



**Studentinnenschaft der Universität Bern (SUB)
Vorstand**

Gercheweg 32 Telefon 031 631 54 11
CH-3000 Bern 9

vorstand@sub.unibe.ch
<http://www.sub.unibe.ch>

Bern, 17. September 2017

Postulatsantwort

Postulat „**WERBUNG IM STADION: MIT DER UNI BERN INS ABSEITS?**“ vom 4. Mai 2017

Die Autorinnen haben festgestellt, dass die Universität Bern an den YB-Heimspielen jeweils ein „Abseits“ sponsoren. Dies irritiert, da einerseits die Ziele eines solchen Sponsorings nicht ganz klar sind (wäre Werbung nicht an anderen Orten besser positioniert?) und andererseits ist die zu vermittelnde Message etwas zweideutig (Mit der Uni Bern im Abseits?). Der StudentInnenrat hat den Vorstand beauftragt, bei der Universität dieses Vorgehen abzuklären.

Antwort

Der VS hat das Anliegen am Essen mit der Universitätsleitung besprochen, wobei sich herausgestellt hat, dass auch die UL überrascht von der gewählten Werbestrategie war. Die zuständige Person, Achim Conzelmann, ist dabei davon ausgegangen, dass es sich hierbei um Werbung für die Weiterbildungskurse der Uni Bern handelt. Diese bilden im Gegensatz zur Lehre und Forschung ein externes Gefäss, welche über ein eigens Werbebudget verfügen und strukturbedingt konkurrenzfähig bleiben muss. Nach weiteren Recherchen habe ich herausgefunden, dass diese Werbemassnahme tatsächlich dezentral durch das Institut für Wirtschaftswissenschaften initiiert wurde und die Verwaltung der Universität Bern keine Kenntnisse davon hatte. Da die Universität Bern mit den Fakultäten, Departementen und Instituten faktisch und auch theoretisch dezentral organisiert ist, steht es diesen im Rahmen ihrer Handlungsmöglichkeiten zu, bspw. Werbung für bestimmte Programme zu machen. In diesem Fall ist sich die Universität Bern einig, dass diese Werbemassnahme nicht besonders clever war. Einerseits, weil ein YB-Match tatsächlich eine etwas merkwürdige Plattform ist, andererseits weil die Message einen negativen Inhalt vermittelt. Da aber die Kernadministration nicht die möglichen (finanziellen) Mittel für eine genaue Kontrolle aller Organe der Universität Bern aufbringen kann und möchte, kann sie nicht versprechen, dass ein solcher Fall in Zukunft nie mehr vorkommt. Diesbezügliche wurde aber das Gespräch mit den für diese Werbung zuständigen Personen gesucht.

Im Folgenden möchte ich auf die Fragen der Autorinnen des Postulates noch genauer eingehen:

Wo und wie macht die Universität Bern Werbung für sich selbst?

Die Kernadministration hat gemäss dem Leitbild der Universität Bern den Auftrag, dass sie im Kontext der unabhängigen Lehre und Forschung den Dialog zwischen den Forschenden und der Gesellschaft fördert, also einen akademischen Beitrag zu wichtigen Themen liefert. So bemüht sich die Universität darum, politische und gesellschaftliche Themen besser der



Studentinnenschaft der Universität Bern (SUB) Vorstand

Lerchenweg 32 Telefon 031 631 54 11
CH-3000 Bern 9

vorstand@sub.unibe.ch
<http://www.sub.unibe.ch>

Allgemeinheit zugänglich zu machen, bspw. in Form von Vorträgen, Veranstaltungsreihen oder Symposien. Für diese wird je nach Aktualität und Inhalt mehr oder weniger Werbung gemacht. Generell wurde mir gesagt, dass das Werbebudget der Uni Bern im Vergleich zur Grösse der Institution sehr wenig Geld für Werbung ausgibt und diese auch so effizient wie möglich auszugestalten versucht, unter anderem liegt ein grosser Schwerpunkt auf den sozialen Medien. Allerdings werden diese bei sehr brennenden Themen manchmal ausgeweitet, so wurde beispielsweise eine Veranstaltungsreihe zum Konflikt in Syrien auch am Bahnhof Bern (Screen beim Treffpunkt) beworben. Da die Universität durch Steuergelder finanziert wird, steht eine grosse Werbeaktion kaum zur Diskussion.

Wie viel kostet die Werbung während der YB-Heimspiele?

An der Sitzung vom 4. Mai wurde zwar eine Zahl („Für einen 15-minütigen Spot vor dem Spiel kostet es 1200 CHF, plus eine Handlinggebühr von 200 CHF, von 20 Sekunden Länge bei einmaliger Ausstrahlung.“, s. Protokoll vom 4. Mai, S. 21¹) genannt, ich konnte die aber nicht ausfindig machen. Ich habe daher der Agentur, welche die Werbung für YB betreut, angerufen und nachgehakt. Trotz mehrfachen Nachfragen wurde mir „aus Gründen der Diskretion“ bis heute keine Zahl geliefert, die Agentur scheint diesbezüglich nicht sehr kooperativ, „zum Schutz der Kunden“.

Was verspricht sich die Universitätsleitung von Werbung in diesem Rahmen?

Zur Werbung im Stadion konnte ich leider keine weiteren Hinweise ausfindig machen. Zu den Werbungen im Rahmen der ersten Frage erhofft sich die Universität, dass diese ein möglichst breites Publikum in der Gesellschaft ansprechen kann und somit auch transparent und objektiv einen Beitrag zur Meinungsbildung liefern kann.

Kann die SUB auf die Werbepolitik der Universität Einfluss nehmen?

Ich denke, dass es in jedem Fall möglich sein sollte, auf weitere fragwürdige Werbemassnahmen hinzuweisen. Wie bei diesem Beispiel bestätigt nimmt die Universität konstruktive Kritik wohlwollend auf und geht diesen intern nach. Da die meiste Werbung aber dezentral festgelegt wird, könnte man sicherlich auch direkt auf die Urheber_innen zugehen und mit diesen darüber diskutieren. Der VS ist der Meinung, dass eine umfängliche Einflussnahme hier aber kaum möglich ist, da die Kernadministration nicht alle Organe kontrollieren kann.

Für den Vorstand

Carole Klopstein
Ressort Universitäre und Kantonale Hochschulpolitik

¹<https://www.sub.unibe.ch/images/content/unterlagenr/20170504/SRProtokoll04.05.17.pdf>