

Fundraising- und Sponsoring-Richtlinien der Universität Bern

Die Universitätsleitung,

gestützt auf Art. 39 Abs. 1 Bst. b des Gesetzes vom 5. September 1996 über die Universität (Universitätsgesetz; UniG),

beschliesst:

Diese Richtlinien gelten für alle Organisationseinheiten der Universität Bern. Die Universitätsleitung definiert Grundsätze und bietet über die Leitung Fundraising Beratung und Koordination.

I. Terminologie

Unter **«Fundraising»** werden aktive Bemühungen um Unterstützung für Projekte, Personen, Infrastruktur oder Veranstaltungen durch Privatpersonen, Organisationen (Stiftungen, Verbände u.ä.) oder Unternehmen in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen verstanden.

«Spenden», **«Gönnerbeiträge»**, **«Donationen»**, **«Schenkungen»** oder **«Legate»** sind Unterstützungen von Privatpersonen, Organisationen oder Unternehmen, für welche die Universität keine Gegenleistungen erbringt. Diese Zuwendungen sind von der Mehrwertsteuer ausgenommen. Spenden an die Universität Bern sind für Privatpersonen vom Reineinkommen und für Unternehmen vom Reingewinn abzugsfähig (wenn Wohnsitz bzw. Niederlassung in der Schweiz).

«Sponsoring» bezeichnet Unterstützungsleistungen in Form von Geld, Sachmitteln sowie Dienstleistungen von Unternehmen oder Personen, für welche die Universität oder eine ihrer Organisationseinheiten eine **Gegenleistung** erbringt. Diese Entgelte sind grundsätzlich mehrwertsteuerpflichtig. **«Bekanntmachungsleistungen»** zugunsten Dritter durch die Universität Bern sind von der Mehrwertsteuer ausgenommen. Diese Gegenleistungen gehen über Danksagungen hinaus und sollen den Namen einer Unternehmung und deren Tätigkeit bekannt machen.

Nicht unter dem Begriff Fundraising berücksichtigt werden im universitären Umfeld kompetitiv eingeworbene Drittmittel des Schweizerischen Nationalfonds und der EU-Rahmenprogramme, Einnahmen durch Forschungsk Kooperationen oder Auftragsforschung, Lizenz einnahmen auf der Grundlage von (Patentnutzungs-)Rechten, Einnahmen aus Dienstleistungen wie z.B. Gutachten, Analysen, medizinischen Behandlungen.

II. Allgemeines

Art. 1 Selbstverständnis der Universität Bern

Die Universität Bern ist **politisch und konfessionell neutral** und unabhängig. Als öffentlich-rechtliche Lehr- und Forschungsanstalt ist sie der **Freiheit von Forschung und Lehre** verpflichtet. Die Universität erfüllt zudem eine **unabhängige Expertenfunktion** im Auftrag und zu Gunsten der Öffentlichkeit. Diese Unabhängigkeit ist Grundlage einer freien Meinungsbildung in unserer demokratischen Gesellschaft. Ziel der Arbeiten an der Universität Bern ist es, **wissenschaftliche Erkenntnisse zu generieren und öffentlich zugänglich zu machen**.

Art. 2 Fundraising-Grundsätze

Die Universität Bern pflegt **partnerschaftliche Verhältnisse** zu Unterstützenden von Lehre und Forschung und sieht in Spendenden, Donatoren oder Sponsoren fördernde Partnerinnen und Partner.

Die Universität Bern geht nur mit Personen, Unternehmungen und Institutionen Vereinbarungen ein, die den demokratischen und freiheitlichen Grundwerten unserer Gesellschaft nicht widersprechen und zur Erreichung ihrer Ziele legale Mittel und Wege einsetzen. Im Zweifelsfall entscheidet die Universitätsleitung.

Bestimmte Branchen werden nicht generell ausgeschlossen. Die einzelnen Organisationseinheiten der Universität können jedoch für sich einzelne Branchen ausschliessen, wenn eine Zusammenarbeit mit diesen ihre **Unabhängigkeit** und/oder **Glaubwürdigkeit** gefährden würde.

III. Richtlinien

Art. 3 Freiheit von Lehre und Forschung

Partnerschaften mit der Wirtschaft und Privaten dürfen **dem Selbstverständnis und dem gesetzlichen Auftrag der Universität Bern nicht widersprechen**. Insbesondere darf die Freiheit und Unabhängigkeit in Lehre und Forschung durch Sponsoringverträge oder Vereinbarungen mit Donatorinnen und Donatoren nicht eingeschränkt werden.

- a) Für Stiftungsprofessuren (fremdfinanzierte Professuren) gilt das reguläre Berufungsverfahren. Sie geniessen volle Lehr- und Forschungsfreiheit.
- b) Forschungsförderung (Projektförderung) schliesst die Mitsprache des Geldgebers über Methodenwahl, Interpretation und Publikationsrechte aus.

Art. 4 Verdankungen und Gegenleistungen

- (1) In den Räumlichkeiten der Universität sind **Verdankungen auf Ehrentafeln** möglich.
 - a) Donatorinnen und Sponsoren können ab einer Leistung von mindestens CHF 50'000 auf einer Ehrentafel aufgeführt werden. Die Fakultät bringt die Tafel nach Absprache mit der Universitätsleitung an einem geeigneten Ort an.
 - b) Bei langfristigen Partnerschaften und substanziellen Schenkungen ist eine Verdankung auf der Donatorentafel der Universität im Hauptgebäude möglich. Über einen Eintrag entscheidet die Universitätsleitung.

- (2) **Namenspatenschaften** für Stiftungsprofessuren und Forschungseinheiten oder die Namensgebung von Infrastruktur sind erlaubt, wenn die Finanzierung mehrheitlich durch die Partnerin bzw. den Partner erfolgt. Der Entscheid darüber obliegt der Universitätsleitung.
- (3) Die Universität Bern **verdankt und kommuniziert transparent** Event-, Infrastruktur-, Projekt- oder Personenförderung in den passenden Publikationen (z.B. Forschungs-, Jahresbericht, Veranstaltungsplakat, Internet u.ä.).
- (4) **Sponsoring** und der Status von Sponsorinnen und Sponsoren (Exklusiv-, Haupt-, Co-Sponsor etc.) muss für die Öffentlichkeit erkennbar sein. **Bekanntmachungsleistungen** für Sponsoren, welche über die blosser Danksagung hinausgehen, sollen in einem ausgewogenen Verhältnis zur Unterstützungsleistung durch den Sponsoren stehen.
- (5) Die Universität Bern macht **keine Werbung für Produkte** von (Sponsoring-)Partnerinnen oder (Sponsoring-)Partnern.
 - a) Verdankungen auf Tafeln, in Drucksachen und anderen Publikationen der Universität beziehen sich immer auf die (Sponsoring-)Partnerin als Unternehmung und nicht auf deren Produkte oder Dienstleistungen.
 - b) Ausnahmen hierzu bilden Produkte- oder Büchertische von Partnerinnen oder Partnern bei Events, Kongressen, Symposien oder vergleichbaren Veranstaltungen.

Art. 5 Verwendung von Logos und Corporate Design

- (1) Verwendung und **Abdruck von Logos** der Partnerinnen bzw. Partner sowie der Universität sollen der jeweiligen Rolle in Grösse und Platzierung entsprechen.
 - a) Logo-Präsenz und schriftliche Erwähnung von Unternehmen ist nur ohne werbliche Logozusätze gestattet (z.B. „Mit freundlicher Unterstützung der XY-Bank“; nicht gestattet: „XY-Bank, Ihre Partnerin für Vermögensverwaltung“).
 - b) Die Nutzung des Logos der Universität Bern durch Dritte ist nur nach Genehmigung durch die Universitätsleitung gestattet.
- (2) Das **Corporate Design** der Universität Bern ist bei Drucksachen und Publikationen unterstützter oder gesponserter Aktivitäten und Projekte zu berücksichtigen.

Art. 6 Verträge und Genehmigungspflichten

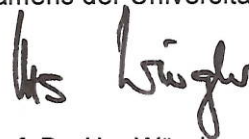
- (1) Grosse Donationen, mehrjährige Spendenverabredungen oder Sponsoringvereinbarungen beruhen immer auf einem **schriftlichen Vertrag**. Dieser hält Zweckbindung, Umfang der Unterstützung und Bekanntmachungsleistungen bzw. Leistungen und Gegenleistungen fest und weist die Universität Bern und die entsprechende Organisationseinheit der Universität als Vertragspartnerin aus.
- (2) Über mehrjährige Vereinbarungen, über umfangreiche Zuwendungen oder über die Annahme von Legaten **entscheidet die Universitätsleitung**.
- (3) Fundraising- und Sponsoringvereinbarungen sind ab einer Vertragssumme von CHF 50'000.-- von der Universitätsleitung mittels Unterschrift zu genehmigen.
- (4) Die Universitätsleitung ist frühzeitig z.B. via Leitung Fundraising in geplante Fundraising-Aktivitäten einzubeziehen.

Art. 7 Inkrafttreten

Diese Richtlinien ersetzen die bisherigen Sponsoring-Richtlinien vom am 23.1.2007 mit Ergänzung vom 4.11.2008. Sie wurden von der Universitätsleitung am 17.5.2011 genehmigt. Die Richtlinien treten mit Genehmigung durch die Universitätsleitung in Kraft.

Bern, den 17.5.2011

Namens der Universitätsleitung:



Prof. Dr. Urs Würzler
Rektor