eingegangenen Verpflichtungen gegenüber Kunden des Vertragspartners zu gewährleisten. Die Kündigung aus wichtigem Grund bleibt beiden Parteien vorbehalten.

Die Vertragspflichten bezüglich der Erweiterung der Werbeträgerarten sowie der Erhöhung der Werbeträgeranzahl aus § 1 werden erst ab dem 01.04.2009 vom Stand des Vertrages vom 13.04.05 auf den Stand dieses Vertrages angepasst. Sollte der Vertragspartner jedoch vor dem 01.04.2009 aufgrund einer Kundenanfrage die Installation von Werbeträgern vorziehen wollen, ist dies mit Abstimmung und Einverständnis der Universität möglich. In diesem Fall sind die Entgeltzahlungen an die Universität entsprechend anzupassen. Die Entgeltregelung für die bestehenden Werbeträgertypen des Vertrages vom 13.04.2005 bleibt bis zum 31.03.2009 unberührt. Die o. g. Änderungen treten erst ab den 01.04.2009 in Kraft.

- (2) Kommt der Vertragspartner seinen vertraglichen und sonstigen Verpflichtungen hinsichtlich der Handhabung und Durchführung der im Rahmen dieses Vertrages festgelegten Aufgabenbereiche nicht nach und werden die Beanstandungen nicht innerhalb von drei Wochen nach schriftlicher Aufforderung abgestellt, so ist die Universität nach ihrer Wahl berechtigt, entweder die notwendigen Maßnahmen auf Kosten des Vertragspartners selbst oder durch Dritte zu treffen. Schadensersatzansprüche der Universität bleiben in diesem Fall vorbehalten. Der Vertragspartner verzichtet auf Schadensersatzansprüche gegenüber der Universität.
- (3) Bei Beendigung des Vertragsverhältnisses sind die auf Grund und Boden der Universität errichteten Werbeträger (Plakatwerbeträger und cit campus info tower) vom Vertragspartner auf seine Kosten rückstandslos zu entfernen. Bohrlöcher usw. sind fachgerecht zu verschließen.

**§ 8**  
**Schlussbestimmungen**

- (1) Soweit einzelne Teile dieses Vertrages unwirksam sein sollten oder unwirksam werden, wird die Wirksamkeit des Vertrages insgesamt nicht beeinträchtigt. Die Vertragsparteien vereinbaren schon jetzt, dass sie in diesem Falle eine wirtschaftlich sinnvolle Ergänzung des Vertrages vornehmen werden, die dem Interesse der Parteien am nächsten kommt.
- (2) Für Streitigkeiten aus diesem Vertrag wird als ausschließlicher Gerichtsstand Düsseldorf vereinbart.
- (3) Jegliche Vertragsänderungen, Kündigungen, Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Die Abweichung von diesem Schriftformerfordernis bedarf ebenfalls der Schriftform.

**Deutsche**

Düsseldorf, 28.11.08  
**Handwritten:** Düsseldorf, 28.11.08

A. Roussidis e. K. Datum  
Neuer Zollhof 7, 40227 Düsseldorf  
A. Roussidis  
Tel.: (02 11) 58 54 29-0, Fax: (02 11) 58 54 29-29  
düsseldorf@deutsche-hochschule-der-bauingenieurwesen.de  
Athanasios Roussidis e. K.

Düsseldorf, 28.11.08

Datum

i.A. Zeit

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf