



SWISS TCM UNI
瑞士中医药大学

Ordnung über Unterstützung

Diese Ordnung basiert auf dem Finanzreglement.

(Der Einfachheit halber wird im gesamten Text die männliche Form verwendet, die weibliche Form ist jeweils eingeschlossen.)

Inhaltsverzeichnis

I. Gegenstand und Geltungsbereich	3
II. Begriffe	3
§2.1. Sponsoring.....	3
§2.2. Spenden	3
§2.3. Fundraising	3
III. Allgemeines	3
§3.1. Selbstverständnis der SWISS TCM UNI	3
§3.2. Freiheit und Unabhängigkeit von Lehre und Forschung	4
§3.3. Beziehungspflege	4
§3.4. Nutzung von Logos und Corporate Design	4
IV. Sponsoring	4
§4.1. Transparenz.....	4
§4.2. Verbot von Produktwerbung	4
V. Anderweitige Zuwendungen.....	4
VI. Schlussbestimmungen	5

I. Gegenstand und Geltungsbereich

¹ Diese Ordnung über Unterstützung umfasst alle Grundsätze, die für Sponsoring, Spenden und Fundraising zugunsten der SWISS TCM UNI (STU) von Bedeutung sind.

² Der Ordnung über Unterstützung unterliegen sämtliche Instanzen und Angehörige der STU.

³ Die Ordnung über Unterstützung schliesst dabei alle externen Partner aus, die an Projekten der STU im Bereich Lehre, Forschung und Dienstleistung sowie Entwicklung mitarbeiten und Interesse an den Projektergebnissen haben.

II. Begriffe

§2.1. Sponsoring

¹ Sponsoring umfasst die Planung, Koordination, Umsetzung und Kontrolle aller Aktivitäten, die im Zusammenhang mit der Bereitstellung von Fördermitteln durch Unternehmen und Institutionen stehen. Diese Mittel dienen der STU bzw. ihren Instituten, Fachbereichen und Studiengängen, ebenso wie der Erreichung der Ziele des Sponsors. Zu den Fördermitteln zählen Geld, Dienstleistungen, Sachmittel oder Know-how.

² Der Sponsor schliesst mit der STU einen Vertrag, in dem die Zwecke und Ziele der Mittelverwendung definiert sind.

§2.2. Spenden

¹ Spenden sind freiwillige Geld- und Sachleistungen von Unternehmen oder Privatpersonen, die ohne jedwede Gegenleistung der STU für spendenbegünstigte Zwecke zur Verfügung gestellt werden.

² Spenden können auch in Form von Legaten, Schenkungen, Donationen, Gönnerbeiträgen oder Mäzenatentum erbracht werden.

§2.3. Fundraising

¹ Unter den Begriff Fundraising fällt die systematische Planung, Ausführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten der STU bzw. ihrer Institute, Fachbereiche und Studiengänge, welche darauf abzielen, benötigte Geld-, Sach- und Dienstleistungen zu beschaffen. Dies geschieht durch konsequente Ausrichtung auf die Anliegen der Ressourcenbereitsteller und zu möglichst geringen Kosten bzw. Konditionen. Der Begriff Ressourcenbereitsteller umfasst sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen, Stiftungen und öffentliche Institutionen.

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. Gleiches gilt für Lizenz einnahmen aufgrund von Immaterialgüterrechten und Einnahmen aus Dienstleistungen wie Gutachten, Analysen und Beratungen.

III. Allgemeines

§3.1. Selbstverständnis der STU

¹ Die STU ist eine privatrechtliche Institution mit eigener Rechtspersönlichkeit. Sie erfüllt ihre Aufgaben im Dienste der Allgemeinheit; dabei achtet und schützt sie die Würde von Mensch und Natur. Sie ist innerhalb der Grenzen von Verfassung und Gesetz autonom.

² Die STU hat das Recht, mit anderen Organisationen und Unternehmen zusammenzuarbeiten, sofern dies der Erfüllung ihrer Aufgabe dient. Dabei ist sie der Freiheit und Unabhängigkeit von Lehre und Forschung verpflichtet.

§3.2. Freiheit und Unabhängigkeit von Lehre und Forschung

¹ Für jede Partnerschaft, die zwischen der STU und Dritten eingegangen wird, muss gewährleistet sein, dass dies im Einklang mit dem Lehr- und Forschungsauftrag der STU geschieht. Jegliche Geld- und Sachzuwendungen dürfen die Lehre und die Forschung der STU in keiner Weise beeinflussen oder einschränken.

² Stiftungsprofessuren, d.h. fremdfinanzierte Professuren, fallen unter die Berufsordnung für das wissenschaftliche Personal der STU.

§3.3. Beziehungspflege

¹ Die STU arbeitet eng mit ihren Unterstützern zusammen.

² Die STU arbeitet nur mit Personen, Unternehmungen und Institutionen zusammen, welche den politischen Grundwerten der Schweiz entsprechen und legale Mittel zur Verfügung stellen.

³ Die STU distanziert sich von jeder Zusammenarbeit, welche den Standards der STU nicht entspricht.

⁴ Im Zweifelsfall entscheidet die Hochschulleitung.

§3.4. Nutzung von Logos und Corporate Design

¹ Möchte die STU das Logo eines Partners verwenden bzw. abdrucken, bedarf es dessen Zustimmung.

² Logos und Firmenbezeichnungen sind nur ohne Zusätze zu verwenden. Gestattet ist z.B.: «Mit freundlicher Unterstützung von (Firma).» Nicht gestattet ist: «(Firma), Ihr Partner für (Angebot)».

IV. Sponsoring

§4.1. Transparenz

¹ Jeder Sponsor muss für die Öffentlichkeit erkennbar sein.

² Leistungen für Sponsoren, die über die reine Verdankung hinausgehen, stehen in einem angemessenen Verhältnis zur Unterstützung der STU.

³ Die STU verdankt und kommuniziert Sponsoring transparent in ihren entsprechenden Publikationen. Die Hochschulleitung entscheidet bei einem Betrag ab CHF 50'000,- über Form und Ausmass.

§4.2. Verbot von Produktwerbung

¹ Die STU dankt ihren Sponsoren, ohne dabei für diese Werbung zu machen.

² Ein Verdanken von Sponsoren in Drucksachen geschieht ausschliesslich für die Leistung, die der STU entgegengebracht wurde, und nicht für darüberhinausgehende Produkte und Dienstleistungen.

³ Ausnahmen hierzu bilden Präsentationen in Form von Produkt- und Büchertischen bei Events, Kongressen oder anderen vergleichbaren Veranstaltungen der STU. Geschieht das Sponsoring unmittelbar in Form von Dienstleistungen bzw. Produkten, kann der Sponsor benannt werden.

V. Anderweitige Zuwendungen

¹ Erhält die STU freiwillige und unentgeltliche Zuwendungen, werden diese entsprechend verdankt und transparent kommuniziert.

² Die Namensgebung von Infrastruktur bzw. Namenspatenschaften für Stiftungsprofessuren, Forschungseinheiten oder Gebäuden sind gestattet, sofern die Finanzierung mehrheitlich durch den jeweiligen Sponsoring-Partner erfolgt.

³ Die Hochschulleitung entscheidet in dieser Sache.

VI. Schlussbestimmungen

¹ Diese Ordnung wurde am 30. März 2025 durch Verwaltung verabschiedet.

² Sie wurde am 31. März 2025 von Hochschulleitung genehmigt.

³ Dieses Dokument tritt am 1. April 2025 in Kraft und ersetzt sämtliche früheren Fassungen.