CED-DOC-2026-045-D

SPONSORINGRICHTLINIEN DES CED

Richtlinien des Council of European Dentists für den Umgang mit Sponsoring, Spenden und Geschenken

I. Geltungsbereich

(1) Die Richtlinien gelten für Sponsoringleistungen an den CED.

(2) Die Richtlinien gelten entsprechend auch für Spenden und Geschenke.

II. Begriffsbestimmungen

(1) Sponsoring ist die Zuwendung von Geld oder geldwerten Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv der Förderung des öffentlichen Unternehmens auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es unter anderem auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das unterstützte Vorhaben an (Imagegewinn, kommunikativer Nutzen).

(2) Spenden sind Zuwendungen, beispielsweise von Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung überwiegt. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.

(3) Schenkungen sind Zuwendungen beispielsweise von Privatpersonen oder Stiftungen, die ausschließlich altruistische Ziele verfolgen und allein auf die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks ausgerichtet sind.

III. Grundsätze

(1) Die Aufgaben des CED sind in erster Linie durch Mitgliedsbeiträge zu finanzieren. Sponsoring wird daher nur ausnahmsweise und ergänzend in Betracht gezogen. Sponsoring darf nicht zur Deckung der laufenden Betriebskosten des CED verwendet werden.

(2) Folgende Grundsätze sind bei Sponsoringleistungen an den CED zu berücksichtigen:

- Wahrung der Glaubwürdigkeit und des Ansehens des CED,
- Vermeidung jeglichen Anscheins fremder Einflussnahme bei der Wahrnehmung der Aufgaben,
- vollständige Transparenz bei der Finanzierung der Arbeit sowie
- Verhinderung jeglicher Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung.

(3) Als im EU-Transparenzregister eingetragene Organisation führt das CED seine Tätigkeiten im Einklang mit den darin verankerten Grundsätzen der Transparenz, Integrität und Unabhängigkeit durch.

IV. Rechtmäßigkeit

(1) Sponsoring ist zulässig, wenn:

- die Neutralität des CED gewahrt bleibt,

• nicht gegen Rechtsvorschriften oder das öffentliche Wohl verstoßen wird,

• das Ansehen und die Interessen des CED nicht beeinträchtigt werden,

• die sachgerechte und unparteiische Erfüllung der Aufgaben gewährleistet bleibt und der Wettbewerb nicht eingeschränkt wird.

- ·Es darf nicht zur Werbung oder Empfehlung für die Verschreibung, den Kauf oder die Lieferung bestimmter Arzneimittel und Medizinprodukte führen.

  Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, dass das Handeln des Vorstands oder der Arbeitsgruppen des CED oder seiner Mitglieder durch die Sponsoringleistung beeinflusst würde. Jegliche Beeinflussung der Aufgaben und Ziele der CED ist untersagt.

(2) Die folgenden Branchen werden von jeglicher Berücksichtigung für Sponsoring, Spenden oder Geschenke an die CED ausgeschlossen, um das Engagement der Organisation für die öffentliche Gesundheit und ihre ethische Integrität zu wahren: dazu gehören unter anderem die Tabak-, Alkohol- und Rüstungsindustrie, die Glücksspielbranche sowie Organisationen, die Menschenrechtsverletzungen begehen.

(3) Mit Blick auf die Zukunft der Zahnheilkunde ist es für den CED maßgebend, sicherzustellen dass jede europäische Bürgerin und jeder europäische Bürger Zugang zu qualitativ hochwertiger zahnärztlicher Versorgung hat, die von qualifizierten, erfahrenen und kompetenten Zahnärztinnen und Zahnärzten patientenfreundlich und kosteneffektiv unter Einsatz der modernsten und bestgeeigneten Technologie erbracht wird.

V. Verfahren

(1) Die Auswahl von Sponsoringleistungen muss objektiv und neutral getroffen werden.

(2) Die Annahme von angebotenen oder eingeworbenen Sponsoringleistungen bedarf der Einwilligung des Vorstands des CED.

(3) Vor Beginn der Sponsoringmaßnahme ist eine schriftliche Vereinbarung zu unterzeichnen, in der die Verpflichtungen jeder Partei festgelegt sind.

(4) Sponsoringmaßnahmen sind durch die schriftliche Vereinbarung vollständig und abschließend aktenkundig zu machen.

VI. Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen

Sponsoringmaßnahmen sind transparent und eindeutig zu kennzeichnen und so zu gestalten, dass sie von den durch die offiziellen Mitgliedsbeiträge des CED finanzierten Leistungen deutlich und erkennbar getrennt sind. Sie sollten sich in der Art ihrer

Gestaltung und ihres Umfang deutlich von den aus Beiträgen finanzierten Leistungen abheben, und der Anschein einer Beeinflussung ist zu vermeiden. Die Sponsoren müssen benannt werden.

VII. Sponsoringbericht

(1) Der CED erstellt im Rahmen des Jahresabschlusses einen jährlichen Sponsoringbericht.

(2) In der schriftliche Sponsoringvereinbarung ist eine ausdrückliche Einwilligung des Sponsors vorzusehen in:

- die Kennzeichnung des Sponsoring,
- die Benennung des Sponsors und
- die Aufnahme seiner Leistungen in den Sponsoringbericht.

VII. Inkrafttreten

Die Richtlinien treten am Tag ihrer Verabschiedung durch den Vorstand/die Vollversammlung des CED in Kraft.

* * *