

Arbeitshilfe für die Leitsätze den Selbsthilfe für die Zusammenarbeit mit Personen des privaten und öffentlichen Rechts, Organisationen und Wirtschaftsunternehmen, insbesondere im Gesundheitswesen
(Stand:09/09)

(1) Internetauftritte von Selbsthilfeorganisationen

(a) Aktive Links

Selbsthilfeorganisationen die von ihren eigenen Internetseiten durch aktive Links auf Seiten eines Wirtschaftsunternehmens verweisen und hierfür ein Entgelt erhalten, laufen Gefahr, dass dieses Verhalten von den Finanzbehörden als Werbung eingestuft wird. Unabhängig von der steuerrechtlichen Einordnung entspricht die Setzung aktiver Links auf die Internetseite eines Sponsors grundsätzlich nicht den Leitsätzen.

Zwar hat das Finanzgerichts München in einem Urteil vom 15.05.2006 entschieden, dass ein aktiver Link einer gemeinnützigen Organisation auf die Internetseite eines Sponsors kein wirtschaftlicher Gewerbebetrieb durch Ausübung von „Werbung“ sei. Dieses Urteil wurde inzwischen jedoch vom Bundesfinanzhof aufgehoben (BFH, 7.11.2007, I R 42/06). Der Bundesfinanzhof hat jedoch offengelassen, ob die Schaltung von aktiven Links als Werbung einzustufen. Die Rechtsfrage bleibt daher bisher ohne obergerichtliche Entscheidung.

Allerdings hat die Finanzverwaltung zu dieser Frage klar Stellung bezogen:

Die Finanzverwaltung hat im "Sponsoringlerlass" (BStB1. I 1998, 212) festgelegt, unter welchen Voraussetzungen die Zahlungen bzw. Leistungen des Sponsors beim Empfänger steuerfrei sind: Danach liegt kein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vor, wenn der geförderte Verein dem Sponsor nur die Nutzung seines Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Körperschaft hinweist (Duldung" von Werbemaßnahmen des Sponsors im Gegensatz zur aktiven Teilnahme daran). Um den Vereinen entgegenzukommen, lässt die Finanzverwaltung auch zu, dass der Verein auf Plakaten, Eintrittskarten, Ausstellungskatalogen usw. auf die Förderung durch den Sponsor hinweist, wobei dieser Hinweis unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors erfolgen darf, solange die Angabe des Sponsors nicht besonders hervorgehoben ist.

Zunächst war unklar, wie diese - ohnehin schon schwammigen - Abgrenzungskriterien auf die Nennung von Sponsoren auf der Vereinshomepage anzuwenden waren. Das bayerische Finanzministerium hat zu dieser Frage dann in einem Erlass Stellung genommen der von den anderen Bundesländern übernommen worden ist (Erlass v. 11.2.2000, Az.33 - S 0183 -12/14 - 59238,DStR 2000,594): Danach ist die bloße Nennung des Sponsors bzw. die Abbildung seines Logos auf der Vereinshomepage unschädlich da diese Form des Hinweises auf den Sponsor der nach dem Sponsoringlerlass zulässigen Nennung auf Plakaten usw. vergleichbar ist. Ein steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb soll nach Auffassung der Finanzverwaltung jedoch dann entstehen, wenn *durch einen Link auf das Logo des Sponsors zu den Werbeseiten der sponsernden Firma umgeschaltet" werden könne. Aktive Links sind insoweit als „Werbung“ im steuerrechtlichen Sinne anzusehen.

Für eine steuerrechtliche Definition des Werbebegriffs in den Leitsätze der BAG SELBSTHILFE spricht, dass sich auch nach den außerhalb des Steuerrechts gebräuchlichen Werbebegriffen keine andere Auslegung ergibt: Im allgemeinen Sprachgebrauch wird Werbung im Sinne von Wirtschaftswerbung definiert als „Bekanntmachung von Gütern oder Dienstleistungen mit dem Ziel, sie abzusetzen“. Im Marketing bezeichnet man als Werbung „jede Art der nicht-persönlichen Vorstellung und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen eines eindeutig identifizierten Auftraggebers durch den Einsatz bezahlter Medien“. Die EU-Wettbewerbsrichtlinie 2006/114/EG definiert Werbung wie folgt: „Jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Beruf mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern (Art. 2 a).

Subsumiert man die aktiven Links unter diese Definitionen, so muss davon ausgegangen werden, dass die Rechtsprechung die Schaltung von aktiven Links auf die Internet-Seiten eines Wirtschaftsunternehmens in der Zukunft voraussichtlich als Werbung qualifizieren wird. Dies kann jedoch für Selbsthilfeorganisationen u.U. zu erheblichen steuerlichen Konsequenzen führen.

Denn ein gemeinnütziger Verein, der aktive Werbemaßnahmen zugunsten eines Sponsors unternimmt oder bei dessen Werbemaßnahmen mitwirkt, überschreitet die Grenze zum steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb mit der Folge, dass die Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuerfreiheit der Vereinseinnahmen zumindest teilweise verloren geht, wenn die Einnahmen aus dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb insgesamt Euro 35.000,- übersteigen (§ 64 Abs. 3 Abgabenordnung).

Damit widerspricht das Schalten aktiver Links nicht nur dem in Punkt 2 a Satz 2 enthaltenen Werbeverbot, sondern auch unter Umständen folgendem in Punkt 1 b der Leitsätze formulierten Grundsatz. „Die Selbsthilfeorganisationen akzeptieren keine Zusammenarbeit, welche die Gemeinnützigkeit des Verbandes gefährdet oder gar ausschließt*.

(b) Gemeinschaftliche Internetseite mit Leistungserbringern

Das oben Gesagte gilt auch für den Fall, dass eine Selbsthilfeorganisation eine gemeinschaftliche Internetseite mit Leistungserbringern im Gesundheitswesen betreibt. Auch dies kann im Rechtssinn als werbliche Aktivität der Leistungserbringer aufgefasst werden und ist damit leitsatzwidrig.

(2) Sponsoring-Verträge

(a) Umsetzung von Sponsoringvereinbarungen

Hinsichtlich der schriftlichen Absicherung des Verhältnisses zu Sponsoren besteht ein gewisses Spannungsverhältnis zwischen der Rechtssicherheit, der Praktikabilität und steuerrechtlichen Aspekten: Denkbar ist, eine konkrete Rahmenvereinbarung zu schließen, in der die Eventualitäten aller denkbaren Zuwendungsfälle geregelt werden, oder aber man kann für jedes Einzelprojekt eine gesonderte schriftliche Vereinbarung abschließen, was aber recht aufwändig ist.

Eine ganz allgemeine Rahmenvereinbarung, in den konkreten Angaben zu den Zuwendungen bzw. an den Gegenleistungen fehlen, ist nicht hilfreich. Es sollten vielmehr die von der BAG SELBSTHILFE und dem FORUM im PARITÄTISCHEN entwickelten Musterverträge Verwendung finden.

Hinzu kommt immer die steuerrechtliche Implikation: Sobald eine Zuwendung ein Entgelt für eine bestimmte Leistung des Empfängers darstellt oder in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit dessen Leistungen stehen, schneidet eine Berücksichtigung als Spende aus (Schreiben des Bundesfinanzministeriums vom 18.02.1998). Sobald dann die Finanzverwaltung zu dem Eindruck gelangt, der Verband wirke an Werbemaßnahmen des Sponsors mit, ist von einem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Verbandes mit den entsprechenden Folgen bzgl. der Gemeinnützigkeit des Verbandes auszugehen (ebenda). Zuwendungen die die Selbsthilfeorganisation erhält, sind voll zu versteuern (19 %). Ist die Gegenleistung als Duldungsleistung zu verstehen, dann ist die Zuwendung (nur) mit 7% zu versteuern. Unterschiedliche Musterverträge für beide Fälle stehen zur Verfügung.

Es wird darauf hingewiesen, dass die Gegenleistung wegen der unterschiedlichen Steuersätze klar benannt werden muss. Sponsoringvereinbarungen liegen im übrigen auch dann vor und sind schriftlich zu fixieren, wenn sie die Entgegennahme von Sachleistungen zum Inhalt haben.

Auch durchlaufende Zuwendungen sind entweder als Spende oder als Sponsoringvertrag einzustufen und verbuchen,

(b) Auslegen von Flyern und Publikationen eines Wirtschaftsunternehmens bei Veranstaltungen der Selbsthilfeorganisation

Eine Abmachung mit einem Vertreter eines Pharmaunternehmens, dass man einen bestimmten Betrag als Zuschuss für eine Veranstaltung erhalte und dass man dann Flyer des Unternehmens dort auslege, stellt bereits einen Sponsoring-Vertrag dar, der schriftlich zu fixieren ist. Es werden dann nämlich schon - anders als bei einer Spende - Leistung und Gegenleistung in ein Abhängigkeitsverhältnis zueinander gebracht. Sponsoring-Vereinbarungen lösen Steuerpflicht aus.

(c) Anfertigung eines Kalenders für die Selbsthilfeorganisation auf Kosten eines Wirtschaftsunternehmens

Bei einer Anfertigung eines Kalenders mit den Logos einer Selbsthilfeorganisation und eines Wirtschaftsunternehmens auf Kosten des Unternehmens, bei dem die Selbsthilfeorganisation die Verteilung des Kalenders übernimmt, handelt sich um ein Sponsoring. Daher ist ein schriftlicher Vertrag mit dem Wirtschaftsunternehmen erforderlich; die Selbsthilfeorganisation unterliegt der oben beschriebenen Steuerpflicht.

(3) Fördermitgliedschaft

(a) Höhe und Ausgestaltung des Mitgliedsbeitrags

Der Mitgliedsbeitrag eines Fördermitgliedes sollte 5.000 € nicht überschreiten. Es wird empfohlen, dafür Sorge zu tragen, dass er nicht jedes Jahr neu frei wählbar ist. Überdies sind Vereinbarungen zu vermeiden, wonach die Mittelverwendung gegenüber den Förderern offen gelegt werden soll, da andernfalls Gefahren für die Unabhängigkeit und Neutralität der Selbsthilfeorganisation entstehen können.

(b) Verknüpfung der Bedingungen von Fördermitgliedschaft und Logoverwendung

Es ist leitsatzwidrig, in einem Vertragsentwurf die Voraussetzungen an eine Fördermitgliedschaft mit den Bedingungen einer Logoverwendung zu vermischen.

(4) Vereinsorganisation

(a) Outsourcing von Aufgaben des Vereins

Es stellt eine Gefährdung für die Neutralität und Unabhängigkeit einer Selbsthilfeorganisation dar, wenn für nicht unerhebliche Bereiche der Vereinsarbeit die Dienste einer GmbH in Anspruch genommen werden, die von der Selbsthilfeorganisation organisatorisch getrennt agiert und zugleich auch für andere Akteure im Gesundheitswesen (Ärzte, Krankenkassen etc.) tätig wird. Die Gefährdung ist als akut einzustufen, wenn der Geschäftsführer der GmbH auch im Vorstand der Selbsthilfeorganisation tätig ist.

(b) Mitarbeit von Angestellten eines pharmazeutischen Unternehmens im Vorstand einer Selbsthilfeorganisation

Es stellt eine Gefährdung für die Neutralität und Unabhängigkeit einer Selbsthilfeorganisation dar, wenn ein Mitarbeiter eines (pharmazeutischen) Unternehmens, das im Indikationsgebiet der Selbsthilfeorganisation tätig ist, zugleich im Vorstand der Selbsthilfeorganisation mitwirkt.

(c) Private Auftritte von Funktionsträgern bei Veranstaltungen eines Wirtschaftsunternehmens

Es wird empfohlen bei privaten Aktivitäten und Auftritten von Funktionsträgern einer Selbsthilfeorganisation bei Veranstaltungen eines Wirtschaftsunternehmens im Gesundheitsbereich dafür Sorge zu tragen, dass die verbandliche Funktion nicht im Veranstaltungszusammenhang herausgestellt wird.

(d) Private Grußworte eines Funktionsträgers einer Selbsthilfeorganisation in einer Broschüre eines Wirtschaftsunternehmens

Bei einem Vorwort des Funktionsträgers einer Selbsthilfeorganisation in einer Broschüre eines Wirtschaftsunternehmens, die (auch) werblichen Charakter hat, ohne Nennung der Selbsthilfeorganisation, ist Vorsicht geboten. Wenn und soweit der Funktionsträger bei weiten Teilen der Patientenschaft im Indikationsgebiet in seiner Eigenschaft als Funktionär des

Verbandes bekannt ist, muss sich der Verband das Vorwort zurechnen lassen. Daher wäre ein solches Verhalten als unzulässige Beteiligung an der Werbung des Unternehmens einzustufen.

(e) Absicherung der Neutralität und Unabhängigkeit der Voten des wissenschaftlichen Beirats

Um die Neutralität und Unabhängigkeit der Voten des wissenschaftlichen Beirats von Selbsthilfeorganisationen abzusichern, wird empfohlen, die von der BAG SELBSTHILFE entwickelte Selbstauskunft hinsichtlich möglicher Interessenkonflikte von den Mitgliedern des wissenschaftlichen Beirats einzuholen

(5) Publikationen

(a) Umgang mit Anzeigenkunden

Anzeigenkunden (d. h. Wirtschaftsunternehmen, die Anzeigen schalten) in Mitgliederzeitschriften von Selbsthilfeorganisationen sollten nicht im Impressum der Zeitschrift genannt werden, da sonst der Eindruck entsteht, dass Anzeigenkunden - unzulässigerweise - an der inhaltlichen Erarbeitung des jeweiligen Heftes verantwortlich mitgewirkt haben.

(b) Inhaltliche Trennung zwischen redaktionellen Inhalten und Anzeigen

Widmet sich die Mitgliederzeitschrift einer Selbsthilfeorganisation als sog. „Schwerpunktheft“ einem konkreten Thema, dürfen sich die Anzeigen in diesem Heft nicht überwiegend auf Produkte beziehen die in diesem Themenbereich einschlägig sind. Anderenfalls kann der Eindruck des werblichen Charakters des gesamten Hefts entstehen.

(c) Inhaltliche Überschneidungen von Leserbriefen, Anzeigen und Berichten

Besteht ein enger Zusammenhang zwischen einer Anzeige einem Bericht und einem Leserbrief in einer Zeitschrift, dann kann ein Leitsatzverstoß vorliegen. Auch die grafische Gestaltung des Leserbriefes und die räumliche Platzierung von Anzeige und Leserbrief im Heft sind wichtige Merkmale bei der Klärung der Frage, ob ein Leitsatzverstoß vorliegt. Es wird daher empfohlen, Anzeigen klar getrennt und ohne räumlichen Bezug zu einem entsprechenden inhaltlichen Bericht oder Leserbrief zu platzieren. Ferner sollte bei einem positiven Leserbrief zu einem entsprechenden Produkt von dem Autor eine Versicherung eingeholt werden, dass er nicht in wirtschaftlichen Beziehungen zu dem entsprechenden Wirtschaftsunternehmen steht.

(d) Vermittlung von Sponsoren durch eine Agentur

Soweit Agenturen sich anbieten Verlag, Wirtschaftsunternehmen und Selbsthilfeorganisationen zum Zwecke der Erstellung von Broschüren, „zusammenzubringen“, ist zweierlei zu beachten: Nachdem es sich um eine dreiseitige Vertragsanbahnung handelt, ist auch im Falle eines Vertragsschlusses ein dreiseitiger, schriftlicher Sponsoring-Vertrag

erforderlich. Dabei muss gewährleistet sein, dass die Selbsthilfeorganisation von vornherein die volle inhaltliche Kontrolle über die Ausgestaltung der Broschüren hat.

(e) Nachträgliche Änderungen in einer Publikation durch

Die Selbsthilfeorganisation hat deswegen auch darauf zu achten, dass Publikationen nicht ohne ihr Einverständnis nachträglich durch den Sponsor verändert werden.

(f) Patienteninformation zu einem Präparat

Sogenannte Patienteninformationen zur Therapie mit einem Präparat, welche der Mitgliederzeitschrift oder einer Publikation des Verbandes beigeheftet werden, sind leitsatzwidrig wenn die Kosten für den Druck dieser Information von der Firma, die das Präparat herstellt, übernommen wurden und der erste Entwurf von der Firma geschrieben wurde, selbst wenn diese mehrfach von der Selbsthilfeorganisation überarbeitet wird. Hier ist

nicht auszuschließen, dass in einer solchen Information die Interessen der Firma und sei es im vorausseilenden Gehorsam mit eingearbeitet werden. Zudem ist zu prüfen, ob hier ein Verstoß über Heilmittelwerberecht vorliegt (s. unter f).

(g) Wiedergabe von Informationen aus einer indikationsspezifischen Pressekonferenz einer Firma

Es wird empfohlen die Berichterstattung über indikationsspezifische Pressearbeit von Pharmaunternehmen rechtlich genau zu überprüfen. Richten sich solche Pressekonferenzen nur an Fachkreise, dann könnte in der öffentlichen Berichterstattung auch ein Verstoß gegen das Hilfsmittelwerberecht zu sehen sein.

(h) Übernahme von Charts von Firmenpublikationen

Es ist leitsatzwidrig, Charts von Unternehmen mit deren Logo ohne Hinweis auf den Anzeigencharakter in eine Darstellung der Verbandspublikation zu übernehmen, wenn diese gleichzeitig dem Verein Spenden haben zukommen lassen.

(6) Testaufenthalte in Kliniken

Wenn nicht die medizinischen oder krankheitsbezogenen Maßnahmen im Vordergrund stehen sind Einladungen an sogenannten Testaufenthalten in Kliniken von Funktionsträgern einer Selbsthilfeorganisation abzulehnen.