



**SARAH HAT RECHT**

Letztthin ging ich mit meinen Kindern ins Kino. Ein Kinobesuch ist schon teuer genug, deshalb haben wir Popcorn und etwas zu trinken selbst mitgenommen. Bei der Ticketkontrolle sagte der Mann, dass wir unsere selbstmitgebrachten Speisen und Getränke nicht im Kinosaal konsumieren dürfen. Darf er uns das verbieten?

Ja, das darf er, aber nur, wenn die Hausordnung das explizit regelt.

Die Kinobesitzer können eine Hausordnung aufstellen, welche verbietet, eigene Snacks und Getränke ins Kino mitzunehmen. Die Hausordnung muss für Kinogäste einsehbar sein, damit diese vor dem Kinobesuch Kenntnis von der Regelung haben. Alternativ müssen Kinogäste auf ein allfälliges Verbot von mitgebrachten Getränken und Snacks beim Ticketkauf aufmerksam gemacht werden.

Einige Kinos verbieten die mitgebrachten Getränke und Snacks auch in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese werden in der Regel mit dem Kauf des Kinotickets von den Kinogästen akzeptiert. Die AGB zu lesen, liegt in der Verantwortung der Kinogäste.



**Dr. iur. Sarah Schläppi**  
Rechtsanwältin, Geschäftsführerin,  
Verwaltungsrätin

**Bracher & Partner**

# Herr Bürli bewegt Bern

Hohe Mieten, eintönige Arbeit oder soziale Ungleichheit. Im neuen Buch Community Branding beschreibt der Berner Designer Herr Bürli, wie Bürgerinnen und Bürger gesellschaftliche Herausforderungen mit neuen Arbeits-, Wohn- und Wirtschaftsmodellen angehen und dabei auf überraschende Lösungen stossen. Ein Buch für alle, die Zukunft gestalten möchten, für Pioniere und Gemeinschaftstierchen. Das Buch ist kein Gewöhnliches: Es nimmt einen mit auf einen Spaziergang durch Berns innovative Communities, durch Gassen, über Brücken und entlang der Aare, zu Orten, an denen gemeinschaftliche Initiativen entstanden sind. Es

erzählt von Menschen, die sich zusammenschliessen, um neue Arbeitsformen zu entwickeln, offene Werkstätten zu betreiben oder mit gemeinschaftlich geführten Betrieben eine Alternative zur klassischen Arbeitswelt zu schaffen. «Community-Branding – Von der Vision zum lebendigen Wir» ist ein Sachbuch mit erzählerischem Charakter. Anhand von drei realen Beispielen – dem Effinger Coworking Space, Urbane Dörfer und Zehendermätteli im Glück – zeigt es, wie sich Menschen zusammenschliessen, um ihr direktes Umfeld aktiv zu gestalten. Dabei verbindet es persönliche Geschichten mit Werkzeugen für community-basierte Initiativen.

In einer Zeit wachsender sozialer und wirtschaftlicher Ohnmacht zeigt das Buch auf inspirierende Weise, dass wir nicht auf politische oder wirtschaftliche Reformen warten müssen, sondern bereits heute im Kleinen Veränderungen anstossen können. Das Buch liefert konkrete Impulse zur Entwicklung lokaler Initiativen und gemeinschaftsbasierter Projekte. Dieses Buch richtet sich an Menschen, die sich für neue Formen des Zusammenlebens und -arbeitens interessieren – an alle, die sich mit Fragen des gesellschaftlichen Wandels beschäftigen. Ob in Nachbarschaften, Vereinen, Unternehmen oder Organisationen – Community-Branding gibt wertvolle Impulse für

alle, die Gemeinschaft aktiv gestalten möchten.

Der Autor, Herr Bürli, ist Unternehmer und Mitbetreiber des Effinger Coworking Spaces – eines selbstorganisierten Ökosystems aus Unternehmen und Kreativen. Beruflich begleitet er Unternehmen wie die Schweizerische Post, die Migros Genossenschaft Aare und Emmentaler bei ihren Markenauftritten. Seine Leidenschaft gilt community-basierten Initiativen und sozialer Innovation. Nebenbei unterrichtet er als Gastdozent an Schweizer Fachhochschulen im Bereich Nutzerforschung und Design. Er lebt mit seiner Frau und seinem Sohn in Ostermundigen.

Foto: zvg

## Neuer Studiengang bei der BFH

Das Departement Wirtschaft der Berner Fachhochschule (BFH) bietet einen neuen Masterstudiengang für Entrepreneurship & Business Innovation an. Studiengangsleiterin ist Prof. Dr. Susan Müller, Professorin für Entrepreneurship. Wie aus einer Mitteilung hervorgeht, sollen die Kurse im September 2025 beginnen. Die Regelstudienzeit ist auf vier Semester ausgelegt. Das Studium selbst ist als flexibles Teilzeitprogramm konzipiert und bietet sowohl Online- als auch Präsenzveranstaltungen an. Der Masterstudiengang soll die Idee eines Accelerator-Programms mit den Stärken eine Hochschule vereinen, heisst es in der Mitteilung. Studierende entwickeln dabei ihre eigenen unternehmerischen Ideen und erhalten gezielte Unterstützung sowie Zugang zum Innovations- und Entrepreneurship-

Ökosystem. Zudem profitieren sie vom Wissenschaftsbetrieb der Hochschule und lernen, eigene wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen. Der Masterstudiengang steht Interessenten mit unterschiedlichen akademischen Hintergründen offen. Dazu zählen Betriebs- und Volkswirt-

schaftslehre wie technische, naturwissenschaftliche oder künstlerische Bachelorabschlüsse. Die Anmeldefrist für den neuen Studiengang endet am 31. Juli 2025. Bewerbenden, die ihre Unterlagen bis zum 31. März 2025 einreichen, ist ein Studienplatz garantiert.

Foto: bfh



## «Tätschmeister» übernimmt im Wylerbad

Das Beizli im Wylerbad wird künftig durch die DAFA GmbH geführt. Verantwortlich sind Fabrice Hallemann und Damian Dominguez. Die beiden aus dem Wyler-Quartier stammenden Gastronomen sind in Bern und Köniz bereits durch ihren Foodtruck «Tätschmeister» bekannt. Das neue Angebot in der Beiz des Wylerbads soll Badiklassiker umfassen. Der Pachtvertrag wurde nach einer öffentlichen Ausschreibung mit einer dreijährigen Laufzeit ab dem 1. April 2025 abgeschlossen. Die städtischen Restaurants, darunter auch die Gastrobetriebe in den Freibädern, werden von Immobilien Stadt Bern verpachtet.



QR-Code scannen oder Jobcode auf [www.jobbern.ch](http://www.jobbern.ch) eingeben



H. Räss GmbH

**Servicetechniker für Haushaltgeräte 80–100%**

3018 Bern (Bümpliz)



Jobcode  
172654

Sie möchten Ihre Stelle ebenfalls hier ausschreiben? – Kontaktieren Sie uns unter +41 31 978 20 20 oder via [jobbern@ims-marketing.ch](mailto:jobbern@ims-marketing.ch)