



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Universitätsleitung

Weisungen zu Kommunikation und Meinungsäusserungen

Die Universitätsleitung,

gestützt auf Art. 3 Abs. 3, Art. 8 Abs. 1 und Art. 39 Abs. 1 Bst. b und k des Gesetzes vom 5. September 1996 über die Universität (UniG), Art. 55 des Personalgesetzes (PG) vom 16. September 2004, Art. 58 Abs. 3 der Verordnung vom 12. September 2012 über die Universität (UniV) und Art. 18 des Statuts der Universität Bern vom 7. Juni 2011 (Universitätsstatut; UniSt),

beschliesst

1. Hintergrund

Die Universität Bern als öffentlich-rechtliche Anstalt des Kantons Bern erfüllt ihre Aufgaben im Dienst der Allgemeinheit. Gemäss Universitätsgesetz fördert sie das Verständnis der Öffentlichkeit für ihre wissenschaftlichen Ziele und informiert regelmässig über Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Tätigkeit.

Die Publikation von Forschungsergebnissen gehört zu den wichtigsten Aufgaben wissenschaftlicher Tätigkeit. Sie erfolgt in erster Linie durch die Forschenden im Rahmen von wissenschaftlichen Zeitschriften und Foren. Angestellte der Universität können und sollen im Rahmen ihrer Forschungstätigkeit auch im öffentlichen Kontext auftreten. Wenn sie darüber hinaus Meinungsäusserungen abgeben, so sind gewisse Rahmenbedingungen zu beachten.

Die nachstehenden Bestimmungen regeln die Kommunikation der Universität, ihrer Einheiten und ihrer Angehörigen. Sie gelten für alle universitären Einheiten und alle Mitarbeitenden der Universität Bern.

2. Rechtlicher Rahmen

Die *Wissenschaftsfreiheit* (Art. 20 Bundesverfassung und Art. 21 Kantonsverfassung) schützt die freie Wahl von Gegenstand und Methode wissenschaftlicher Forschung, die Interpretation der Ergebnisse sowie deren Verbreitung.

Nicht von der Wissenschaftsfreiheit, sondern von der *Meinungsäusserungsfreiheit* erfasst sind hingegen Beiträge, die nicht in direktem Zusammenhang mit eigener Forschung stehen.

Die Mitarbeitenden der Universität sind verpflichtet, die Interessen der Universität Bern zu wahren und ihre Aufgaben gegenüber der Bevölkerung und der Arbeitgeberin rechtmässig,

gewissenhaft, wirtschaftlich und innovativ zu erfüllen. Diese Verpflichtung ist Ausfluss der Treuepflicht der Angestellten gemäss Art. 55 des Personalgesetzes des Kantons Bern.

Die Ausübung von Grundrechten (namentlich der Meinungsfreiheit) hat im Einklang mit dieser Treuepflicht und damit in Rücksicht auf das besondere öffentliche Interesse zu erfolgen, das dem Anstellungsverhältnis zur Universität zugrunde liegt.

3. Verantwortlichkeiten an der Universität

Die Verantwortlichkeiten an der Universität im Kontext dieser Weisungen gestalten sich folgendermassen:

- Die Universität Bern steht für die Freiheit von Forschung und Lehre ein, welche von grundlegendem Interesse für die Universität und die Gesellschaft ist.
- Forschende tragen Verantwortung für ihre wissenschaftliche Tätigkeit und die Inanspruchnahme der Wissenschaftsfreiheit.
- Die Universitätsleitung ist verantwortlich dafür, dass der Auftrag der Universität erfüllt, ihre Ziele erreicht und die Interessen der Universität als Ganzes gewahrt werden.
- Zentral ist bei aller akademischer Tätigkeit, dass sie wissenschaftlich geleitet ist. Die Universität Bern strebt die Vielfalt von Perspektiven und Methoden an, die wissenschaftlich eingebettet sind.
- Die Universität ist ein Ort, an dem unterschiedliche Meinungen und Ansichten als Bereicherung und als Grundlage für neue Erkenntnisse gesehen werden. Sie fördert innovatives und originelles Denken und fordert Toleranz gegenüber anderen Meinungen und Ansätzen.
- Debatten, Diskussionen oder kritische Würdigungen sollen auf der Grundlage akademischer Standards und Erkenntnisse sowie auf Basis der Werte der Universität Bern erfolgen.
- Die Universität schützt und unterstützt im Rahmen ihrer Möglichkeiten Forschende und Mitarbeitende, welche aufgrund ihrer Tätigkeit in der Öffentlichkeit stehen und auf unangemessene Weise angegangen werden.
- Die Universität fördert und fordert einen gegenseitigen respektvollen Umgang und bietet ihren Mitarbeitenden niederschwellige Hilfsangebote an.

4. Information der Öffentlichkeit über die Tätigkeit der Universität

Die Universität informiert die Öffentlichkeit über ihre Tätigkeit. Dabei orientiert sie sich an den in der Strategie 2030 der Universität Bern festgehaltenen Grundlagen wie Selbstverständnis und Werte sowie an den Vorgaben aus der Kommunikationsstrategie.

Die Universitätsleitung ist zusammen mit den Fakultäten und Organisationseinheiten verantwortlich für die allgemeine Kommunikation von Schwerpunkten und Ergebnissen. Informationen von gesamtuniversitärer Bedeutung erfolgen grundsätzlich durch die Abteilung Kommunikation & Marketing.

Die Fakultäten und ihre Institute sowie die weiteren Organisationseinheiten sorgen dafür, dass Forschungsergebnisse der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, soweit nicht

überwiegende öffentliche oder private Interessen entgegenstehen. Die Fakultäten und weiteren Organisationseinheiten können die Universitätsangehörigen und die Öffentlichkeit selbständig über ihre Tätigkeit in den Bereichen Forschung und Lehre informieren; bei Fragen von universitärer Bedeutung tun sie dies in Zusammenarbeit mit der Universitätsleitung.

5. Grundsätze für Kommunikation und Meinungsäußerungen

Für die Kommunikation der Universität, ihrer Einheiten und ihrer Angestellten gilt namentlich:

- Die Informationstätigkeit der Universität und Publikationen im Wissenschaftsbetrieb sind abzugrenzen von Meinungsäußerungen durch Universitätsangestellte zu Themen ausserhalb der eigenen Forschungstätigkeit.
- Meinungsäußerungen haben die Interessen der Universität und der Fachbereiche zu wahren. Insbesondere sind institutionsschädigende Aussagen oder andere Aktivitäten, die negative Auswirkungen haben könnten, zu unterlassen.
- Auftritte und Meinungsäußerungen mit Aussenwirkung von Universitätsangestellten dürfen die Ausübung ihrer Funktion und das Vertrauen von Mitarbeitenden, Studierenden und Dritten in die Universität nicht beeinträchtigen.
- Die Interessen der Universität gehen Partikularinteressen von Universitätsangestellten vor.
- Privates und Geschäftliches sind zu trennen.
- Privatmeinungen und private Inhalte sind klar als solche zu deklarieren.
- Privatmeinungen oder Meinungen im Rahmen von Nebenbeschäftigungen dürfen nicht auf Briefpapier oder in E-Mails mit universitärem Kopf oder in offiziellen Kanälen der Universität Bern verbreitet werden.
- Die Rechte der Universität Bern und Dritter – insbesondere im Bereich des Persönlichkeits- und Datenschutzes, der Urheberrechte sowie des Amtsgeheimnisses – sind zu wahren.
- Auf Webseiten der Universität dürfen private Inhalte und Links auf private Webseiten grundsätzlich nur dann enthalten sein, wenn sie einen Bezug zur universitären Funktion aufweisen.

6. Social Media

Für die Benutzung von Social Media gelten die vorstehend aufgeführten allgemeinen Grundsätze für die Kommunikation; sie bezwecken einen professionellen, qualitativ hochstehenden und sicheren Umgang mit Social Media. Die Kommunikation in Social Media muss dem Selbstverständnis, den Werten und der Positionierung der Marke Universität Bern entsprechen, wie sie in der Strategie 2030, der Kommunikationsstrategie, im Leitbild und im Corporate Design-Manual der Universität festgehalten sind.

Zusätzlich zu den allgemeinen rechtlichen Rahmenbedingungen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der jeweiligen Social Media-Kanäle. Sofern möglich, sollen datenschutzfreundliche und quelloffene Medien genutzt werden.

Social Media dienen als Kommunikationskanal der Verbreitung von Inhalten aus der Universität, aber auch dem Austausch mit den Zielgruppen. Dafür nutzt die Universität verschiedene Plattformen.

Universitäre Einheiten können auf Wunsch eigene offizielle Accounts erstellen. Allgemeine Auskünfte zu Social Media gibt die Abteilung Kommunikation & Marketing.

Social Media bilden wegen ihrer Schnellebigkeit und Kürze für Äusserungen zu wissenschaftlichen Themen einen speziellen Rahmen. Sie sind mit Bedacht und Rücksichtnahme zu benutzen.

Für die Kommunikation auf Social Media gilt insbesondere:

- Grundsätzlich soll zwischen Accounts für die private Nutzung sowie für die Nutzung im professionellen Kontext unterschieden werden. Eine generelle Kenntlichmachung kann innerhalb der Profilbeschreibung erfolgen.
- Fakten sind von Meinungen zu trennen, und Meinungen sind als solche zu kennzeichnen, insofern ein Account sowohl für professionelle wie private Äusserungen genutzt wird.
- Wenn sich insbesondere Professorinnen oder Professoren in Social Media äussern, tragen sie dem Fakt Rechnung, dass sie in aller Regel als Angehörige der Universität wahrgenommen werden.
- Äusserungen im beruflichen Umfeld sollen stets faktenbasiert sein, wissenschaftlichen Minimalstandards genügen und nicht unangemessen verkürzt wiedergegeben werden.
- Die Kommunikation soll dem Medium angemessen und möglichst empfängergerecht sein.
- Für alle publizierten Inhalte ist - unabhängig, in welchem Kontext der Account genutzt wird - die Autorin oder der Autor persönlich verantwortlich.

Diese Grundsätze werden im Anhang zu diesen Weisungen ausgeführt.

7. Zuständigkeiten

Die Universitätsleitung kann für die Umsetzung der Weisungen weitere Vorgaben erlassen oder andere Stellen, wie namentlich die Abteilung Kommunikation und Marketing, mit der Durchführung von Massnahmen oder Aktivitäten beauftragen.

Als Aufsichts- und Disziplinarbehörde ist die Universitätsleitung zuständig für allfällige Disziplinar-massnahmen oder personalrechtliche Massnahmen bei Nichtbefolgung der Weisungen.

8. Inkrafttreten

Diese Weisungen treten mit ihrer Unterzeichnung in Kraft. Sie ersetzen die Leitlinien zu Information und Meinungsäusserungen vom 23. Februar 2021, die Richtlinien Social Media vom 29. Oktober 2013 sowie die Weisungen betreffend Auftritte und Meinungsäusserungen von Universitätsangestellten mit Aussenwirkung vom 4. November 2008.

Bern, 4. Juni 2024

Im Namen der Universitätsleitung
Der Rektor:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ch. Leumann', written in a cursive style.

Prof. Dr. Christian Leumann

Anhang: Richtlinien Social Media

1. Social Media und die Universität Bern

Diese Richtlinien bezwecken einen professionellen, qualitativ hochstehenden und sicheren Umgang mit Social Media.

Social Media sind Online-Kommunikationskanäle wie z.B. Facebook, Instagram, X, Mastodon, Bluesky, TikTok oder Youtube, die Austausch und Teilen von Wissen und die Förderung von Diskursen ermöglichen.

Die Universität Bern unterstützt den offenen Dialog zwischen der Universität und den Bezugsgruppen auf Social Media sowohl auf proprietären als auch auf quelloffenen Plattformen.

2. Allgemeine Grundsätze

Spezifische rechtliche Rahmenbedingungen

Rechtliche Rahmenbedingungen sind einzuhalten, namentlich:

- Die Rechte der Universität Bern, ihrer Angehörigen und Dritter – insbesondere im Bereich des Persönlichkeits- und Datenschutzes, der Urheberrechte sowie des Amtsgeheimnisses – sind zu wahren.
- Die allgemeinen Grundsätze der Universität Bern sind einzuhalten, insbesondere:
 - Rassistische, gewaltverherrlichende, sexistische und pornografische Inhalte sind nicht erlaubt; sie stellen zudem einen Missbrauch der IT-Ressourcen dar.
 - Institutionsschädigende Aussagen über die Universität Bern oder andere Aktivitäten, die negative Auswirkungen auf die Universität Bern haben könnten, sind zu unterlassen.
- Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der jeweiligen Social Media-Kanäle sind zu beachten.

Kommunikation in Social Media

Für die **Kommunikation** in Social Media gelten namentlich folgende Grundsätze:

- Reaktionen auf Fragen, Kritik oder Anregungen sollen in angemessener Zeit erfolgen (erste Reaktion in der Regel innerhalb eines Arbeitstages).
- Der Ton der Kommunikation ist angemessen und höflich.
- Die Kommunikation hält sich an Fakten.
- Bei problematischen Posts und Beiträge aller Art, die sich zu einer Krise entwickeln könnten, ist die Abteilung Kommunikation & Marketing zu informieren. Bei Medienanfragen ist die Medienstelle (medien@unibe.ch) zu kontaktieren.

In Krisensituationen ist der Krisenstab zu informieren; die Abteilung Kommunikation & Marketing ist Ansprechpartnerin.

Die Abteilung Kommunikation ist allgemeine Auskunftsstelle zu Social Media (socialmedia@unibe.ch).

Verwendung des Logos der Universität

Universitäre Einheiten sind angehalten, die Bildmarke (u hoch b) als Profilbild zu verwenden. Fakultäten und Institute verwenden die schwarze Bildmarke auf weissem Grund, die Dachkanäle die weisse Bildmarke auf rotem Grund. Zentren mit eigenem Logo/eigener Bildmarke dürfen diese verwenden.

Die Verwendung des Logos der Universität Bern ist nur für Organisationseinheiten der Universität Bern erlaubt; es darf nicht für private oder kommerzielle Zwecke genutzt werden.

Mediananfragen und Krisensituationen

Mediananfragen über Social Media, welche die Gesamtuniversität betreffen, sind direkt an die Medienstelle der Universität Bern (medien@unibe.ch) weiterzuleiten.

Problematische Posts und Beiträge aller Art, die sich zu einer Krise entwickeln könnten, sind zu beobachten.

In Krisensituationen ist die Abteilung Kommunikation und Marketing Ansprechpartnerin.

3. Verhaltensgrundsätze für Organisationseinheiten und die Administratorinnen und Administratoren

Planung des Auftritts

- Accounts von universitären Einheiten sollten als Business Accounts angelegt werden.
- Für Auftritte ist ein Redaktionskonzept oder zumindest ein Inhaltskonzept zu erstellen.
- Vor der Realisierung eines Social-Media-Profiles sind die Zuständigkeiten (Verantwortung) und Prozesse zu definieren. Die verantwortliche Person sowie der Account sind bei Erstellung dem Social Media Team der Abteilung Kommunikation & Marketing zu melden.
- Themen von gesamtuniversitärer Relevanz und mit breiterer Zielgruppe können auch über die Hauptkanäle der Universität Bern abgesetzt werden. In jedem Fall ist die Abteilung Kommunikation & Marketing zu informieren und mit ihr abzustimmen, über welche Kanäle eine solche Kommunikation erfolgt.
- Die Abteilung Kommunikation und Marketing steht beratend zur Verfügung.

Netiquette und Impressum

- Auftritte sind mit einer Netiquette zu versehen; diese hält fest, wie sich die Nutzerinnen und Nutzer untereinander auf dem jeweiligen Portal verhalten sollen. Zudem enthält sie die Kriterien für ein Löschen von Beiträgen der Fans, Followers oder Subscribers.
- Für den Business Account gilt die Impressumspflicht. Das Impressum enthält üblicherweise mindestens Adresse, E-Mail und die Telefonnummer der/des Verantwortlichen für den Kanal.
- Auf ein Impressum kann vom Social Media Profil aus verlinkt werden, wenn der Kanal nicht explizit die Möglichkeit für die Darstellung eines Impressums vorsieht.
- Für den Inhalt des Impressums sind die Bestimmungen des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu beachten (Art. 3 Abs. 1 lit. s Ziff. 1 UWG).

Namensgebung

Universitäre Auftritte sind als solche durch eine geeignete Namensgebung zu kennzeichnen. Für die Bezeichnung gelten folgende Grundsätze:

- Auftritte der Universität Bern sind mit dem Zusatz «... Universität Bern» oder «Uni Bern» oder «unibe» zu benennen.
- Der «Uniform Resource Locator» (URL) trägt einen Zusatz «...unibern» oder «...unibe» im Namen.
- Für die Wahl der URL empfiehlt sich eine Kombination von Institutskürzel oder Organisationseinheit mit dem Zusatz «unibe» oder «unibern»
- Fremdsprachige Bezeichnungen der Universität Bern erfolgen gemäss den sprachlichen Bestimmungen der Universität Bern (Englisch: University of Bern, Französisch: Université de Berne).
- Im Informationsbereich des Social Media-Kanals ist darauf hinzuweisen, dass es sich beim Institut oder der jeweiligen Organisationseinheit um einen Bereich der Universität Bern handelt.
- Auf zeichenbegrenzten Plattformen wird die Universität Bern grundsätzlich mit «unibern» abgekürzt. Dies gilt für die Hashtags #unibern, nicht aber für Erwähnungen, sogenannte Mentions, die mit dem jeweiligen Handle (bspw. @unibern) erfolgen.
- Private Social Media-Kanäle mit der Verwendung des Namens der Universität Bern sind nicht erlaubt. Dies gilt auch für Abwandlungen des Namens (zum Beispiel unibe, unibern) und die Verwendung des Logos.

Monitoring

- Die Online-Reputation ist mittels geeigneter Tools zu beobachten.
- Das Monitoring obliegt den Profilverantwortlichen selbst.

Private Nutzung

Die private Nutzung von Social Media am Arbeitsplatz unterliegt den gleichen Regeln wie die generelle Nutzung des Internets zu privaten Zwecken.

Private Social Media-Kanäle mit der Verwendung des Namens der Universität Bern sind nicht erlaubt. Dies gilt auch für Abwandlungen des Namens (zum Beispiel unibe, unibern) und die Verwendung des Logos.

4. Checkliste/Grundlage Social Media Konzept für universitäre Einheiten

- o *Sie stehen im Kontakt mit der/dem Social Media-Verantwortlichen der Universität Bern*
- o *Sie wissen, welche Kanäle Sie bespielen wollen mit folgenden Aspekten:*
 - o *Sie wissen, wer Ihre Zielgruppe ist*
 - o *Sie wissen, wie oft Sie die Kanäle bespielen wollen*
 - o *Sie wissen, mit welchen Formaten und welchen Inhalten Sie die Kanäle bespielen wollen*
- o *Die Zuständigkeit für die Kanäle ist klar geregelt (Hauptverantwortung, Ressourcenumfang)*
- o *Der Fall eines personellen Wechsels der/des Kanal-Zuständigen ist geregelt.*

- o *Die Prozesse zur Contenterstellung sind klar definiert (Vier-Augen-Prinzip, Content-Lieferanten, ...)*
- o *Für das Monitoring der Social Media-Kanäle besteht eine klare Zuständigkeit.*
- o *Das Community Management ist klar definiert (z.B. bis wann eine Antwort auf einen Kommentar zu erfolgen hat)*
- o *Sie haben den Umfang und die für Sie wichtigen KPIs für eine Analyse ihrer Aktivitäten definiert.*
- o *Rechtliche Aspekte:*
 - o *Sie kennen die rechtlichen Aspekte bei der Contenterstellung und im Publishing und halten diese ein (z.B. Urheberrecht, Recht am Bild, ...)*
 - o *Sie beachten weiteres geltendes Recht (Amtsgeheimnis, Urheberrechte, Daten- und Persönlichkeitsschutz)*
- o *Sie haben für die Verwendung der Materialien der Universität Bern (z.B. das Logo, Bildmarke) die entsprechenden Einverständnisse eingeholt*
- o *Der Name Ihres Auftritts enthält den Zusatz «... Universität Bern» oder «unibe»*
- o *Die URL zu Ihrem Auftritt trägt den Zusatz «...unibern» oder «...unibe» im Namen (z.B. «www.facebook.com/iop.unibe» oder «www.youtube.com/ilubunibe»).*
- o *Im Informationsbereich verweisen Sie sowohl auf das Impressum als auch darauf, dass es sich um eine Organisationseinheit der Universität Bern handelt.*
- o *Sie haben eine Netiquette erstellt und ein Impressum formuliert bzw. verlinken auf einen Impressumsnachweis.*
- o *Sie verwenden keine Logos und Social Media-Kanäle mit dem Namen der Universität Bern oder Abwandlungen des Namens für private Zwecke.*