



Reglement über Sponsoring und Fundraising der Berner Fachhochschule (SFR)

Der Schulrat der Berner Fachhochschule,

gestützt auf Artikel 33 Absatz 1 Buchstabe l des Gesetzes vom 19. Juni 2003 über die Berner Fachhochschule (FaG)¹

beschliesst:

1. Gegenstand und Geltungsbereich

Art. 1 ¹ Dieses Reglement regelt die für das Sponsoring, für Spenden und Fundraising gültigen Grundsätze der Berner Fachhochschule.

² Es gilt für alle Organisationseinheiten und für sämtliche Mitarbeitenden der Berner Fachhochschule.

³ Nicht unter dieses Reglement und nicht unter die nachfolgenden Begrifflichkeiten fallen die Beteiligung von externen Partnern an Projekten der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung, bei der der externe Projektpartner ein unmittelbares Interesse an den Projektergebnissen hat.

⁴ Demzufolge bleibt die Weisung über den Wissen- und Technologietransfer an der Berner Fachhochschule vom 17. Dezember 2008 in Kraft (inkl. der Ziffer 4.4.5 und Ziffer 4.4.6). Ergeben sich Widersprüche zwischen dem vorliegenden Reglement und der erwähnten Weisung, so geht das Reglement ohne Weiteres vor.

2. Begriffe

Sponsoring

Art. 2 Sponsoring bedeutet die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die im Zusammenhang mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen und Institutionen zur Förderung der Berner Fachhochschule bzw. ihrer Departemente, Fachbereiche und Studiengänge sowie zur Erreichung der Ziele des Sponsors stehen. Die Leistung des Sponsors ist an eine Gegenleistung der Berner Fachhochschule geknüpft, wobei Leistung und Gegenleistungen zwingend vertraglich geregelt sind.

Spenden

Art. 3 Spenden sind Geld- und Sachzuwendungen, die von einer Person oder einem Unternehmen freiwillig und unentgeltlich zur Förderung spendenbegünstigter Zwecke der Berner Fachhochschule bzw. ihrer Departemente, Fachbereiche und Studiengänge geleistet werden, ohne dass eine Gegenleistung der Berner Fachhochschule erfolgt. Unter Spenden fallen auch Begriffe wie „Legate“, „Schenkungen“, „Donationen“, „Gönnerbeiträge“, „Mäzenatentum“ usw.

¹ BSG 435.411.



Fundraising

Art. 4 ¹Fundraising ist die systematische Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten der Berner Fachhochschule bzw. ihrer Departemente, Fachbereiche und Studiengänge, welche darauf abzielen, benötigte Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Ressourcenbereinsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten resp. Konditionen zu beschaffen.

² Nicht unter den Begriff Fundraising fallen kompetitiv erworbene Drittmittel von eidgenössischen öffentlichen und privaten Organisationen, von EU-Rahmenprogrammen, aus Einnahmen durch Forschungsk Kooperationen oder Auftragsforschung entstandene Mittel, Lizenz einnahmen aufgrund von Immaterialgüterrechten und Einnahmen aus Dienstleistungen wie Gutachten, Analysen und Beratungen.

3. Allgemeines

Verständnis der Berner Fachhochschule

Art. 5 ¹ Die Berner Fachhochschule ist eine öffentlich-rechtliche Anstalt mit eigener Rechtspersönlichkeit und innerhalb der Grenzen von Verfassung und Gesetz autonom. Sie erfüllt ihre Aufgaben im Dienst der Allgemeinheit. Sie achtet und schützt die Würde des Menschen und der Natur.

² Sie kann, soweit der Erfüllung ihrer Aufgaben dienlich, Vereinbarungen mit Dritten abschliessen und sich an Organisationen und Unternehmen beteiligen. Dabei ist sie der Freiheit und Unabhängigkeit von Lehre und Forschung verpflichtet.

Freiheit und Unabhängigkeit von Lehre und Forschung

Art. 6 ¹ Partnerschaften mit der Wirtschaft und Privaten dürfen dem gesetzlichen Auftrag der Berner Fachhochschule nicht widersprechen. Insbesondere darf die Freiheit und Unabhängigkeit in Lehre und Forschung durch Sponsoring und Vereinbarungen über anderweitige Geld- und Sachzuwendungen nicht eingeschränkt werden.

² Für allfällige Stiftungsprofessuren (fremdfinanzierte Professuren) gilt das reguläre Anstellungsverfahren der Berner Fachhochschule.

Kontaktpflege

Art. 7 ¹ Die Berner Fachhochschule pflegt ihr Verhältnis zu ihren Unterstützern wie Sponsoren, Spendern, Donatoren usw. und legt Wert auf eine partnerschaftliche Verbindung.

² Die Berner Fachhochschule geht nur Verbindungen mit Unternehmungen, Personen und Institutionen ein, die den demokratischen Grundwerten unserer Gesellschaft entsprechen und die für die Erreichung ihrer Ziele nur legale Mittel bedienen.

³ Die Berner Fachhochschule geht keine Verbindungen ein, die ihre Glaubwürdigkeit und ihre Unabhängigkeit gefährden.

⁴ Im Zweifelsfall entscheidet die Rektorin oder der Rektor.

Vertragspflicht und Genehmigung

Art. 8 ¹ Geld- oder Sachzuwendungen wie Spenden, Legate, Donationen und mehrjährige Sponsoringvereinbarungen bedürfen zwingend der



schriftlichen Form. Ausgenommen davon sind Spontanspenden, wie zum Beispiel Hutgeld, Kollekte etc.

² Der diesbezügliche Vertrag hält Zweckbindung, Umfang von Leistung und Gegenleistung fest und weist die Berner Fachhochschule und den Partner als Vertragspartner auf.

³ Über umfangreiche Zuwendungen und über mehrjährige Vereinbarungen entscheidet die Rektorin oder der Rektor. Das Gleiche gilt für die Annahme von Legaten.

⁴ Vereinbarungen sind ab einer Summe von CHF 50'000.-- durch die Rektorin oder den Rektor zu genehmigen.

⁵ Vorbehalten für Forschungs- und Entwicklungsverträge bleibt die Weisung über den Wissens- und Technologietransfer an der Berner Fachhochschule vom 17. Dezember 2008.

Verwendung von Logos und Corporate Design

Art. 9 ¹ Verwendung und Abdruck von Logos der Partner sowie der Berner Fachhochschule entsprechen dem jeweiligen Engagement der Parteien.

² Logos und Unternehmensbezeichnungen (Firma) sind nur ohne werbliche Zusätze zu verwenden (z. Bsp. „Mit freundlicher Unterstützung der Z-Informatik“; nicht gestattet: „Z-Informatik, Ihr Partner für intelligente Informatiklösungen“).

³ Die Verwendung des Logos der Berner Fachhochschule ist im CD-Manual der Berner Fachhochschule geregelt. Die Verwendung des Corporate Design der Berner Fachhochschule bedarf der Genehmigung durch die Leiterin oder durch den Leiter Kommunikation BFH.

4. Sponsoring

Erkennbarkeit

Art. 10 ¹ Sponsoring sowie die dahinterstehenden Unternehmungen und Personen müssen für die Öffentlichkeit erkennbar sein. Leistungen für Sponsoren, die über das reine Verdanken hinausgehen, stehen in einem ausgewogenen Verhältnis zur Unterstützung der Berner Fachhochschule durch Sponsoren.

² Die Berner Fachhochschule verdankt und kommuniziert Sponsoring transparent in den entsprechenden Publikationen der Berner Fachhochschule. Über Form und Ausmass entscheidet die Rektorin oder der Rektor ab einem Betrag in der Höhe von CHF 50'000.-- abschliessend.

Verbot von Produktwerbung

Art. 11 ¹ Die Berner Fachhochschule macht keine Werbung für Produkte von Sponsoren.

² Das Verdanken von Leistungen von Sponsoren in Drucksachen und anderen Publikationen der Berner Fachhochschule bezieht sich nur auf die konkret erbrachten Leistungen und nicht auf Produkte und Dienstleistungen.

³ Ausnahmen hierzu bilden Produkte- oder Büchertische bei Events, Kongressen oder anderen vergleichbaren Veranstaltungen der Berner Fachhochschule. Besteht das Sponsoring direkt aus Dienstleistungen bzw. aus



Produkten kann der Sponsor benannt werden.

5. Anderweitige Zuwendungen

Art. 12 ¹Freiwillige und unentgeltliche Zuwendungen werden von der Berner Fachhochschule angemessen verdankt und transparent kommuniziert.

² Die Namensgebung von Infrastruktur oder Namenspatenschaften für allfällige Stiftungsprofessuren und von allfälligen Forschungseinheiten und Gebäuden sind erlaubt, wenn die Finanzierung mehrheitlich durch die jeweilige Partnerin und durch den jeweiligen Partner erfolgt.

³ Der Entscheid darüber obliegt der Rektorin oder dem Rektor.

6. Schlussbestimmung

Art. 13 Dieses Reglement tritt nach Genehmigung durch den Schulrat der Berner Fachhochschule in Kraft.

Bern, 29. September 2015
Berner Fachhochschule
Schulrat

Dr. Georges Bindschedler, Präsident