

## **Monitoring-Ausschuss**

zur Anwendung der „Leitsätze der Selbsthilfe für die Zusammenarbeit mit Personen des privaten und öffentlichen Rechts, Organisationen und Wirtschaftsunternehmen“ von BAG SELBSTHILFE und FORUM im PARITÄTISCHEN

---

# **Empfehlung für leitsatzgerechte Online-Angebote von Selbsthilfeorganisationen**

---

Im Zeitalter der Digitalisierung setzt sich auch die Selbsthilfe zunehmend mit Online-Angeboten als Chance auseinander.

Online-Angebote setzen heute sehr stark auf Vernetzung und Interaktion, auf Teilen und Liken von Inhalten und Influencern. In allen Aktivitäten soll der Grundsatz aus den Leitsätzen „Selbsthilfeorganisationen informieren über Angebote, beteiligen sich aber nicht an der Werbung“ als Maßstab der Bewertung beachtet werden. Dem Monitoring-Ausschuss ist bewusst, dass hier eine Gratwanderung zwischen Werbung und Information zu bewältigen ist. Daher gibt dieser hierzu folgende Empfehlung heraus.

## I. Websites

1. Wichtigste Regel für alle Aktivitäten: Behalten Sie die volle Kontrolle über die Inhalte Ihrer Angebote und geben Sie Wirtschaftsunternehmen nicht die Möglichkeit, Einfluss auf Ihre Inhalte zu nehmen.
2. Beachten Sie den Datenschutz und schützen Sie die Daten Ihrer Mitglieder.
3. Schaffen Sie Transparenz, wer welche Angebote finanziert hat und woher welche Information stammt.
4. Seien Sie vorsichtig mit Werbung auf Ihrer Seite:  
Werbung für verschreibungspflichtige Medikamente ist unzulässig. Imagewerbung für ein Unternehmen ist möglich. Derartige Werbung (nicht nur im Internet) muss gekennzeichnet werden und klar von redaktionellen Beiträgen abgegrenzt sein, ein Logo der Selbsthilfeorganisation darf in der Werbung nicht enthalten sein.
5. Seien Sie wachsam, was Tracking angeht. Hier können Sie Probleme mit dem Datenschutz bekommen. Fördernde Krankenkassen sprechen sich gegen die Zulassung von Tracking auf den Seiten der Selbsthilfe aus.

**6.** Seien Sie vorsichtig mit aktiven Links:

- Aktive Links können auch noch in der heutigen Zeit zu steuerrechtlichen Konsequenzen führen – die Finanzverwaltung sieht das Setzen von aktiven Links als aktive Werbung und ordnet die Aktivität im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Vereins zu.<sup>1</sup>
- Aktive Links von der Selbsthilfe auf Seiten von pharmazeutischen Unternehmen, Herstellern medizinischer Geräte oder Hilfsmittelherstellern sind unzulässig.
- Aktive Links auf Versorgungsangebote (etwa Reha-Kliniken) sind nur zulässig, wenn **auf alle** vorhandenen Angebote verlinkt wird oder Qualitätskriterien hinter der Auswahl der Links stehen.
- Soweit ein Media-Unternehmen Ihre Website unentgeltlich oder verbilligt erstellt hat, ist ein aktiver Link zu diesem Unternehmen zulässig.
- Links zu Zeitungen und Sendern sind erlaubt, wenn es um für die Selbsthilfe relevante Artikel/Sendungen geht.
- Links zu App-Stores oder Streaming Diensten sind erlaubt, wenn sie zur Verbreitung der eigenen App oder Medienprodukten dienen.
- QR-Codes sind als Links zu bewerten. Sie sollten klar erkennbar machen, zu welcher Zielseite der QR-Code führt.
- Achten Sie bei Links zu externen Angeboten immer darauf, dass diese als solche erkennbar sind.
- Bei externen Verlinkungen kann es passieren, dass sich die verlinkten Inhalte ändern, ohne dass man davon in Kenntnis gesetzt wird. Dies kann dann dazu führen, dass die eigene Webseite auf Seiten verlinkt, deren Inhalte man nicht kennt und möglicherweise nicht weiterempfehlen möchte. Überprüfen Sie die externen Links in Ihren Angeboten daher bestenfalls regelmäßig.

**Die Leitsätze sind bei allen Links einzuhalten.**

<sup>1</sup> Siehe: **Erlass Finanzministerium Bayern:** Erlass v. 11.2.2000, Az. 33 - S 0183 -12/14 - 59238, DStR 2000, 594 & **Schreiben des BMF** vom 13. November 2012 und vom 25.07.2014

## II. Foren

1. Kontrollieren Sie regelmäßig Ihre Foren daraufhin, ob hier Werbung oder Empfehlungen für Hilfsmittel, medizinische Geräte oder Arzneimittel abgegeben werden. Wenn das der Fall ist, sollten Sie den Werbeinhalt löschen oder ihn durch einen Kommentar relativieren.
2. Sichern Sie die Vertraulichkeit des Austausches unter den Betroffenen durch entsprechende Maßnahmen (z. B. durch Verschlüsselung der Datenflüsse in den Foren, Zustimmung der Forenmitglieder zur Einhaltung des Datenschutzes, Passwortschutz, etc.).

## III. Social Media (Facebook, Instagram, Snapchat, etc.)

1. Nutzen Sie Social Media zur Weitergabe von Informationen, zur Ansprache von Betroffenen, Angehörigen und Interessierten, vermeiden Sie hierbei jede Form von Werbung für Medikamente, Medizinprodukte, Therapien und diagnostische Verfahren auf Ihren Kanälen. Werben Sie auf diesen für eigene Online- und Offline-Angebote. Nutzen Sie für einen onlinebasierten Austausch immer eigene, datensichere Angebote und leiten Sie Ihre Mitglieder auf diese Angebote um.

Zudem gilt folgendes bei der Nutzung zu beachten:

- **Teilen, Liken:** Inhalte von anderen Akteuren sollten stets auf die Leitsatzkonformität geprüft, bevor sie geteilt oder geliked werden (z. B. sollten sie keine Werbung beinhalten). Achten Sie insbesondere beim Teilen von Gesundheitsinformationen im Internet auf die Seriosität der Informationen.
- **Folgen:** Selbsthilfeorganisationen können anderen Akteuren in sozialen Medien folgen, wenn hierfür ein konkretes Interesse vorliegt (wie z. B. Einholen von Informationen, Beobachten von Unternehmen)

- **Influencer:** Das Einsetzen von Influencern ist zulässig, solange die Vorgaben der Leitsätze hiervon nicht tangiert werden (z. B. sollte die/der InfluencerIn kein/e WerbeträgerIn für Produkte aus dem Bereich Ihrer satzungsgemäßen Verbandsziele sein).
2. Wenn Sie Social Media nutzen, sollten Sie Ihre Mitglieder auf die dort enthaltenen Risiken für Ihre persönlichen Daten hinweisen und Hinweise entwerfen, wie sie die Privatsphäre möglichst weitgehend schützen können. Machen Sie Ihre Angebote nicht ausschließlich über Social-Media-Kanäle, sondern immer auch über die „klassischen“ Verbandsmedien (E-Mail, Verbandszeitschrift, Website, etc.) verfügbar.

## IV. Spendenplattformen

1. Kommerzielle Spendenplattformen und Verkaufsportale sollten gemieden werden. Wenn ihrem Verein Kosten (Provisionen/Gebühren) entstehen sind diese wie Wirtschaftsunternehmen (siehe I Punkt 6., 1. Absatz „aktive Links“) einzuordnen. Zudem ist hier oft der Datenschutz ein heikles Thema. Häufig ist die Plattform im ersten Schritt Empfänger der Spenden, sie erhebt daher alle Informationen zu den SpenderInnen.
2. Gemeinnützige Spendenplattformen können Kooperationspartner der Selbsthilfe sein, die Vorgaben der Leitsätze sind dabei einzuhalten.
3. Die Implementierung von Zahlungs-Modulen zum Spendentransfer in Ihren digitalen Angeboten und Anwendungen ist unschädlich, solange hierbei die Vorgaben der Leitsätze beachtet werden.