

Benedetto

DEUTSCHES EHRENAMT – DAS E-MAGAZIN



Januar 2021



SOZIALVERSICHERUNG IM SPORTVEREIN

So trimmen Sie den Trainer-
vertrag auf Selbstständigkeit

DER VORSTAND UND ...

Die Vergütung von Leistungen
steuerlich korrekt ein- und
zuordnen

FRAGE – ANTWORT

Die Aufwandsspende – ein
Rechtsanwalt erklärt



MEHR VORSTÄNDE BRAUCHT DAS LAND!

Aktiv mitgestalten, etwas bewegen, gemeinsame Ziele zum Wohle anderer verfolgen – das ist, was viele Menschen im Ehrenamt suchen und auch finden. Doch gelingt die direkte Arbeit am Projekt nur, wenn der Verein dank ordentlicher Führung eine solide Basis dafür bietet. Dafür trägt der Vorstand bzw. das Vorstandsteam die Verantwortung. Eine großartige Aufgabe! Doch leider glauben viele Ehrenamtliche, sie stünden mit der Verantwortung und Haftung als Vorstand ganz allein da und stellen sich nicht zur Wahl. Wagen Sie es! Denn das DEUTSCHE EHRENAMT unterstützt Vorstände mit dem Vereins-Schutzbrief bei ihrer verantwortungsvollen Aufgabe und bietet optimalen Versicherungsschutz, Beratung zu Vereinsrecht und Vereinssteuerrecht sowie geballtes Wissen rund um die Vereinsführung.

Mehr Informationen unter www.deutsches-ehrenamt.de

VORWORT



Hans Hachinger, Gründer DEUTSCHES EHRENAMT e. V.

*Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!
Liebe ehrenamtlich Engagierte!*

Ein neues Jahr steht meist in Zusammenhang mit neuen Vorsätzen und Zielen, Plänen, Wünschen und Chancen. Wir vom DEUTSCHEN EHRENAMT haben dahin gehend vor allem ein Ziel: Ihnen auch im Jahr 2021 zur Seite zu stehen, Ihnen den Rücken frei zu halten, damit Sie Ihren Projekten und dem Vereinsalltag nachgehen können, und schließlich mit dem Vereins-Schutzbrief zu einer maximalen Sicherheit Ihrer Vereinsfreuden beizutragen. Auch umfasst unsere Agenda für dieses Jahr, Sie weiter mit spannenden und wichtigen Themen rund um den Verein zu versorgen und dahin gehend Antworten auf zahlreiche Fragen zu finden – und das von einer rechtlich abgesicherten Seite aus.

Noch immer sind die Zeiten unter der Pandemie eine Herausforderung. Das normale Leben, wie wir alle es kennen und missen, steht noch immer Kopf, und das bedeutet auch, dass das Vereinsleben in seinen vielfältigen Facetten eingeschränkt ist. Umso wichtiger ist es uns nun, eine schützende Hand aufzulegen und zu helfen – so wie Sie das mit Ihrem ehrenamtlichen Engagement tagtäglich in zahlreichen Projekten tun. Sinnbild für diesen Schutz und die Hilfe ist auch Sankt Benedikt, italienisch Benedetto, der Namensgeber unseres Magazins. Benedetto machte es sich zur Aufgabe, sich den Nöten der Bevölkerung anzunehmen und so Almosen und Nahrung unter ihnen zu verteilen oder sich für deren Heilung bei schwerer Krankheit einzusetzen. Er stand auf diese Weise der Bevölkerung in Notzeiten bei und gilt so als der Begründer der organisierten klösterlichen Pflege. Was er damals tat, ist der heutige Kern der ehrenamtlichen Tätigkeiten: erkennen, wo Hilfe benötigt wird, hinsehen statt wegsehen und unterstützen.

Und so möchte auch ich Sie in dieser schwierigen Zeit ermutigen, an den Träumen, Plänen und Zielen für dieses neue Jahr festzuhalten. Projekte gemeinsam anzugehen. Und auf diese Weise zusammen Großartiges zu leisten. Wann immer wir können, breiten auch wir vom DEUTSCHEN EHRENAMT schützend unsere Hand über Ihre Vereinsaktivitäten aus. Alles Gute für Sie und Ihren Verein im Jahr 2021 – Gesundheit, Projekte, die Kinderaugen zum Leuchten bringen, und freudige Momente, die in die Vereinsgeschichte eingehen mögen.

Mit freundlichen Grüßen


Hans Hachinger

AUS DEM INHALT

SOZIALVERSICHERUNG IM SPORTVEREIN

So trimmen Sie den Trainervertrag auf Selbstständigkeit

NACHGEFRAGT

Ein Rechtsanwalt erklärt alles rund um die Aufwandsspende

PRAKTIKANTEN IM VEREIN

Welches Arbeitsverhältnis liegt vor? Und wie werden Praktikanten bezahlt?

GRENZÜBERSCHREITEND

Ehrenamtliche Initiativen für deutsch-französische Projekte

ONE DAY

Eine klare Botschaft: Gemeinsam die Welt ein Stückchen besser machen

CORPORATE VOLUNTEERING

Gemeinnützige Zwecke im Fokus

DER VORSTAND UND ...

Die Vergütung von Leistungen steuerlich korrekt ein- und zuordnen

EINMALEINS DES DATEN- SCHUTZES

Die Verarbeitung personenbezogener Daten

SOZIALVERSICHERUNG IM VEREIN

TEIL 5



SO TRIMMEN SIE DEN TRAINER-VERTRAG AUF SELBSTSTÄNDIGKEIT

Selbstständig oder doch abhängig beschäftigt? Vereine sollten das Beschäftigungsverhältnis ihrer Trainer und Übungsleiter korrekt einordnen können, denn davon hängt ab, ob sie unter Umständen Beiträge zur Renten- und Sozialversicherung zahlen müssen. Ein freier Mitarbeitervertrag allein begründet dabei noch längst keine Selbstständigkeit des Trainers, kann diese jedoch durch bestimmte Vertragsinhalte ausschließen. Im letzten Teil unserer Serie sagen wir Ihnen, worauf Sie bei der Vertragsgestaltung achten müssen.

Tatsächliche Verhältnisse wiegen schwerer als Vertrag

Eine selbstständige Übungsleitertätigkeit hat den Vorteil, dass der Verein von steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Belastungen befreit ist. Im Vergleich zu angestellten Trainern entfallen die sonst bestehenden Beitrags- und Meldepflichten. Stattdessen hat der selbstständige Übungsleiter sein Honorar selbst zu versteuern und ist zudem auch eigenverantwortlich für seine soziale Absicherung. Der Sozialversicherungsstatus einer Selbstständigkeit entsteht jedoch nicht einfach durch die vertragliche Regelung zwischen Verein und Trainer. Wie wir in den vorangegangenen Beiträgen zur Sozialversicherung erläutert haben, kommt es immer auf die tatsächlichen Arbeitsverhältnisse an.

Freier Mitarbeitervertrag: Worauf kommt es an?

Trotzdem kann der Vertrag mit dem Trainer oder Übungsleiter ein Ansatzpunkt bei der sozialversicherungsrechtlichen Bewertung sein. Das bedeutet: Eine ungeschickte Vertragsgestaltung kann wohl eine Selbstständigkeit ausschließen, sie aber umgekehrt nicht durch eine optimale Gestaltung herstellen. Dennoch kann der Verein das Verhältnis zu einem Übungsleiter vertraglich auf „Selbstständigkeit“ trimmen. Auf folgende sieben Punkte sollten Sie daher achten:

1 Rechtliches Verhältnis

Der Hinweis, dass kein Arbeitsverhältnis begründet werden soll, ist zwar nicht zwingend erforderlich, aber sinnvoll. Das Gleiche gilt für den Hinweis, dass der Trainer/ Übungsleiter für die Versteuerung der Vergütung selbst zuständig ist und er als selbstständiger Lehrer rentenversicherungspflichtig ist.

2 Vergütung

Vermeiden Sie unbedingt eine pauschale monatliche Bezahlung. Die Vergütung muss quantifizierbar, also stundenbezogen oder nach anderen mengenmäßigen Kriterien festgelegt werden. Stellen Sie klar, dass nur tatsächlich geleistete Arbeitsstunden vergütet werden. Eine erfolgsabhängige Komponente ist ebenfalls empfehlenswert, z. B. indem die Vergütung von der Teilnehmerzahl abhängig gemacht wird. Tipp: Auch die Möglichkeit, die Trainerleistungen gegen eine zusätzliche Vergütung auszuweiten, spricht für eine Selbstständigkeit.

3 Inhalt der Tätigkeit

Die vereinbarte Tätigkeit, also Art und Umfang der Kurse bzw. der Trainerstunden, sollte möglichst detailliert beschrieben sein, sodass später keine Anweisungen seitens des Vereins mehr erforderlich sind. Das spräche nämlich für ein Direktionsrecht und damit für eine abhängige Beschäftigung.

4 Weisungsrecht

Dient aufgrund eines geringeren Verwaltungsaufwands ein Rahmenvertrag als Basis, der weder Zeitumfang noch den Inhalt der Tätigkeit festlegt, sondern eine Einzelbeauftragung für die jeweiligen Kurse vorsieht, muss unbedingt klargestellt sein, dass das in Absprache mit dem Übungsleiter erfolgt. Der Verein darf also kein einseitiges Weisungsrecht haben, der Trainer muss einzelne Aufträge ablehnen können.

5 Terminabsprachen

Individuelle Terminabsprachen mit den Sportlern sind grundsätzlich ein Merkmal für eine Selbstständigkeit. Der Vertrag sollte es daher dem Übungsleiter ermöglichen, Trainings- und Kurszeiten selbst festzulegen. Das gilt primär für Einzelsportarten.

6 Vertretung

Der Vertrag sollte ebenfalls regeln, dass der Übungsleiter im Krankheits- und Urlaubsfall selbst für eine Vertretung sorgen muss. Das spricht für ein Unternehmerrisiko, weil er keine Vergütung erhält bzw. mit dieser die Ersatzkraft bezahlen muss.

7 Arbeitsmittel

Im Vertrag sollten möglichst keine Vereinbarungen über vom Verein gestellte Arbeitsmittel enthalten sein. Legen Sie stattdessen – wenn möglich – fest, dass der Trainer eigene Arbeitsmittel nutzt.

Achtung: Das darf nicht im Vertrag stehen!

In Sinne einer selbstständigen Übungsleitertätigkeit sollten bestimmte Vertragsinhalte unbedingt vermieden werden, weil sie deutliche Merkmale einer abhängigen Beschäftigung sind. Dazu zählen zum Beispiel

- Entgeltfortzahlung im Krankheits- und Urlaubsfall
- Urlaubsanspruch
- Wettbewerbsverbot (vertragliche Regelung, dass der Trainer nicht oder nur mit Erlaubnis des Vereins für andere Vereine tätig werden darf)
- Berichtspflichten, die über die Abrechnung der geleisteten Arbeitsstunden hinausgehen
- Verpflichtung zu anderen Tätigkeiten als den im Vertrag ausdrücklich genannten
- Detailanweisungen zur Tätigkeit
- Anwesenheitspflicht über die konkreten Trainings- und Kurszeiten hinaus
- Kontrolle sportlicher Erfolge und evtl. Freistellung bei Misserfolgen durch den Verein
- notwendige Abstimmung mit anderen Mannschaften oder Trainern
- Nutzung von vereinseigener Kleidung mit Logo etc.
- Regelungen, nach denen der Verein den Tätigkeitsbereich und die damit verbundenen zeitlichen Dispositionen jederzeit kurzfristig ändern kann
- ein Weisungsrecht gegenüber Spielern oder anderen Vereinsmitarbeitern

Der Freie Mitarbeitervertrag des DOSB

Können Sie von einer selbstständigen Tätigkeit des Übungsleiters ausgehen, empfiehlt sich als Vertragsvorlage der „Freie Mitarbeitervertrag Übungsleiter Sport“ vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB). Voraussetzung ist jedoch, dass die Vergütung monatlich nicht mehr als 650 Euro beträgt. Der Betrag errechnet sich aus dem an den Mini-Job angelehnten Entgelt von 450 Euro zuzüglich des ohnehin sozialversicherungsfreien Übungsleiterfreibetrages von 200 Euro pro Monat. Bis zu dieser Höhe wird von den Sozialversicherungsträgern ein derartiges Vertragsverhältnis im Sportbereich akzeptiert, völlig unabhängig von den steuerlichen Bewertungen. Da es sich bei diesem speziellen Mustervertrag um eine Sondervereinbarung ausschließlich für Sportvereine handelt, sollten Sie Änderungen oder Ergänzungen in den vorgegebenen Inhalten aber auf jeden Fall vermeiden. Nur so kann bei Betriebsprüfungen der Sozialversicherungsträger ein selbstständiges Beschäftigungsverhältnis sozialversicherungsrechtlich anerkannt werden.

Hier geht's zum Mustervertrag: [deutsches-ehrenamt.de/uebungsleitervertrag](https://www.iww.de/vb/deutsches-ehrenamt.de/uebungsleitervertrag)



Quelle: <https://www.iww.de/vb/>





Rechtsanwalt Hans-Joachim Schwenke

WAS GENAU IST EINE AUFWANDSSPENDE?



Auch wenn es so klingt: Bei einer Aufwandsspende wird nicht die tatsächlich erbrachte Leistung oder Aufwendung gespendet, sondern lediglich das, was die Person dafür in Rechnung gestellt hätte. Der Begriff ist also ein wenig irreführend. Im Grunde wird dem Verein eine Leistung, Aufwendung oder Nutzung in Rechnung gestellt und das entsprechende Entgelt dann vom Rechnungssteller zurückgespendet. Um diesen Prozess abzukürzen, verzichten Spender und Verein auf einen Geldfluss. Trotzdem handelt es sich bei einer Aufwandsspende um eine Sonderform der Geldspende, bei der bereits der Verzicht auf die Erstattung als Spende behandelt wird.

Strenge Vorgaben bei Zuwendungsbestätigung für Aufwandsspenden

Deshalb gilt – wie bei jeder Sach- und Geldspende – auch bei der Aufwandsspende: Dem Spender muss ein finanzieller Aufwand, also eine Vermögensminderung entstehen, die er gegenüber dem Verein geltend machen kann. Um zu gewährleisten, dass nur dann eine Zuwendungsbestätigung für die „Spende eines Aufwands“ ausgestellt wird, wenn tatsächlich ein Erstattungsanspruch besteht und um Missbrauch zu vermeiden, sind strenge Vorgaben zu

beachten.

Folgende fünf Bedingungen müssen erfüllt sein:

- ✓ Der Rechtsanspruch auf Zahlung der Vergütung muss nachweisbar sein. (z. B. durch einen Vertrag, einen Vorstandsbeschluss, die Satzung oder Vereinsordnung).
- ✓ Die Höhe der vereinbarten Vergütung muss angemessen sein.
- ✓ Der Verzicht auf Vergütung darf nicht von vornherein vereinbart sein.
- ✓ Der Verein muss wirtschaftlich in der Lage sein, die Vergütung auszus zahlen.
- ✓ Der Verzicht auf Erstattung muss zeitnah innerhalb von drei Monaten ab Zahlungsfälligkeit erfolgen.

Unser Tipp: Verzichten Sie nicht auf den Geldfluss, sondern zahlen den in Rechnung gestellten Betrag an den Leistungserbringer aus. Im Anschluss kann der Leistungserbringer den Betrag zurückspenden und Ihr Verein stellt eine Spendenquittung aus. Mit diesem Vorgehen sind Sie immer auf der sicheren Seite.



Hans-Joachim Schwenke ist Gründungspartner der Kanzlei **Schwenke Schütz**. Neben der Führung der Notare (mit dem Amtssitz Berlin) mit Schwerpunkt im Gesellschafts- und Immobilienrecht berät er in diesen Bereichen Unternehmen im Rahmen von Transaktionen und Vertragsgestaltungen. Unsere Mandanten schätzen seine Kreativität und die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte einfachen Lösungen zuzuführen.



PRAKTIKANTEN IM VEREIN

Für die Beschäftigung eines Praktikanten im Verein ist eine vertragliche Grundlage, wie bei jedem anderen Praktikum auch, unabdingbar.

Praktikanten sind meist auf der Suche nach beruflichen Perspektiven, nach Erfahrungen, Kenntnissen und Wissen. Sie begleiten die Tätigkeiten im Verein, ohne dabei als Arbeitskraft in den täglichen To-dos eingeplant werden zu können. Charakteristisch für ein Praktikum ist vor allem auch die zeitlich begrenzte Dauer von wenigen Monaten. Möchte man als Verein selbst Praktikumsplätze anbieten, gilt es, einige rechtliche Hintergründe zu kennen und zu beachten.

📄 ZIFF. 1. „FORM DER ANSTELLUNG“

Die zu wählende Form der vertraglichen Grundlage für die Beschäftigung des Praktikanten ist der (befristete) Praktikumsvertrag. Beim Praktikumsverhältnis handelt es sich nicht um ein Arbeitsverhältnis, sondern um ein Vertragsverhältnis „sui generis“ (eigener Art), bei dem der Ausbildungszweck im Vordergrund steht. Die Kategorien „Arbeitsverhältnisse über eine kurzfristige Beschäftigung“ oder „Minijob“ sind daher nicht passend. Beim Praktikumsverhältnis handelt es sich um ein „anderes Vertragsverhältnis“ im Sinne von § 26 Bundesbildungsgesetz (BBiG). Daher

endet das Praktikumsverhältnis auch mit dem vereinbarten Zeitablauf; es kann von Ausbilderseite nicht einseitig ordentlich gekündigt werden (eine außerordentliche Kündigung aus wichtigem Grund ist zulässig).

📄 ZIFF. 2. „ANMELDEPFLICHT DES PRAKTIKANTEN“

Die Praktikantenvergütung ist steuerpflichtiger Arbeitslohn (Ausnahme gegebenenfalls bei Zahlung lediglich eines steuerfreien Auslagenersatzes). In sozialversicherungsrechtlicher Sicht sind freiwillige und Pflichtpraktika seit dem 01. Januar 2012 gleichgestellt und damit in der Regel sozialversicherungspflichtig. Wir empfehlen, etwaige Anmeldungen bei den Finanzbehörden und den Sozialversicherungsträgern über Ihre Steuerberatung vornehmen zu lassen.

ZIFF. 3. „ANWENDBARKEIT DES MINDEST-LOHNGESETZES“

Ob das Mindestlohngesetz Anwendung findet, richtet sich nach § 22 MiLoG. Nach § 22 Abs. 1 Satz 2 MiLoG „gelten“ Praktikantinnen und Praktikanten als Arbeitnehmer*innen im Sinne des MiLoG (gesetzliche Fiktion), es sei denn, „dass sie

1. ein Praktikum verpflichtend aufgrund einer schulrechtlichen Bestimmung, einer Ausbildungsordnung, einer hochschulrechtlichen Bestimmung oder im Rahmen einer Ausbildung an einer gesetzlich geregelten Berufsakademie leisten,
2. ein Praktikum von bis zu drei Monaten zur Orientierung für eine Berufsausbildung oder für die Aufnahme eines Studiums leisten,
3. ein Praktikum von bis zu drei Monaten begleitend zu einer Berufs- oder Hochschulausbildung leisten, wenn nicht zuvor ein solches Praktikumsverhältnis mit demselben Auszubildenden bestanden hat, oder
4. an einer Einstiegsqualifizierung nach § 54a des Dritten Buches Sozialgesetzbuch oder an einer Berufsausbildungsvorbereitung nach §§ 68 bis 70 des Berufsbildungsgesetzes teilnehmen.“

Auf Ihren „Fall A“ (Pflichtpraktikum im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung) trifft wohl die Ziff. 1. zu mit der Folge, dass das Mindestlohngesetz keine Anwendung findet. Für die Fälle B und C gilt, dass diese zwar eine geringere Dauer als drei Monate aufweisen (Ziff. 2. und 3. des § 22 Abs. 1 Satz MiLoG); unklar bleibt allerdings, ob der vom Gesetz verlangte Ausbildungsbezug vorhanden ist. Ist das der Fall, so ist auch hier das MiLoG nicht anwendbar.

Ist das MiLoG nicht anwendbar, ist der Ausbilder grundsätzlich frei, in welcher Höhe er eine Vergütung anbieten will. Die dann vereinbarte Vergütung unterliegt allerdings den vorgenannten Regeln der Steuer- und Sozialversicherungspflicht.

ZIFF. 4. „STEUERN / ABGABEN / VERSICHERUNGEN / O. Ä.“

Bitte klären Sie den Anfall von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen mit Ihrem Steuerberater.

ZIFF. 5. „VERBLEIB VON STUDENTEN IN DER BISHERIGEN VERSICHERUNG“

Bitte klären Sie diese Fragestellung mit Ihrem Steuerberater oder dem Sozialversicherungsträger. Nach hiesiger Kenntnis hängt die Beantwortung dieser Frage von verschiedenen Faktoren ab (Zeitpunkt der Absolvierung des Praktikums, Alter der Studentin/des Studenten unter 25,

Pflicht- oder freiwilliges Praktikum, Einhaltung der Stundenzahl von 20 während des laufenden Semesters). Bei Einhaltung der Betragsgrenze bis EUR 325,00 monatlich besteht grundsätzlich Versicherungsfreiheit; nach hiesiger Kenntnis gibt es auch Erleichterungen bei der Versicherungspflicht – jedenfalls für den Praktikanten – bei einer vereinbarten Vergütung bis EUR 400,00 und in der Gleitzone (EUR 400,00 bis EUR 800,00).

Unabhängig von den obigen Ausführungen regen wir an, dass Sie die vereinbarte Arbeitszeit in „Fall A“ unter den folgenden Aspekten überprüfen:

Die werktägliche Arbeitszeit darf nach § 3 S. 1 ArbZG acht Stunden nicht überschreiten. Das entspricht bei einer 6-Tage-Arbeitswoche 48 Stunden (bei einer 5-Tage-Arbeitswoche daher 40 Stunden). Der gesetzliche Höchststrahmen für die Arbeitszeit beträgt $6 \times 8 \text{ Stunden} = 48 \text{ Stunden} \times 48 \text{ Wochen}$ (52 Jahreswochen minus vier Wochen gesetzlicher Urlaub) = 2.304 Arbeitsstunden.

Bei schuldhafter Überschreitung der öffentlich-rechtlichen Arbeitszeit-Schutzvorschriften macht sich der Ausbilder strafbar und gegenüber dem Praktikanten schadensersatzpflichtig (§§ 280 Abs. 1, 283 Abs. 2 BGB i. V. m. der jeweiligen Norm des ArbZG). Eine Vereinbarung, die zulässige Arbeitszeit zu überschreiten, ist nichtig (§ 134 BGB) (Schaub/Koch ArbR A-Z, „Arbeitszeit“, beck-online).



DANKE !

An alle ehrenamtlichen Vorstände, Vereinsmanager*innen und Helfer*innen. Für euren Einsatz auch in diesen besonderen Zeiten. Fürs Durchhalten in der Krise. Fürs Weitermachen. Für eure kreativen Ideen zum Umgang mit der Krise. Dafür, dass ihr an die Zukunft denkt.

Dabei unterstützen wir euch auch jetzt mit Informationen und Tipps unter www.deutsches-ehrenamt.de



Mit einem Jahresbudget von 2,4 Millionen Euro fördert der im April 2020 aufgelegte Deutsch-Französische Bürgerfonds (<https://www.buergerfonds.eu/>) Projekte, die französische und deutsche Ehrenamtliche gemeinsam auf die Beine gestellt haben. Das ist nicht neu, mögen Sie nun einwenden, doch es ist sehr nötig, sagten sich Angela Merkel und Emmanuel Macron, als sie am 22. Januar 2019 den Vertrag von Aachen zur Stärkung der deutsch-französischen Beziehungen unterzeichneten. Auch das ist nichts Neues, da schon Konrad Adenauer und Charles de Gaulle, ebenfalls am 22. Januar des Jahres 1963, den sogenannten Élysée-Vertrag mit ihren Unterschriften besiegelten.

Warum noch ein Programm?

Wozu also noch mal ein neuer Vertrag und ein Fonds, der übrigens auch grenzüberschreitende Vereinsprojekte bezuschusst? Es gibt doch bereits über 2000 Städte- und Gemeindepartnerschaften zwischen diesen beiden Ländern, es werden grenzübergreifende Literaturpreise und Zuschüsse für Übersetzungen vergeben, es gibt mit ARTE sogar einen deutsch-französischen Fernsehsender, und darüber hinaus scheinen sich Frau Merkel und Monsieur Macron doch bestens zu verstehen. Also warum?

Lohnenswerte Kehrtwende

Hier lohnt sich ein kurzer Blick ins Geschichtsbuch. Obwohl das Verhältnis zwischen Frankreich und Deutschland über Jahrhunderte bis

1945 vor allem über eine tiefe Feindschaft definiert war, kam es bald nach dem Ende des 2. Weltkriegs zu einer Kehrtwende: Deutschland und Frankreich versöhnten sich, lernten sich zu verstehen und bilden heute gemeinsam den Motor Europas. Mission erfüllt, möchte man sagen, doch auch eine Freundschaft zwischen zwei Nachbarländern will gepflegt sein. Und da hilft es nicht, wenn auf höchster politischer Ebene Einigkeit besteht, aber an der Basis die Sprachlosigkeit Einzug hält.

Ohne Verstehen kein Verständnis

Die Sprachlosigkeit ist wörtlich zu nehmen: Während Mitte des 19. Jahrhunderts die französische Sprache nebst Latein und Griechisch den Dreiklang des klassischen Bildungsideals bildete, erlernen heute nicht mal mehr ein Viertel der deutschen Schüler Französisch. Viele davon wählen die Fremdsprache vor dem Abitur ab und gehen mit Englisch, Spanisch oder Chinesisch in die Abschlussprüfung. In Frankreich sieht es mit dem Erlernen der deutschen Sprache auch nicht besser aus. Nun stehen aber schulpolitische Maßnahmen nicht mehr so weit oben auf der Agenda und Versöhnung dient nach 75 Jahren Frieden auch nicht mehr als das tragende Motiv, um die deutsch-französische Freundschaft zu fördern.



Kreative Projekte – auch digital!

Neue, auch auf digitale Medien bezogene Projektideen sollen mithilfe des Deutsch-Französischen Bürgerfonds entstehen. Bitte nicht aufhören zu lesen, wenn Sie kein Französisch sprechen! Sprachkenntnisse sind erst mal nicht erforderlich, denn die u. a. vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unterstützte Initiative hilft ganz konkret mit regional angesiedelten Beratern. Sie informieren über Fördermöglichkeiten des Bürgerfonds, helfen bei der Projektorganisation und machen in ihrer Region Lust auf grenzüberschreitendes Engagement.

Über gemeinsame Projekte zur Sprache finden

Seit dem Start im April 2020 fördert der Bürgerfonds beispielsweise ein Sportprojekt für Frauen, die Gewalt erfahren mussten, einen Workshop über „Open Government“, ein Tanzprojekt zum Mitmachen, den Aufbau einer digitalen Plattform für Städtepartnerschaften oder einen Doku-film über das Familienleben in der Corona-Zeit. Auf die Zeit der Reise- und Kontaktbeschränkungen bezogen sich auch zwölf Online-Dinner mit über 100 Teilnehmern aus Berlin, Marseille, Bremen, Paris, Köln ... Es wurde gemeinsam gekocht, gegessen und über interkulturelle Projekte wie Städtepartnerschaften, interkulturelle Onlineplattformen oder Aktionen zum Umweltschutz diskutiert. So vielfältig wie die Themen waren auch die Menüs: von Hummer und Garnelen über Spargel und Kartoffelsalat bis hin zu Crêpes, Lauchsuppe oder Nusspesto. Interkultureller Austausch kennt weder Grenzen noch Beschränkungen und so konnten alle Teilnehmer*innen trotz der krisenbedingten Einschränkungen schöne, deutsch-französische Momente verbringen.



Tipps

Am 22. Januar 2021 findet wieder der Deutsch-Französische Tag statt. Alle Aktionen im Internet oder in Ihrer Region finden Sie unter

www.buergerfonds.eu/deutsch-franzoesischer-tag

Möchten Sie mit Ihrem Verein eine grenzüberschreitende Aktion starten und vom Fördertopf des Deutsch-Französischen Bürgerfonds profitieren, wenden Sie sich am besten direkt an einen der regionalen Berater*innen. Eine Übersicht und Kontaktadressen finden Sie hier:

<https://www.buergerfonds.eu/regionale-berater-innen>

„Tausende Organisationen sind bereits deutsch-französisch aktiv, aber der Bürgerfonds richtet sich auch an jene, die den Sprung über den Rhein noch nicht gewagt haben: Vom Sportverein über die freiwillige Feuerwehr oder den Fotoklub bis hin zur Chorgemeinschaft oder Nachbarschaftshilfe – überall steckt Potenzial für Begegnung und Austausch. Auch die über 2.200 Städtepartnerschaften zwischen Deutschland und Frankreich können mit Mitteln des Bürgerfonds vertieft werden“

erklären Tobias Bütow und Anne Tallineau, Generalsekretär bzw. Generalsekretärin des Deutsch-Französischen Jugendwerks (DFJW), das den Bürgerfonds umsetzt.



„BLEIBT AUTHENTISCH!“

DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT BEI ONE DAY E. V.

One Day maybe someone will change the world. Ganz abgesehen von seiner beeindruckenden Arbeit begeistert der Verein ONE DAY e. V. mit einer professionellen und sympathischen Darstellung im Netz, in den sozialen Medien und nun auch im eigenen ONE DAY MAGAZIN. Saskia Schmidt, der Gründerin, ist es gelungen, ONE DAY als Marke mit klarer Botschaft und hohem Wiedererkennungswert zu etablieren und dabei trotzdem absolut authentisch zu bleiben. Ein Erfolg, auf den so mancher Kommunikationsprofi neidisch sein dürfte. Im Interview erzählt sie, wie erfolgreiches Social Marketing und Öffentlichkeitsarbeit auch in einem ehrenamtlichen Umfeld umsetzbar sind.

Vier Wochen verbrachte Saskia 2010 für ein soziales Projekt in Namibia. In der Weite der Kalahariwüste hat sie das Land und die Menschen in ihr Herz geschlossen und reiste mit dem unbändigen Willen zurück, dort Hilfe und Hoffnung zu geben, wo sie dringend gebraucht werden. Heute, zehn Jahre später, engagieren sich 35 ehrenamtliche Mitarbeiter und über 120 Volunteers in ihrem Verein ONE DAY e. V. In die Hilfsprojekte in Sierra Leone, Kenia und Namibia fließen inzwischen jährlich insgesamt 150.000 Euro. Das finanziert der junge Verein nicht nur durch private Spenden, Patenschaften und öffentliche Gelder, sondern auch mit seinem Online-Charity-Shop und dem eigenen PopUpStore in Aschaffenburg. Authentische Öffentlichkeitsarbeit ist dabei ein Schlüssel zum Erfolg.



Saskia, kannst Du Dich noch an Deine erste PR-Maßnahme für ONE DAY erinnern?

„Ich glaube, mir war damals gar nicht bewusst, dass ich PR mache. Nachdem ich 2010 von meinem ersten Projekt in der Kalahariwüste zurückkam, veranstaltete ich spontan in einem winzigen Atelier eine Fotoausstellung. Das war wohl der Anfang. Es gab einen Kalender zu kaufen und Schwarz-Weiß-Aufnahmen meiner Eindrücke vor Ort. Alles war eher einfach gestrickt, aber mit

Liebe zum Detail und viel Authentizität. So habe ich die Menschen damals erreicht. Zunächst mobilisierte ich die Familie und den Freundeskreis, aber mit der Zeit wurden es immer mehr, die ich begeistern konnte. Die besagte Vernissage gibt es nun schon seit acht Jahren immer im Dezember – mittlerweile auch online.“

Was ist Dir in der Kommunikation wichtig, wie soll ONE DAY wahrgenommen werden?

„Wir möchten vor allem junge Menschen ansprechen, also auch diejenigen, die noch zur Schule gehen. Sie sollen erkennen, dass es toll ist zu helfen, dass man dafür kein dickes Bankkonto braucht und auch nicht zwingend ins Ausland reisen muss. ONE DAY will zeigen, dass sich soziales Engagement prima in den Alltag integrieren lässt und jeder helfen kann, zum Beispiel mit einem Talent, das man ohnehin besitzt. Deshalb

habe ich von Anfang an meine persönlichen Geschichten erzählt – ehrlich und emotional. Heute würde man wohl Storytelling dazu sagen. Auch aus gelegentlichen Rückschritten habe ich nie ein Geheimnis gemacht. Ich möchte glaubhaft sein. Die Menschen sollen wissen, dass wir bei ONE DAY ein „normales Leben“ führen und der Spagat zwischen Job und Ehrenamt nicht immer einfach zu turnen ist.“

Website, Facebook, Instagram und jetzt auch ein eigenes Magazin – wie viele Stunden pro Woche investierst Du in die Öffentlichkeitsarbeit?

„Das ist schwer zu sagen. Wenn du für eine Sache brennst, zählst du die Arbeitsstunden nicht. Bis vor zwei Jahren habe ich noch Vollzeit gearbeitet und ONE DAY in meiner Freizeit gestemmt. Heute arbeite ich 24 Stunden pro Woche in meinem regulären Job und beziehe als alleinige Angestellte des Vereins ein kleines Teilzeitgehalt. Das schenkt mir mehr zeitlichen Freiraum, auch für das Social Marketing. Leider habe ich oft mehr Ideen, als wir umsetzen können. Da gilt es eher, den Fokus zu behalten und sich nicht zu verzetteln.“

Hast Du von Anfang an auf Professionalität gesetzt oder war es eher ein „Learning by Doing“?

„Es war wohl ein bisschen von beidem. Ich habe Marketing in der Abendschule studiert und kannte mich daher mit der Materie aus. Von Haus aus bin ich eher der kreative Typ, der sich gern inspirieren lässt. Zusammen mit Freunden haben wir am Anfang einfach erst einmal „gemacht“ – von der Gründung über das Logo, die Homepage, Broschüren, Charity-Artikel und so weiter. Professionelle Hilfe kam dann erst viele Jahre später, als die technischen Anforderungen an unseren Onlineshop immer größer wurden. Vor einigen Jahren ließen wir deshalb unsere Homepage von einer befreundeten Agentur neu aufsetzen – ganz professionell.“

Gutes Marketing kostet meist eine Stange Geld. Wie viel investiert ONE DAY ca. in die Öffentlichkeitsarbeit?

„Ehrlich gesagt, so wenig wie möglich. Die Druckkosten für Broschüren machen den Löwenanteil aus. Für den Druck unseres Magazins mit immerhin 5.000 Exemplaren haben wir uns hingegen einen Sponsor gesucht. Fast alle Marketingkosten finanzieren wir aus unserem Charity-Shop. Unsere Spenden bleiben hier unberührt. Für Anzeigen investieren wir vielleicht 500 Euro jährlich. In Facebook und Instagram würden wir uns gerne noch mehr reinfuchsen, aber dazu fehlte bislang die Zeit.“

Hast Du Tipps, wie gemeinnützige Vereine beim Marketing Kosten sparen können?

„Zum Beispiel durch die Nutzung kostenloser Tools, wie zum Beispiel Canva. Und natürlich durch Netzwerken. Viele Menschen möchten einen sozialen Beitrag leisten und wissen nicht, wie. Wir haben eine WhatsApp-Gruppe, die nennt sich Volunteers. Nur wir von ONE DAY sind berechtigt, in diese Gruppe zu posten. Sie besteht aus Leuten, die nicht unbedingt wöchentlich, aber doch hin und wieder Aufgaben übernehmen können. Bei Bedarf fragen wir in die Gruppe: Wer kann uns am Wochenende am Infostand unterstützen? Wer kann den nächsten Flyer designen? Wer hat einen Anhänger und kann einen Transport übernehmen? Wer liest den Newsletter Korrektur und übersetzt ihn ins Englische? So lässt sich Geld sparen, und man baut gleichzeitig Brücken für die, die helfen wollen.“



Hat eure Öffentlichkeitsarbeit Auswirkung auf die Mitgliederzahl und die Spendensummen?

„Ich denke, die Öffentlichkeitsarbeit macht unsere Arbeit vor allem transparent, so dass die Menschen erkennen können, wer und was hinter ONE DAY steht. Das wiederum schafft Vertrauen – eine wichtige Voraussetzung, wenn man auf Spenden angewiesen ist. Bis jetzt profitieren wir hauptsächlich regional davon, dass man uns kennt und von ONE DAY bereits gehört oder gelesen hat. Für den ganz großen überregionalen Durchbruch fehlt uns im Moment noch die Zeit.“

Gibt es auch mal negative Rückmeldungen von Followern oder Fans? Wie geht ihr damit um?

„Klar, gibt es die, aber wir versuchen dann, diplomatisch und positiv zu bleiben. Auch wenn mir manchmal andere Worte auf der Zunge liegen. Vor allem, wenn sich Kritiker vorab nicht ausreichend informieren, ärgert mich das. Aber allzu oft kommt das nicht vor. ONE DAY positioniert sich weder politisch noch religiös. Uns geht es um Humanität und da überwiegen die positiven Rückmeldungen bei Weitem. Nicht nur weil wir den Menschen in Afrika mit unseren Projekten Hoffnung schenken, sondern auch den Menschen hier einen Sinn aufzeigen.“



Nicht nur gemeinnützige Organisationen und Vereine setzen sich hierzulande für gesellschaftliche Belange ein. Auch immer mehr Firmen übernehmen Verantwortung und zeigen Engagement für humanitäre, soziale und ökologische Zwecke. Als „Corporate Volunteering“ ist in den letzten Jahren eine erfreuliche Freiwilligenbewegung am Arbeitsplatz entstanden, die auch von den Chefetagen getragen und gefördert wird. Wir erklären Ihnen, wie Sie die Unternehmensprogramme für Ihren Verein nutzen können.

Unternehmen engagieren sich

Unter „Corporate Volunteering“ versteht man im Grunde sämtliche Aktivitäten eines Unternehmens, bei denen die Mitarbeiter ihre Zeit oder ihr Know-how für gemeinnützige Projekte einsetzen, die nicht zum regulären Geschäft des Unternehmens gehören. So gibt es zum Beispiel beim Versanddienstleister DHL einen jährlichen „Global Volunteer Day“, der an allen weltweiten Standorten des Unternehmens stattfindet und gemeinnützige Projekte wie Aufforstungs-

programme, Erdbebenvorsorge oder Flüchtlingshilfe aktiv unterstützt. IBM ermutigt seine Mitarbeiter wie auch Pensionäre, sich mit ihrem fachlichen Know-how in sozialen IT-Projekten zu engagieren, etwa in kommunalen Einrichtungen, gemeinnützigen Vereinen oder Schulen. Tchibo-Mitarbeiter engagieren sich regelmäßig für Flüchtlinge, indem sie in Erstaufnahmestellen tatkräftig mit anpacken oder den Geflüchteten bei der Bewältigung des Alltags helfen.

Eine klassische Win-win-win-Situation

Dass Corporate Volunteering also für gemeinnützige Organisationen und Vereine eine tolle Unterstützung darstellt, liegt auf der Hand. Aber auch die Unternehmen selbst profitieren davon. Es stärkt ihre Reputation in der Öffentlichkeit und macht sie vor allem für Bewerber attraktiver, die sich zunehmend mit einem Arbeitgeber identifizieren wollen, der auch aktiv gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Außerdem hilft bei externen sozialen Projekten oftmals der

Blick über den Tellerrand, die Kompetenzen und Fähigkeiten der eigenen Mitarbeiter zu erweitern. Nicht zuletzt stärkt das gemeinsame Engagement für die gute Sache die Zufriedenheit der Belegschaft und den Teamspirit. So gesehen ist Corporate Volunteering eine Win-win-win-Situation für Unternehmen, Organisationen und die Gesellschaft.

Partnersuche: So finden Sie Unterstützung für Ihren Verein

Kann auch Ihr Verein von Corporate Volunteering profitieren? Aber natürlich! Diese Form der Freiwilligenarbeit ist keineswegs nur namhaften Non-Profits und großen Konzernen vorbehalten. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen möchten sich viel lieber lokal und regional engagieren, in Projekten, die von den eigenen Mitarbeitern empfohlen werden. So kann das Team einer Schreinerei in einem Volunteering-Einsatz helfen, den Spielplatz des Kindergartens wieder auf Vordermann zu bringen. Warten Sie aber nicht unbedingt darauf, dass irgendwann einmal jemand an Ihre Vereinstür klopft und Hilfe anbietet. Um sich Unterstützung eines ansässigen Unternehmens zu sichern, können Sie selbst aktiv werden.



- ◆ Überlegen Sie, womit das Unternehmen Ihren Verein konkret unterstützen kann. Zum Beispiel durch spezielles Fachwissen („Skills-based Volunteering“), das in kostenlosen Beratungen zu rechtlichen oder finanziellen Themen oder IT-Schulungen und Führungskräfte-Coachings ihrem Verein zugutekommt. Oder Sie brauchen für ein bestimmtes Projekt ein paar helfende Hände aus dem Unternehmen („Hands-on Volunteering“). Das hat den Vorteil, dass Sie quasi auf keine spezielle Qualifikation oder ein bestimmtes Unternehmen angewiesen sind.
- ◆ Definieren Sie, in welchem Rahmen die Zusammenarbeit erfolgen soll. Fürs Erste eignet sich ein überschaubares Projekt. Unternehmen schätzen dieses „aktionsbezogene Engagement“, das sich zum Beispiel auf einen Aktionstag beschränkt. Läuft die Zusammenarbeit gut, kann sie nach und nach zu einer kontinuierlichen Partnerschaft ausgebaut werden.
- ◆ Beziehen Sie Ihre Vereinsmitglieder in die Suche nach einem geeigneten Partner ein (Mitgliederversammlung, Rundschreiben etc.). Womöglich arbeitet jemand in einem Unternehmen, das Corporate Volunteering schon länger praktiziert, und kann den richtigen Kontakt herstellen.
- ◆ Stellen Sie Ihren Verein in einem kurzen Schreiben oder einer informativen Präsentation vor und skizzieren Sie Ihren Unterstützungsbedarf inklusive des zeitlichen und personellen Aufwands. Vergessen Sie nicht, auch die Vorteile einer gemeinnützigen Zusammenarbeit für das Unternehmen zu erwähnen.
- ◆ Finden und kontaktieren Sie den richtigen Partner. Eventuell hat der Verein bereits Sponsoren, die durchaus an einem Corporate-Volunteering-Programm interessiert sind. Häufig können auch die ansässigen Industrie- und Handelskammern weiterhelfen und passende Unternehmen empfehlen. Last, but not least hilft der Blick ins Branchenverzeichnis.

Vereinsmitglieder bekommen Zeit vom Arbeitgeber geschenkt

Ihr Verein kann aber noch auf anderem Wege von Corporate Volunteering profitieren. Viele Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter bei einer privaten ehrenamtlichen Tätigkeit, indem sie sie für eine bestimmte Stundenzahl vom Arbeitsplatz freistellen – ohne Gehaltseinbußen. Häufig ist das bei Helfern von Feuerwehr, Wasserwacht oder Rettungsdienst der Fall. Aber das sind nicht die einzigen Beispiele. So werden Beschäftigte der internationalen Wirtschaftskanzlei Hogan Lovells ermutigt, 25 Stunden pro Jahr kostenlose Rechtsberatung im Rahmen eines gemeinnützigen Projektes zu leisten. Machen Sie also Ihre Vereinsmitglieder auf diese Möglichkeit aufmerksam und motivieren Sie sie, ihren Arbeitgeber darauf anzusprechen. Oft helfen ein paar zusätzliche Stunden für den Verein bereits, um ein lang geplantes Projekt endlich zu realisieren. Als kleine Argumentationshilfe können Sie Ihren Mitgliedern die Vorteile von Corporate Volunteering für das Unternehmen mit an die Hand geben.



Corporate Volunteering: 5 Vorteile für Unternehmen

- ◆ Starkes Mitarbeiterengagement: Corporate Volunteering steigert nachweislich das Engagement der Mitarbeiter. Unternehmen, die aktiv ehrenamtliche Programme fördern, profitieren von einer größeren Mitarbeiterzufriedenheit, und zufriedene Mitarbeiter sind produktiver.
- ◆ Imagegewinn: Ein gutes Corporate-Volunteering-Programm kann die Wahrnehmung und das Ansehen des Unternehmens in der Öffentlichkeit steigern und die Aufmerksamkeit von potenziellen neuen Kunden in der Region wecken.
- ◆ Arbeitgeberattraktivität: Laut einer Studie der Stanford Graduate School of Business sind Absolventen bereit, im Durchschnitt auf 14,4 % ihres Gehalts zu verzichten, um im Gegenzug bei sozial verantwortlichen Unternehmen zu arbeiten. Volunteering-Programme sind für qualifizierte Bewerber also ein wichtiges Auswahlkriterium.
- ◆ Personalentwicklung: Unternehmen profitieren von einem Kompetenzzuwachs der Beschäftigten durch die Einblicke in andere Märkte und Kundensegmente. Außerdem wirkt sich ehrenamtliches Engagement positiv auf Softskills wie Führungskompetenz, Kommunikations- und Teamfähigkeit aus.
- ◆ Mitarbeiterbindung: Mitarbeiter, die sich mit ihrem Unternehmen identifizieren, bleiben diesem länger treu. Ehrenamtliches Engagement auf Unternehmensseite erhöht also die Mitarbeiterbindung und senkt die Kosten für Neueinstellungen.



DIE VERGÜTUNG VON LEISTUNGEN STEUERLICH KORREKT EIN- UND ZUORDNEN

Ehrenamtliche Arbeit ist unbezahlbar und per Definition auch unbezahlt. Zum Glück hat der Gesetzgeber Möglichkeiten für Vereine geschaffen, um Vorstände, Mitglieder und Helfer dennoch zu entlohnen. Mit der Ehrenamtszuschale zum Beispiel verdienen sie bis zu 720 Euro pro Jahr steuer- und sozialversicherungsfrei. Der Übungsleiterfreibetrag sieht sogar eine Vergütung in Höhe von bis zu 2.400 Euro jährlich vor. Aber auch mit Aufwandspauschalen und Zuwendungen wie Präsenten oder Vergünstigungen können Vereine die Arbeit ihrer Mitarbeiter honorieren. Doch dabei lauert so mancher Stolperstein.

**HÄTTE
SIE ES
GEWUSST?**

Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Mitglieder und ehrenamtlichen Helfer steuerlich korrekt vergüten? Auf unserer Website finden Sie alle Details verständlich erklärt.

www.deutsches-ehrenamt.de



Spiel, Satz, Krieg – mit dem Finanzamt:

Das vergangene Jahr im TSV Wimbelden war turbulent. Erst hatten starke Regenfälle Schäden an den Tennisplätzen verursacht, dann fielen Corona-bedingt das Training und viele Turniere aus. Der Vorstand arbeitete unermüdlich, um den Verein durch die Krise zu bringen. Fördermittel wurden beantragt, Sponsoren bei Laune gehalten und die Mitglieder über alle Maßnahmen informiert. Mit Erfolg: Die spielfreie Zeit wurde genutzt, um das Vereinsgelände in Schuss zu bringen. Der Vorstand gab die nötigen Baumaßnahmen in Auftrag, organisierte Arbeitseinsätze unter den Mitgliedern und packte auch selbst mit an. Als Dankeschön und Entschädigung für das arbeitsreiche Jahr zahlte der Verein jedem Vorstandsmitglied daraufhin im Rahmen der Ehrenamtszuschale 600 Euro. Die Bestürzung war groß, als Schatzmeisterin Gerda T. nun ein Schreiben vom Finanzamt erhielt, das die Zahlungen als nicht satzungsgemäß zurückwies und eine Aberkennung der Gemeinnützigkeit des Vereins androhte. Was hat der Verein falsch gemacht?

Lösung: Der TSV Wimbelden hat es versäumt, in der Vereinsatzung auch die pauschale Vergütung des Vorstands zu notieren. Nur so kann das Vergütungsverbot für den Vorstand nach § 27 Abs. 3 BGB aufgehoben werden.



Pauschal daneben:

Die Wichtel und Zwerge der Kita Zipfelmütze e. V. sind restlos begeistert. Bernd M., Papa von Zwerg Anton und freiberuflicher Webdesigner, hat dem Kindergarten eine funkelneue Website spendiert. Fröhlich bunt ist sie geworden, mit einem Terminkalender, der über alle anstehenden Ereignisse in der Zipfelmütze informiert. Außerdem gibt es ein virtuelles Schwarzes Brett für wichtige Nachrichten der Kita-Leitung und eine Elterntauschbörse für Kinderkleidung und Spielzeug. Besonders praktisch: Die Eltern können ihr Kind jetzt ganz einfach online abmelden, wenn sie zum Beispiel verreisen oder der/die Kleine krank ist. Nicht nur bei den Kleinen ist Freude über das neue bunte Aushängeschild groß, auch die Kita-Leitung ist dankbar für die hilfreichen Tools und möchte sich erkenntlich zeigen. Weil Bernd M. seine Arbeitsleistung nicht regulär in Rechnung stellen will, soll ihm als Mitglied des Vereins eine Übungsleiterzuschale in Höhe von 1.500 Euro gezahlt werden. Doch Bernd M. befürchtet, dass die Summe vom Finanzamt nicht als steuerfreie Zuschale anerkannt wird. Zu Recht?

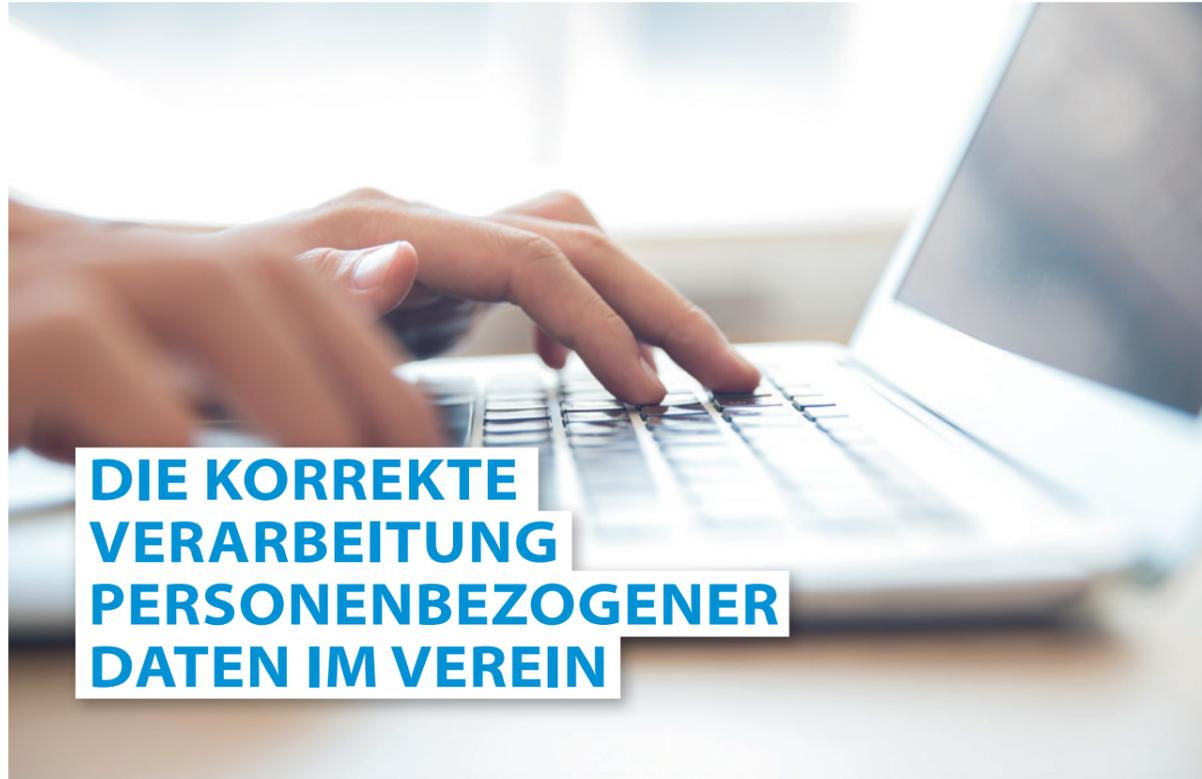
Lösung: Ja, denn die Übungsleiterzuschale darf nur an Personen gezahlt werden, deren gemeinnützige Tätigkeit einem pädagogischen Zweck dient. Um Bernd M. in dieser Höhe zu honorieren, wäre eine Aufwandsspende die richtige Alternative.



Weniger ist manchmal mehr:

Weihnachtsfrust statt Weihnachtsfreude herrschte bei allen 17 Vereinsmitgliedern der kreativen Schreibwerkstatt Umlaut e. V. Die lang geplante Weihnachtsfeier, auf der auch Freunde und Familien in den Genuss der im letzten Jahr entstandenen Poesie und Prosa kommen sollten, musste abgesagt werden. Dabei war alles schon geplant: Auf einer Bühne wollten die Künstler Auszüge aus ihren Werken zum Besten geben, während sich das Publikum Buchstabenplättchen und heißen Punsch schmecken lässt. Im Anschluss sollte der erste Poetry-Slam der Gemeinde stattfinden. Leider vereitelte das Coronavirus die Pläne der Schreibwerkstatt. Als Trost hat sich Vereinsvorsitzende Gundula B. etwas Besonderes ausgedacht: Sie engagierte ein Gesangsduo, das mit traditionellen Christmas Carols jedem Vereinsmitglied etwas Weihnachtsstimmung vor die Haustür zaubern sollte. Zudem gab es ein kleines Weihnachtsgeschenk vom Verein: die Weihnachtsgeschichte von Charles Dickens als hübsches Taschenbuch im Wert von 9,99 Euro. Zu viel, befand das Finanzamt. Warum?

Lösung: Die Summe aller Zuwendungen darf den jährlichen Mitgliedsbeitrag, max. aber 60 Euro pro Kopf nicht überschreiten. Zum Präsent zählt neben dem Buch auch anteilig das Gesangsduo. Beides zusammen übersteigt den zulässigen Gesamtwert.



Dass Unternehmen, soziale Medien und staatliche Institutionen Daten sammeln, ist längst kein Geheimnis mehr. In einer zunehmend digitalisierten Welt kommen wir immer häufiger mit Daten anderer Personen in Berührung – auch im Verein. Dahingehend wurde im Mai 2018

die Datenschutzgrundverordnung geltend gemacht, die Daten besser schützen soll und bei Missbrauch mit hohen Sanktionen droht. Deshalb gilt es, auch im Vereinsalltag stets mit einem Wissen um die korrekte Verarbeitung personenbezogener Daten zu handeln.

Personenbezogene Daten – was ist das?

Artikel 4 der DSGVO definiert die Begrifflichkeit der personenbezogenen Daten als „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (...) beziehen“. § 3 Abs. 1 des Bundesdatenschutzgesetzes konkretisiert dahin gehend die Merkmale einer natürlichen sowie einer identifizierten/identifizierbaren Person:

Natürliche Personen

- Als natürliche Person gilt eine jede lebende Person, unabhängig ihrer Herkunft
- Personenbezogen sind Daten immer nur dann, wenn sie sich auf eine natürliche Person beziehen
- Gesellschaften, Vereine oder juristische Personen zählen nicht zu natürlichen Personen und fallen dahin gehend auch nicht unter den Schutz durch die DSGVO

Identifizierte/Identifizierbare Personen

- Bei identifizierten Personen lassen sich die Daten direkt zuordnen
- Identifizierbar sind dagegen jene Personen, bei denen die Daten mit einem Zusatzwissen zurückgeführt werden können

Doch welche Daten gehören nun konkret zu den personenbezogenen? Auch hierzu findet sich in Art. 4 DSGVO eine entsprechende Regelung. Somit sind alle Daten personenbezogen, mit denen sich ein direkter Personenbezug herstellen lässt. Dazu gehören üblicherweise:

- Name
- Adresse, E-Mail-Adresse
- Autokennzeichen
- Kontodaten, Kreditkartennummer
- Telefonnummer
- Personalnummer
- Online-Daten wie IP-Adresse
- Standortdaten

Neben diese ganz klassischen Daten einer Person treten aber auch physische Merkmale wie das Aussehen. Und auch die Staats- und Religionszugehörigkeit oder die Mitgliedschaft in einem Verein sind Teil der personenbezogenen Daten.

Die Auftragsverarbeitung im Verein

Lässt ein Verein personenbezogene Daten im Auftrag von einem Dienstleister und somit weisungsabhängig verarbeiten, so muss ein Verein gemäß der DSGVO einen sogenannten Auftragsverarbeitungsvertrag, kurz AV, abschließen. Dies gilt beispielsweise, wenn der Verein zur Buchhaltung oder zum Hosting von IT-Systemen externe Dienstleister beauftragt. Die rechtlichen Anforderungen an eine Auftragsverarbeitung personenbezogener Daten sind dabei in Art. 28 DSGVO festgelegt. Ein abgeschlossener AV-Vertrag soll dahin gehend regeln, dass der Dienstleister die ihm anvertrauten Daten auch nur für jene Zwecke verarbeitet, zu denen diese vom Verein erhoben wurden. Neben den Rechten und Pflichten, die ein solcher Vertrag regelt, sollten außerdem auch die technischen und organisatorischen Maßnahmen mit aufgenommen werden. Auf diese Weise entsteht eine umfassende Absicherung der Datensicherheit und des Datenschutzes im Umgang mit den sensiblen personenbezogenen Daten.

Der externe Dienstleister, der mit dem Verein einen AV-Vertrag eingeht, gilt als weisungsgebunden und wird auf diese Weise Teil der Organisation des Vereins. Dennoch muss der Auftragsverarbeiter als ein Empfänger im Verzeichnis für Verarbeitungstätigkeiten (VVT) aufgeführt werden. Außerdem sieht sich der Verein gemäß Art. 28 Abs. 1 DSGVO in der Pflicht, einen Auftragsverarbeiter zu wählen, der eine entsprechende Garantie für den Schutz der Rechte der betroffenen Personen unter Einhaltung technischer und organisatorischer Maßnahmen bietet und somit im Einklang des Vereins und dessen Zwecke der Verarbeitung von Daten arbeitet. Auch der Auftragsverarbeiter wird durch Art. 4 Nr. 8 DSGVO entsprechend definiert: Es handelt sich dabei um eine natürliche oder juristische Person, Behörde oder Einrichtung, die im Auftrag eines Verantwortlichen, etwa eines Vereins, Daten verarbeitet.



Checkliste: Das muss der AV-Vertrag beinhalten

- ✓ Nennung des Verantwortlichen für die Datenverarbeitung
- ✓ Aufführen von Gegenstand und Dauer der Verarbeitung
- ✓ Beschreibung der Art der Verarbeitung und zu welchem Zweck diese erfolgt
- ✓ Art der personenbezogenen Daten und Kategorien
- ✓ Umfang der Weisungsbefugnisse
- ✓ Rechte und Pflichten des Verantwortlichen gegenüber der Datenverarbeitung

Hinzu kommen weitere Informationen:

- Nachweis des Auftragsverarbeiters über die Durchführung technischer und organisatorischer Maßnahmen
- Nachweis der Einhaltung des Art. 28 DSGVO vonseiten des Verarbeiters
- Regelung, inwiefern Subunternehmen hinzugezogen werden dürfen – und wenn, dass diese denselben Bestimmungen unterliegen wie der Auftragsverarbeiter
- Konzept zur Löschung oder Herausgabe der Daten nach Beendigung eines Auftrags

Der Datenschutzbeauftragte im Verein

Art. 37 der DSGVO legt fest, unter welchen Umständen ein Datenschutzbeauftragter im Verein zum Einsatz kommen muss. Folgende Kriterien sind hierbei richtungsweisend:

- wenn die Verarbeitung der personenbezogenen Daten von einer Behörde oder einer öffentlichen Stelle durchgeführt wird. Eine Ausnahme stellen dabei Gerichte dar.
- wenn die Kerntätigkeit einer Person im Umgang mit den personenbezogenen Daten steht, also die Durchführung von Verarbeitungsvorgängen umfasst, für die eine umfangreiche und regelmäßige Überwachung der Personen notwendig ist.
- sobald mehr als neun Personen mit der automatisierten Verarbeitung von personenbezogenen Daten beschäftigt sind.



Auch über die Aufgabenbereiche eines Datenschutzbeauftragten im Verein gibt die DSGVO Aufschluss. Artikel 39 weist dahin gehend auf:

- Informierung und Beratung der Auftragsverarbeiter hinsichtlich ihrer Pflichten gemäß der DSGVO und den geltenden Datenschutzvorschriften
- Überwachung der Mitarbeiter zur Einhaltung der Vorschriften, um auf diese Weise den Schutz der personenbezogenen Daten zu gewährleisten
- Schulung der Mitarbeiter bezüglich ihrer Aufgabenbereiche
- Verteilung der Zuständigkeiten der zur Datenverarbeitung Beauftragten
- Zusammenarbeit mit der Aufsichtsbehörde und Anlaufstelle für diese bei auftretenden Fragen

Die Datenschutzerklärung

Die Datenschutzerklärung ist seit Inkrafttreten der DSGVO im Mai 2018 wichtiger Bestandteil einer jeden Website und so auch für Vereine wichtig. Dabei geht es vor allem darum, den Seitenbesucher über den Umfang der Datenverarbeitung zu informieren und auf Maßnahmen zum Schutz der Persönlichkeitssphäre zu verweisen.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, dem Seitenbesucher unmittelbar und in leicht verständlicher Sprache mitzuteilen, welche persönlichen Daten zu welchen Zwecken erhoben werden. Neben der Beschreibung der geplanten Aktivitäten, wozu die personenbezogenen Daten erfasst werden, sind auch Hinweise zu Auskunftsansprüchen sowie Möglichkeiten zum Widerspruch einer Datenverarbeitung Teil der Datenschutzerklärung. Auch auf eine mögliche Übermittlung der Daten an Dritte im Sinne von Auftragsverarbeitern ist zu verweisen. Eine ausreichende Informierung schafft in diesem Zusammenhang eine Vertrauensbasis. Prinzipiell gilt es, diese Datenschutzerklärung getrennt von der Einwilligungserklärung zur Datenverarbeitung zu formulieren und auf der Internetseite aufzuführen.

Aufbewahrungsfristen und Löschung von Daten

Bei der Verwaltung der Mitgliederdaten und dem Umgang mit personenbezogenen Daten im Allgemeinen ist immer auch ein Datenlöschkonzept von Bedeutung, worin festgelegt wird, wann und welche Daten zu löschen sind. Dazu gehört auch das Recht auf Vergessen und somit die Löschung der Daten, wenn

- die personenbezogenen Daten für die erhobenen Zwecke nicht mehr notwendig sind,
- die betroffene Person ihre Einwilligung zur Datennutzung widerruft,
- personenbezogene Daten unrechtmäßig verarbeitet wurden.

Dabei gilt, dass eine solche Löschung unverzüglich geschehen muss, was ein sofortiges Handeln ohne schuldhaftes Zögern bedeutet. Eine angemessene Löschfrist beläuft sich in diesem Fall auf etwa einen Monat, also jene Zeit, die zur Prüfung des Anspruchs benötigt wird.

Daneben stehen solche Daten, die gesetzlichen Aufbewahrungspflichten unterliegen, wie die Regelverjährung von drei Jahren gemäß BGB oder die steuerrechtlichen Aufbewahrungspflichten von sechs beziehungsweise zehn Jahren. Eine Löschung der personenbezogenen Daten muss in diesem Fall erst nach Ablauf der Frist erfolgen. Die jeweiligen Löschfristen werden in einem Verarbeitungsprotokoll hinterlegt und müssen im Rahmen der automatisierten Löschkonzepte eingehalten werden.

Grundsätzlich lässt sich dahin gehend festhalten:

- Besteht keine Rechtsgrundlage für die Speicherung der personenbezogenen Daten, müssen diese gelöscht werden. Auch ein späterer Wegfall der Rechtsgrundlage verlangt eine Löschung.
- Wurde der Zweck der Datenerhebung erreicht, müssen die Daten ebenfalls gelöscht werden (§ 35 Abs. 2 Satz 2 Nr. 3 BDSG).
- Fallen die Daten unter eine gesetzliche Regelung zur Aufbewahrung, so tritt eine Sperrung an die Stelle der Löschung der Daten.

SHOP

WIE EIN TIGER

DER TIGER ALS EIN WAHRZEICHEN DES DEUTSCHEN EHRENAMTS



DIE TIGER-MÜTZE

Ein Symbol setzen

Mit dieser Mütze kann kein Wintertag einem mehr etwas anhaben. Die graue Mütze ist nicht nur superweich und angenehm zu tragen, sondern setzt mit dem aufgedruckten Tiger, dem Wahrzeichen des DEUTSCHEN EHRENAMTS, zugleich auch ein Zeichen. Symbolisch trägt man mit dieser Mütze somit nach außen, dass man sich für das Ehrenamt einsetzt.

19,90 Euro (inkl. MwSt.)



DIE TIGER-BRIEFMARKE

Geben Sie ein Statement ab

Wir haben eine Briefmarke drucken lassen, die für das DEUTSCHE EHRENAMT und somit auch für das Ehrenamt in Deutschland steht.

Setzen Sie auch beim Verschicken Ihrer Post ein starkes Zeichen für ehrenamtliches Engagement, indem Sie Ihre Briefe mit Briefmarken mit Tiger-Motiv frankieren.

Ein Bogen 1,55-€-Marke kostet 40,26 Euro.
Ein Bogen 0,80-€-Marken kostet 25,26 Euro.
Lieferzeit ca. 14 Tage.



Sie wollen Briefmarken oder eine Mütze kaufen? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail mit diesem Wunsch an die service@deutsches-ehrenamt.de!

IM NÄCHSTEN MAGAZIN



VORSTANDS-NACHFOLGE
Satzung anpassen kann helfen



SOZIAL ENGAGIERT
Herzensprojekte des Deutschen Ehrenamts



FRAGE
Wie unterscheiden sich Förderverein und Trägerverein?

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
DEUTSCHES EHRENAMT e. V.
Mühlfelder Straße 20
82211 Herrsching
service@deutsches-ehrenamt.de

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT:
Hans Hachinger

KONZEPTION/DESIGN:
Daniel Erke GmbH & Co. KG

REDAKTION:
DEUTSCHES EHRENAMT e. V.
Daniel Erke GmbH & Co. KG

FOTOS:
Adobe Stock
iStock
freepik.com

DRUCK:
Unitedprint.com
Vertriebsgesellschaft mbH
Friedrich-List-Straße 3
01445 Radebeul

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS:
Die Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe des Inhalts an dritte Personen, Vereine und Verbände ist gestattet. Weiterer Nachdruck, fotomechanische, elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Einspeicherung, öffentliche Zugänglichmachung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe in Datenbanken oder anderen elektronischen Medien und Systemen ist – auch auszugsweise – nur nach schriftlicher Zustimmung des DEUTSCHEN EHRENAMTS e. V. erlaubt.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS:
Der Inhalt des Newsletters ist nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Haftung und Gewähr für die Korrektheit, Aktualität, Vollständigkeit und Qualität der Inhalte sind ausgeschlossen. Die Informationen stellen keine steuerliche oder rechtliche Beratung dar und begründen kein Beratungsverhältnis.

BEZUGSBEDINGUNGEN UND ABBESTELLUNG:
Benedetto erscheint monatlich und ist ein kostenloser Service des DEUTSCHEN EHRENAMTS e. V.

Kostenfrei lesen und downloaden unter www.deutsches-ehrenamt.de/benedetto

Benedetto gibt es jetzt auch bei United-Kiosk.de im Flatrate-Abo.



DER VEREINS-SCHUTZBRIEF

Gut beraten und versichert mit dem DEUTSCHEN EHRENAMT.

Der Vereins-Schutzbrief des DEUTSCHEN EHRENAMTS enthält neben allen notwendigen Versicherungen für Vereine auch juristische und steuerrechtliche Beratung durch unsere Partneranwälte. Zudem bieten wir nützliche Mustervorlagen, Vereins- und Gründungswissen.



Mehr Informationen unter www.deutsches-ehrenamt.de

[Zum Video](#)

- ☑ Notwendige Vereins-Versicherungen*
- ☑ Rechtsberatung
- ☑ Steuerrechtliche Beratung
- ☑ Satzungsprüfung
- ☑ Musterformulare & gesammeltes Wissen

Der Vereins-Schutzbrief
im Komplettpaket jetzt
schon ab

299,00 € im Jahr

* Vereinshaftpflicht, Vermögensschadenhaftpflicht / D&O, Veranstalterhaftpflicht, optional Rechtsschutz