

12.1.2025

Author

HAMPE, Daniel

Title

Hochschulmarketing und Wissenschaftsfreiheit / Daniel Hampe

Publisher

Baden-Baden : Nomos, 2009

Collation

210 S.

Publication year

2009

Series

(Schriften zum Bildungs- und Wissenschaftsrecht ; 8)

ISBN

978-3-8329-4694-4

Source/Footnote

Zugl.: Bochum, Univ., Diss., 2008

Inventory number

75773

Keywords

Hochschule und Staat : allgemein ; Hochschule und Wirtschaft ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschulmarketing ; Hochschule : Verwaltung allgemein ; Hochschule : Verfassung und Selbstverwaltung ; Forschungsförderung ; Freiheit von Forschung und Lehre

Abstract

In Zeiten knapper Haushaltsmittel gewinnt die Finanzierung universitärer Forschung und Lehre durch private Sponsoren zunehmend an Bedeutung. Die Untersuchung setzt sich daher zum Ziel, die

12.1.2025

Grundlagen des Hochschulsponsoring darzustellen und aufzuzeigen, welche Impulse, aber auch welche Grenzen sich aus der Wissenschaftsfreiheit des Art. 5 Abs. 3 GG für das Sponsoring von Hochschullehrern und Hochschulen ergeben. Die Arbeit beantwortet Fragen wie z.B. 'Ist Sponsoring verfassungsrechtlich geschützt?' und 'Wann tangiert das Sponsoring einer Hochschule die Wissenschaftsfreiheit ihrer Hochschullehrer?'. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Facetten des Art. 5 Abs. 3 GG und des Spannungsfeldes aus Sponsoreninteressen, Wissenschaftsfreiheit und Grundrechten Dritter werden der bestehende und der zukünftig mögliche Rechtsrahmen analysiert und an der Verfassung gemessen. (HRK / Abstract übernommen)

Signature

H 07 HAMP