



Vereinsratgeber 26

Vereinsrecht

Schadenersatzansprüche von Nichtmitgliedern

Nichtmitglieder, die bei Tätigkeiten für den Verein zu Schaden kommen, haben ohne Verschulden des Vereins keinen Schadenersatzanspruch. Aus dem Auftragsverhältnis kann sich aber ein Aufwandsersatzanspruch ergeben.

Das Oberlandesgericht (OLG) Celle (Urteil vom 16.10.2014; 5 U 16/14) entschied das im Fall einer Frau, die ihre Enkelin mit dem Pkw zu einem Sportwettkampf brachte und auf dem Weg verunglückte. Sie machte Kostenersatz für eine erforderliche Zahnbehandlung und Ersatz einer Brille sowie Schmerzensgeld geltend. Die Versicherung des Vereins lehnte die Erstattung ab, weil ein Nichtmitglied keinen Versicherungsschutz genieße und auch die Anforderungen an eine "offiziell eingesetzte" Helferin nicht erfüllt waren. Das OLG gab der Geschädigten teilweise recht. Ob die Frau vom Verein ausdrücklich beauftragt war, die Spielerin zum Wettkampf zu bringen, sei ohne Belang, denn die Übernahme des Fahrdienstes entsprach nach § 683 BGB dem Interesse des Vereins. Aus § 670 BGB ergibt sich ein Aufwandsersatzanspruch für Schäden, die bei Ausführung des Auftrages entstehen, wenn ein geschäftstypisches und nicht nur ein allgemeines Lebensrisiko bestand. Nach Auffassung des OLG war die Teilnahme am Straßenverkehr ein "auftragsspezifische Risiko". (vereinsknow.de)

Vereinsrecht I

Haben Mitglieder Auskunftsanspruch gegen den Vorstand?

Die Frage in welchem Umfang und welchen Grenzen der Vorstand einem Mitglied in und außerhalb der Mitgliederversammlung zu konkreten Belangen und Geschäftsvorfällen Auskunft erteilen muss, ist zunehmend Gegenstand der Rechtsprechung. Im vorliegenden Fall verlangten die Mitglieder Einsicht in die Lohnbuchhaltung und die Arbeitsverträge der Angestellten. Der Vorstand lehnte dies ab, dagegen klagten die Mitglieder mit Erfolg. Das OLG berief sich auf die Grundsatzentscheidung des BGH v. 21.6.2010 (Az.: II ZR 210/09) und verurteilte den Verein den Mitgliedern Einsicht zu gewähren in

- die Mitgliederliste des Vereins
- in die Bücher und Urkunden (Geschäftsunterlagen, Buchungen, Verträge, Kassenbücher)
- den Jahresabschluss und den Kassenprüfungsbericht.

Voraussetzung war allerdings, dass die Mitglieder ein berechtigtes Interesse darlegen können und dem kein überwiegendes Geheimhaltungsinteresse des Vereins oder berechnete Belange Dritter entgegenstehen, was vorliegend nicht der Fall war. (Fundstelle: OLG Hamm, Urteil v. 30.7.2014, Az.: 8 U 10/14)

Verein und Steuern

Anhebung der Grenze für Geschenke, Aufmerksamkeiten und Abendessen

Der bisherige Wert von 40,00€ für Geschenke an Arbeitnehmer bei Betriebsveranstaltungen, Aufmerksamkeiten und Abendessen wird auf 60,00€ angehoben. Es handelt sich um den Bruttobetrag, also einschließlich Umsatzsteuer. Wird der Betrag auch nur um einen Euro überschritten ist der Gesamtbetrag steuer- und sozialversicherungspflichtig.

Betriebsfeiern

Die Koalitionsparteien haben per Änderungsantrag die ursprüngliche Freigrenze i.H. von 110,00 Euro bei Betriebsveranstaltung zum Freibetrag geändert. Somit ist ab 2015 nur noch der übersteigende Teil lohn- und sozialversicherungspflichtig. Geändert hat sich nicht, das

- der Freibetrag für zwei Veranstaltungen pro Jahr gilt (2 x 110,00€)
- pro teilnehmenden Arbeitnehmer (unabhängig der Zahl der mitgebrachten Familienangehörigen) gilt

Sponsoring

Laut der neuesten Repucom Studie „Sponsor Trend 2015“ bleibt Sport an der Spitze der möglichen Sponsoringmöglichkeiten der Unternehmen. Die Bedeutung anderer Sponsoringbereiche wie Kultur- oder Mediensponsoring ist tendenziell eher fallend. Wie in den letzten Jahren auch erwarten die Entscheidungsträger ein weiteres Wachstum im Fußballsponsoring. Allerdings steht Golf in der Entwicklung noch vor Basketball und Tennis. Verlierer der Studie sind Skispringen, Biathlon und Leichtathletik. Unter den befragten Entscheidungsträger der Studie ist unstrittig, dass ein wesentliches Wirkungspotential die Vernetzung auf Social Media Plattformen ist. Events und Hospitality bleiben speziell im Sport weiter wichtige Vernetzungsmöglichkeiten. Das mobile Internet und Social Media werden massiv an Bedeutung für Sponsoren gewinnen, so die Studie. Durch das veränderte Medienutzungsverhalten der Rezipienten verlieren Tages-, Wochenzeitungen und Zeitschriften/Magazine an Bedeutung. (Quelle: Repucom Studie Sponsor Trend 2015)

Service

Green Champions 2.0 für nachhaltige Sportveranstaltungen

Das neue Internetportal informiert ab sofort Veranstalter von Sportveranstaltungen darüber, wie sie ihre Veranstaltung umweltfreundlicher gestalten können. Gefördert durch das Bundesumweltministerium hat es der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) in Zusammenarbeit mit der Deutschen Sporthochschule (DSHS) Köln und dem Öko-Institut Darmstadt entwickelt. Auf dem Portal können sich Veranstalter und Interessierte über konkrete Handlungsmöglichkeiten zur Planung und Ausrichtung von nachhaltigen Sportveranstaltungen informieren, Checklisten nutzen und Praxisbeispiele recherchieren. [www. Green-champions.de](http://www.Green-champions.de) (Quelle: DOSB)

Service I

Golf kann Bewusstsein für biologische Vielfalt steigern

Die Zusammenarbeit zwischen Sport und Naturschutz funktioniert immer besser, es gibt aber auch noch Entwicklungspotenzial, insbesondere hinsichtlich des Bewusstseins für die biologische Vielfalt. Das ist die Bilanz der Tagung „Sport bewegt – biologische Vielfalt erleben“, die in Berlin stattgefunden hat. Die Veranstaltung mit mehr als 100 Akteuren aus den verschiedenen Bereichen des Naturschutzes und des Sports, aus der Politik und der Wissenschaft bildete den Abschluss des gleichnamigen zweijährigen Projektes. Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter www.biologischevielfalt.de

Seminare

1.Kölner Vereinswerkstatt - 12.9. 2015 in Köln

„Ehrenamtliches Engagement im Verein - eine Herausforderung für die Zukunft“ . Sport im Verein ohne Ehrenamt ist kaum vorstellbar. Der aktuelle Sportentwicklungsbericht zeigt, dass es für viele Vereine existentiell ist, ehrenamtliche Mitarbeiter zu finden und zu binden. Mit diesem Symposium werden den Verantwortlichen in den Vereinen neue Wege aufgezeigt um ehrenamtliches Engagement zu fördern und so die Zukunftsfähigkeit des Vereins zu unterstützen. Veranstalter Stadt Sportbund Köln . Ansprechpartner Udo Poller – poller@ssbk.de 0221-92130022

Seminare I

Kreativität im Sportmarketing - Kampagnen entwickeln und gestalten 25.06.2015 in Köln

Tue Gutes - und sprich darüber! Dies gilt auch für Golfclubs und Ihre Projekte. Doch wie? Denn klassische Werbekampagnen sind für viele Clubs eher untypisch. Wenn es darum geht, gezielt auf sich und die eigenen Projekte aufmerksam zu machen, wird eher von einer wirksamen PR- und Öffentlichkeitsarbeit gesprochen. Dabei stellen Kampagnen mehr als eine simple Ergänzung der klassischen PR-Mittel dar. Sie sind ein probates Marketing-Mittel, um in kurzer Zeit öffentlichkeitswirksame Maßnahmen und Aktionen zielgruppengerecht umzusetzen. Aber was genau steckt hinter einer 'Kampagne'? Welche verschiedenen Arten von Kampagnen gibt es und was können sie leisten? Veranstalter Führungsakademie des Deutschen Olympischen Sportbundes. www.fuehrungs-akademie.de

Buchtipps



Detailansicht

So entwickeln Sie die Potentiale ihrer Mitarbeiter

Führungskräfte haben es schwer! Unter den ständig wachsenden Anforderungen haben herkömmliche Führungsmodelle längst ausgedient. Coaching ist eine moderne Führungsmethode, die Selbstverantwortung und unternehmerisches Denken der Mitarbeiter fördert. Zahlreiche Beispieldialoge und praktische Hinweise zu

typischen Coaching-Situationen erklären Coaching.

Ein wertvoller Ratgeber im Führungsalltag.

Elisabeth Haberleitner, Elisabeth Deistler, Robert Ungvari,

267 Seiten

..

Peter Rücker

rueckerconsult

managementberatung im sport

www.ruecker-consult.com