

# Erklärung zum Sponsoring durch Wirtschaftsunternehmen 2008

## I. Vorbemerkung

Die Arbeit der AMSEL finanziert sich im wesentlichen durch

- Erlöse aus der Mitgliedschaft
- Spenden und Erbschaften
- Zuschüsse der öffentlichen Hand
- Zuwendungen privater Stiftungen
- Sponsoring durch Wirtschaftsunternehmen

## II. Regelungen für das Sponsoring durch Wirtschaftsunternehmen

Die Durchführung von Sponsoringmaßnahmen ist im Verhaltenskodex der AMSEL und in den Leitlinien der DMSG für die Zusammenarbeit mit Unternehmen der pharmazeutischen Industrie, welche die AMSEL für sich als verbindlich anerkannt hat, geregelt.

## III. Sponsoren im Jahr 2008

Im Jahr 2008 gab es Sponsoringmaßnahmen mit folgenden Wirtschaftsunternehmen:

- Bayer Health Care
- Biogen Idec GmbH
- Coloplast GmbH
- Merck Serono
- Pfizer Pharma GmbH
- Sanofi Aventis Deutschland GmbH
- TEVA Pharma GmbH

#### **IV. Erklärung zur Einhaltung der Regelungen für die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen**

- Die AMSEL erklärt, dass die im Verhaltenskodex der AMSEL und in den Leitlinien der DMSG für die Zusammenarbeit mit Unternehmen der pharmazeutischen Industrie festgeschriebenen Regelungen im Wirtschaftsjahr 2008 eingehalten wurden.
- Die AMSEL erklärt des weiteren ausdrücklich, dass bei allen gesponserten Projekten die Auswahl, die Erarbeitung und die Zusammenstellung sämtlicher Inhalte ausschließlich durch AMSEL und DMSG erfolgte.

#### **V. Umfang der Sponsoringmaßnahmen**

Gesamtertrag laut Jahresabschluss: 3.283.047,86 €

davon

Sponsoring-Erträge aus der Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen 125.500,00 €

Anteil der Sponsoringmaßnahmen am Gesamtertrag inklusive Gemeinschafts-Projekte AMSEL und DMSG Bundesverband 3,82%

Bereinigter Anteil der Sponsoringmaßnahmen der AMSEL Baden-Württemberg 3,37%

In den Erträgen sind auch Maßnahmen und Produkte, die von der AMSEL entwickelt und produziert und die über die DMSG im gesamten Bundesgebiet zum Einsatz kamen (z.B. Broschüren etc) erfasst.

(\*\*) Der prozentuale Anteil von Sponsoringmaßnahmen der AMSEL in Baden-Württemberg ist daher niedriger. Bei Beachtung dieser Verteilung beträgt der Gesamtertrag aus Sponsoringmaßnahmen lediglich 4,97 %.

Stuttgart, den 26. Mai 2009

Adam Michel  
Geschäftsführer