

## **Corporate Giving Policy für Deutsche Diabetes-Hilfe – Menschen mit Diabetes e. V.**

Deutsche Diabetes-Hilfe – Menschen mit Diabetes (DDH-M) und der private Sektor können im Kampf gegen die Volkskrankheit Diabetes gemeinsam viel bewegen. Durch die Entgegennahme von Spenden von Unternehmen, durch Unternehmenssponsoring sowie den Aufbau von Kooperationen mit Unternehmen können jedoch auch Interessenskonflikte oder sonstige Probleme erwachsen.

Um Transparenz über unseren Umgang mit diesen Konflikten und Problemen zu schaffen, hat sich DDH-M einige Grundsätze für die Zusammenarbeit mit Unternehmen gegeben. Es soll geregelt werden, von welchen Unternehmen DDH-M überhaupt Unterstützung annimmt, wofür diese Unterstützung angenommen wird und in welcher Form eine Überprüfung stattfindet, ob ein Unternehmen den Kriterien für eine Zusammenarbeit entspricht.

### **Zusammenarbeit mit Unternehmen in verschiedenen Branchen**

Je nach Branche soll differenziert werden, ob eine Zusammenarbeit grundsätzlich ausgeschlossen ist oder ob eine Zusammenarbeit besonderer Regelungen bedarf. Grundlage für diese Einstufung sind neben den Produkten, die Unternehmen in bestimmten Branchen herstellen, auch die Geschäftsprozesse sowie die Marketingstrategien dieser Unternehmen.

Dabei ist es das Ziel von DDH-M, Partner aus unterschiedlichen Branchen zu finden, die unsere Arbeit finanziell und durch gemeinsame Aktionen unterstützen. So können wir eine breite Basis für unsere Arbeit aufbauen und gleichzeitig eine zu große Nähe zu den Pharma-Unternehmen und den Herstellern von Medizinprodukten vermeiden. Für alle Branchen gilt: Unternehmensnahe Stiftungen werden getrennt von den assoziierten Unternehmen betrachtet, da es sich um rechtlich unabhängige Organisationen handelt, die andere Ziele verfolgen.

DDH-M respektiert die Pharma-Kodizes und wendet die Kodizes der Selbsthilfeverbände an.

### **Entwicklung einer Corporate Giving Policy**

DDH-M ist eine junge Organisation, die sich in Bezug auf Fundraising, Sponsoring und Unternehmenskooperationen noch im Aufbau befindet. Aus diesem Grund sollte die Corporate Giving Policy in regelmäßigen Abständen überprüft und ergänzt werden. So kann neueren Entwicklungen Rechnung getragen und die Policy dauerhaft mit Leben gefüllt werden.

### **Transparenz**

Oberstes Gebot ist eine nachvollziehbare Transparenz, DDH-H veröffentlicht vereinnahmte Spenden, respektive vereinnahmtes Sponsoring daher sowohl im Jahresbericht als auch auf der Webseite.

## Im Einzelnen

### 1. Pharmazeutische Unternehmen

Einerseits ist die Pharma-Industrie ein offensichtlicher Partner im Kampf gegen den Diabetes, andererseits besteht die Gefahr, dass die politische Glaubwürdigkeit und Integrität von DDH-M durch zu große Pharanähe gefährdet sind. Natürlich sind in jedem Fall die Vorschriften des Pharma-Kodex und die Kodizes der Selbsthilfeverbände einzuhalten.

#### Spenden

- Grundsätzlich werden Spenden angenommen, diese müssen jedoch auf spezifische Projekte beschränkt sein.
- Es werden keine Spenden für politische Lobbyarbeit und/oder Aufklärungsarbeit angenommen.

#### Sponsoring

- Ein Sponsoring von Veranstaltungen wie dem Weltdiabetestag oder dem Young Leaders in Diabetes Programme durch die Pharma-Industrie wird akzeptiert.
- Ein Sponsoring von Kampagnen oder Informationsmaterial von einem Einzelunternehmen wird nicht angenommen. Im Fall von Unternehmensverbänden (z. B. *Industrieforum Diabetes*) oder von mehreren Unternehmen, die sich für die gleiche Kampagne engagieren (Sponsoring-Pool), ist ein Sponsoring jedoch zulässig.

### 2. Hersteller von Medizinprodukten wie Messgeräte und Teststreifen

Die Hersteller von Medizinprodukten unterliegen einer ähnlichen Problematik wie die Pharma-Industrie, auch wenn hier bislang die Vorschriften in vielen Fällen noch weniger strikt sind.

#### Spenden

- Grundsätzlich werden Spenden angenommen, diese müssen jedoch auf spezifische Projekte beschränkt sein.
- Es werden keine Spenden für politische Lobbyarbeit und/oder Aufklärungsarbeit angenommen.

#### Sponsoring

- Ein Sponsoring von Veranstaltungen wie dem Weltdiabetestag oder dem Young Leaders in Diabetes Programme ist zulässig.
- Ein Sponsoring von Kampagnen oder Informationsmaterial von einem Einzelunternehmen wird nicht angenommen. Im Fall von Unternehmensverbänden (z. B. *Verband der Diagnostica-Hersteller*) oder von mehreren Unternehmen, die sich für die gleiche Kampagne engagieren (Sponsoring-Pool), ist ein Sponsoring jedoch zulässig.

### **3. Lebensmittelindustrie**

Eine Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Lebensmittelbranche bietet die Chance, mit Herstellern gemeinsam für eine gesunde Ernährung zu werben. Bei Unternehmen, die sehr zucker- und/oder fetthaltige Lebensmittel herstellen und/oder diese gezielt gegenüber Kindern und Jugendlichen bewerben, ist die Zusammenarbeit jedoch problematisch und bedarf genauer Spielregeln.

#### **Spenden**

Spenden werden in der Regel von einem ganzen Unternehmen und nicht von einer Marke oder einem sonstigen Teilsegment geleistet. Daher sollte immer das gesamte Portfolio des Unternehmens betrachtet werden, um auf dieser Basis eine Einzelfall-Entscheidung zu treffen.

Bei dieser Entscheidung sollte zudem berücksichtigt werden, ob es sich um eine einmalige Geldspende handelt oder ob die Spende Teil einer weiterreichenden Kooperation ist, innerhalb derer das Unternehmen sich verpflichtet, die Produkte und Marketingstrategien so anzupassen, dass dies Verbesserung im Sinne der satzungsgemäßen Aufgaben von DDH-M darstellt. Dieser Wille zur Veränderung muss hinreichend deutlich werden.

#### **Sponsoring**

- Beim Sponsoring hängt die Entscheidung über eine Kooperation davon ab, mit welcher Marke ein Unternehmen im Rahmen des Sponsorings auftreten möchte.
- Steht diese Marke im Konflikt mit der Ausrichtung von DDH-M, nehmen wir kein Sponsoring an.
- Wenn diese Marken mit der Ausrichtung von DDH-M kompatibel sind, es aber andere Marken im selben Unternehmen gibt, auf die das nicht zutrifft, wird eine Einzelfall-Entscheidung getroffen.
- Wenn eine Marke grundsätzlich akzeptabel ist, nehmen wir sowohl ein Sponsoring von Veranstaltungen als auch ein Sponsoring von Kampagnen an.

### **4. Alkoholhersteller**

Bei der Zusammenarbeit mit Herstellern von Alkoholika spielt zum einen der Beitrag von Alkohol zu einem ungesunden, diabetesfördernden Lebensstil eine Rolle, zum anderen ist hier der Image-Faktor entscheidend. Eine Kooperation mit Herstellern von hartem Alkohol wird grundsätzlich als problematisch eingestuft, bei Herstellern von Bier oder Wein ist eine differenziertere Betrachtung notwendig.

#### **Spenden**

DDH-M nimmt keine Spenden von Unternehmen an, die Alkoholika herstellen.

## **Sponsoring**

- Ein Sachsponsoring von Bier und/oder Wein für Veranstaltungen mit Abendprogramm ist möglich.
- Ob ein sonstiges Sponsoring möglich ist, hängt nicht zuletzt von dem Produkt/der Marke ab, unter der das Sponsoring geleistet wird (*Bsp.: Erdinger alkoholfrei*). Hier ist eine Einzelfall-Entscheidung notwendig.

## **5. Erotik-Industrie**

Bei der Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Erotik-Industrie wird DDH-M darauf achten, dass nur solche Kooperationen eingegangen werden, die nicht im Konflikt mit den Zielen von DDH-M stehen.

## **Spenden**

- Grundsätzlich nimmt DDH-M Spenden von Unternehmen aus der Erotik-Industrie an.
- Es ist jedoch darauf zu achten, dass die Spenden nicht für Projekte intendiert sind, bei denen Kinder im Mittelpunkt stehen.

## **Sponsoring**

- Ein Sponsoring von Veranstaltungen wie dem Weltdiabetestag ist zulässig, Sponsoring des Young Leaders in Diabetes Programmes hingegen nicht.
- Ein Sponsoring von Kampagnen oder Informationsmaterial hängt von der Marke ab, unter der das Sponsoring geleistet wird. Hier ist eine Einzelfall-Entscheidung notwendig.

## **6. Tabakindustrie**

DDH-M nimmt weder Spenden noch Sponsoring von Unternehmen aus der Tabakindustrie an.

## **7. Waffenhersteller**

DDH-M nimmt weder Spenden noch Sponsoring von Unternehmen an, die Waffen herstellen.

## **Lizenzprodukte**

Es ist das Ziel von DDH-M, Lizenzprodukte als weitere Möglichkeit der Unternehmenskooperation einzuführen und auf diesem Weg neue finanzielle Ressourcen zu erschließen. Solche Lizenzprodukte („empfohlen von“) sind mit Unternehmen aus verschiedenen Branchen denkbar, sofern die entsprechenden Produkte den Qualitätsansprüchen der Experten von DDH-M genügen.

Lizenzprodukte aus dem Bereich der Lebensmittelindustrie sind nur dann möglich, wenn der Nutzen der Produkte für Menschen mit Diabetes durch eine wissenschaftliche Studie belegt wurde.

## **Prüfung von Unternehmen**

Aufgrund der begrenzten Ressourcen wird DDH-M nur das Unternehmen selbst überprüfen, das an einer Zusammenarbeit interessiert ist, nicht jedoch Mutter-, Schwester- oder Tochterunternehmen oder andere Unternehmen, die über Beteiligungen mit dem Unternehmen verbunden sind.

Wenn ein Unternehmen, mit dem DDH-M zusammenarbeitet, beispielsweise wegen ausbeuterischer Prozesse oder schlechter Behandlung von Mitarbeitern negative Presse erhält, sollte erneut überprüft werden, ob die Kooperation fortgesetzt werden soll. Ein Neuabschluss einer solchen Kooperation ist nicht empfehlenswert.

## **Spenden von Mitarbeitern von Unternehmen aus den genannten Branchen**

Obwohl DDH-M die Zusammenarbeit mit Unternehmen begrenzt, deren Produkte und Dienstleistungen mit unserer Arbeit zur Verbesserung der Vorbeugung, Versorgung und Forschung im Kampf gegen Diabetes im Konflikt stehen, nehmen wir Spenden von Privatpersonen an, unabhängig davon, ob diese Personen in den genannten Wirtschaftssektoren arbeiten. Wird die Spende hingegen von dem Unternehmen initiiert, dann nehmen wir diese Spende nicht an.