

DEUTSCHES EHRENAMT®



Benedetto

Vereinsmagazin Deutsches Ehrenamt

FEBRUAR 2025



Vorstandswissen

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

Praxiswissen

Pressearbeit im Verein

Rechtsfrage

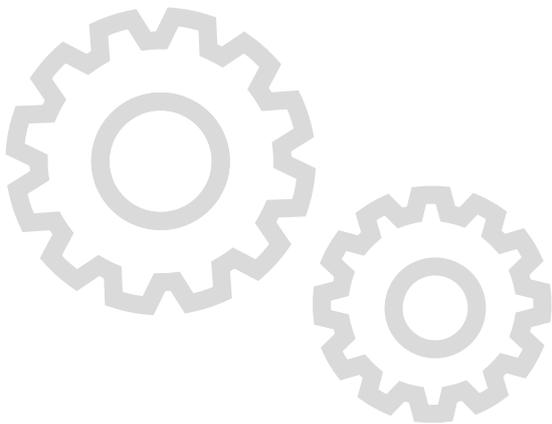
Datenschutz/Auftragsverarbeitungsvertrag

Was macht eigentlich das DEUTSCHE EHRENAMT?

Eine berechtigte Frage, die sich leicht beantworten lässt: Seit 1999 ist das DEUTSCHE EHRENAMT ein starker Partner für Vereine, Verbände und Stiftungen gGmbHs und gUGs.

Informationsquelle Nr. 1

Mehr als eine Million Nutzer besuchen jährlich www.deutsches-ehrenamt.de und recherchieren dort fachlich fundierte Informationen für ihre Vereins- bzw. Verbandsführung – und das völlig kostenfrei!



Beratung und Absicherung

Nicht kostenfrei, aber seinen Preis wert ist der Vereins-Schutzbrief des DEUTSCHEN EHRENAMTS.

Die Online-Redaktion der Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT liefert auf www.deutsches-ehrenamt.de rund 200 Infoseiten rund um die Vereinsführung. Ob Ehrenamtspauschale, Spendenbescheinigung oder Fördertipps – immer gut erklärt und immer aktuell.

Themen in diesem Heft

04

Vorstandswissen
Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

06

Praxiswissen
Pressearbeit im Verein

09

Rechtsfrage
Datenschutz/Auftragsverarbeitungsvertrag



Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

Zum 28. Juni 2025 tritt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) in Kraft und setzt die EU-Richtlinie des European Accessibility Act um, so dass europaweit einheitliche Regeln zur Barrierefreiheit gelten. Unternehmen und grundsätzlich auch Vereine sind verpflichtet, die Vorgaben dieses Gesetzes zu erfüllen. Wozu das BFSG dient und unter welchen Voraussetzungen Ihr Verein das BFSG erfüllen muss, haben wir im Folgenden zusammengestellt.

Ab Mitte des Jahres gilt also, dass Webseiten und Apps für alle Nutzerinnen und Nutzer ohne Einschränkungen zugänglich und nutzbar sind. Das ist sinnvoll. Denn warum sollten Menschen, die ein Handicap haben nicht genauso leicht Zugang zu digitalen Angeboten haben, wie Personen ohne. Das Gesetz sorgt dafür, dass digitale Angebote künftig so gestaltet sind, dass sie von allen Menschen genutzt werden können – unabhängig von individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen wie visuellen, auditiven, kognitiven und motorischen Beeinträchtigungen.

Bei der Gestaltung digitaler Angebote müssen unter anderem folgende Kriterien berücksichtigt werden:

- eine klare Struktur der Inhalte,
- alternative Texte für Bilder,
- Untertitel für Videos,
- eine einfache Bedienung der Webseite und
- die Kompatibilität mit unterstützenden Technologien wie Screenreadern

So ungelenk und sperrig der Name des Gesetzes auch klingen mag, so hilfreich ist es. Nicht nur für die Nutzer von Websites und Apps, sondern auch für deren Anbieter. Denn mit Barrierefreiheit erweitert sich die Zielgruppe, es wird mehr Teilhabe ermöglicht und die Reichweite des Vereins werden erhöht. Außerdem belohnen Suchmaschinen barrierefreie Webseiten, indem sie diese prominenter in den Suchergebnissen erscheinen lassen.

Für welche Vereine gilt das Gesetz?

Ob ein Verein zur digitalen Barrierefreiheit verpflichtet ist, hängt davon ab, welche Dienstleistungen oder Produkte auf der Webseite angeboten werden. Sie sollten prüfen, ob Ihr Verein kostenpflichtige Leistungen oder Funktionen anbietet, die Verbraucher zum Abschluss eines entgeltlichen Vertrags anregen sollen. Wenn das der Fall ist, fällt er in den Anwendungsbereich des Gesetzes.

Welche Vereine sind ausgenommen?

Unabhängig von den auf der Webseite angebotenen Dienstleistungen oder Produkten, sind Vereine mit weniger als zehn Beschäftigten und einem Jahresumsatz unter 2 Millionen Euro vom BFSG ausgenommen. Dabei zählen Vollzeitbeschäftigte als ganze Einheit, Teilzeitbeschäftigte anteilig und ehrenamtliche Mitarbeiter überhaupt nicht.

Es gibt zudem gute Argumente dafür, dass Vereine, die ihre Webseite nur zur Information oder zur Beantragung einer Mitgliedschaft gemäß Satzung nutzen, nicht unter das BFSG fallen. Die Zahlung von Mitgliedsbeiträgen, die auf Satzungsvorgaben basiert, gilt nicht als Verbrauchervertrag und fällt daher nicht in den Anwendungsbereich des BFSG.

Rechtliche Folgen bei Verstößen

Die Einhaltung der BFSG-Anforderungen wird von den Marktüberwachungsbehörden der Bundesländer stichprobenmäßig kontrolliert. Bei Verstößen kann die Behörde den Verein zunächst auffordern, seine Webseite barrierefrei zu gestalten. Nur bei schwerwiegenden oder wiederholten Verstößen drohen Bußgelder, die je nach Umfang und Anzahl der Betroffenen bis zu 100.000 Euro betragen können. In der Regel haftet bei Ordnungswidrigkeiten der Verein als juristische Person. In Ausnahmefällen kann jedoch auch eine persönliche Haftung von Vorstandsmitgliedern möglich sein. Da viele Akteure betroffen sind, könnte es – ähnlich wie bei der DSGVO – anfangs zu einem „Slow Start“ bei der Durchsetzung kommen.

Vorteile einer barrierefreien Webseite für Vereine

- Erreichbarkeit für alle: Menschen mit Behinderungen erhalten uneingeschränkten Zugang zum Online-Angebot des Vereins.
- Größere Zielgruppe: Barrierefreiheit fördert Teilhabe und kann die Reichweite des Vereins erhöhen.
- Bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen: Maßnahmen zur Barrierefreiheit wirken sich oft positiv auf die Suchmaschinenoptimierung (SEO) der Webseite aus.



Sie suchen Unterstützung bei der Umsetzung?

Dann empfehlen wir [GRAND DIGITAL](#), unseren erfahrenen Partner für nachhaltige und barrierefreie digitale Lösungen.

Unser Tipp:

1. Prüfung der Betroffenheit

Vereine sollten prüfen, ob sie ab dem 28. Juni 2025 von den Anforderungen des BFSG betroffen sind. Dies betrifft insbesondere den elektronischen Geschäftsverkehr, sodass eine genaue Analyse der eigenen Dienstleistungen und Onlineangebote notwendig ist.

2. Frühzeitig Maßnahmen ergreifen

Vereine, die wahrscheinlich in den Anwendungsbereich des BFSG fallen, sollten proaktive Schritte zur Umsetzung der Anforderungen einleiten. Da es sich um ein neues und komplexes Themenfeld handelt, ist es sinnvoll, frühzeitig mit der Planung und Umsetzung zu beginnen.

3. Informiert bleiben

Auch Vereine, die derzeit nicht verpflichtet sind, barrierefreie Webseiten zu gestalten, sollten die Entwicklungen des BFSG im Auge behalten. Es besteht die Möglichkeit, dass die Anforderungen in Zukunft ausgeweitet werden, weshalb eine fortlaufende Beobachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen empfehlenswert ist.

4. Technisches Know-How

Die Realisierung digitaler Barrierefreiheit erfordert sowohl technisches Wissen als auch ein gutes Verständnis für die Bedürfnisse der Nutzer. Vereine sollten daher in Erwägung ziehen, externe Dienstleister zu beauftragen, die Erfahrung mit barrierefreien Webauftritten haben.

5. Kontinuierliche Pflege

Es ist entscheidend, nicht nur bei der Erstellung, sondern auch bei der fortlaufenden Pflege der Inhalte sicherzustellen, dass die Webseite barrierefrei bleibt. Die regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung der Inhalte sollte Teil der Vereinsstrategie sein, um langfristig die Barrierefreiheit zu gewährleisten.



Und plötzlich... Pressearbeit

Zu manchen Aufgaben kommt man ja wie die Jungfrau zum Kind. Nicht selten ist es die Pressearbeit, die auf der Aufgabenliste eines Vorstandsmitglieds landet, ohne, dass dieses jemals mit dem Thema in Berührung gekommen wäre. Was also ist Pressearbeit und wie wird diese wirkungsvoll umgesetzt?

Die Grundlagen der Pressearbeit

Pressearbeit ist nicht nur Informationsweitergabe, sondern auch ein Werkzeug, um den Verein in der Öffentlichkeit zu positionieren, Bekanntheit zu erhöhen und neue Mitglieder oder Unterstützer zu gewinnen. Es wäre also verschenkt, nur die Veranstaltungstermine an die Redaktion der lokalen Zeitung zu senden.

Die Basis bildet auch heute noch die Pressemitteilung, die zu verschiedenen Anlässen an Redaktionen versendet wird. Neben dem strukturellen Aufbau einer solchen Meldung ist vor allem der Inhalt darüber, wie der Verein von den Zeitungslesern wahrgenommen wird. Weitere Maßnahmen wären die Einladung zu Veranstaltungen, Interview oder Lieferung eines Artikels zu einem für die Leser relevanten Thema.

Vorbereitung

Bevor das Wirken nach Außen beginnen kann, sollte der, bzw. die Verantwortliche den Verein selbst, seine Ziele und Projekte genau kennen. Somit sollten Kernfragen wie „Was möchte der Verein erreichen?“, „Was macht ihn besonders?“ und „Welche Botschaften sollen nach außen vermittelt werden?“ mit dem Vorstandsteam geklärt und festgelegt werden.

Um festzulegen, zu welchen Gelegenheiten und in welchem Umfang Pressearbeit sinnvoll ist, sollte schon zu Jahresbeginn eine Liste anstehender Projekte, Veranstaltungen oder zu erwartende Erfolge zusammengestellt werden.

Im Vorfeld festgelegt sollte auch sein, welche Personen im Verein, bzw. im Vorstand für welche Themen mit der Presse sprechen oder in Artikeln zitiert werden sollen.

Medien und Zielgruppen analysieren

Für lokal agierende Vereine sind Redakteure lokaler Zeitungen oder Radiosender gute Ansprechpartner. Wichtig ist dabei, nach den passenden Ressorts zu suchen und es ist empfehlenswert, mit den Journalisten und Journalistinnen persönlichen Kontakt zu pflegen.

Je nach Vereinszweck, bzw. Thema können auch überregionale Medien, wie Fachzeitschriften oder Blogs interessant sein, um den eigenen Verein, bzw. seine Botschaften einer bestimmten Zielgruppe nahezubringen.

Die Auswahl, welche Medien generell, bzw. welche Ressorts adressiert werden soll, orientiert sich maßgeblich an der Zielgruppe, die der Verein final erreichen möchte. Denn die



Zielgruppe des Vereins ist die Leser- oder Zuhörerschaft des jeweiligen Mediums.

Presseverteiler

Das Herzstück der Pressearbeit ist ein qualitativ gut aufbereiteter und stets aktuell gehaltener Presseverteiler. Dort finden sich nicht nur Kontaktdaten der Redakteurinnen und Journalisten, sondern auch Hinweise wie bevorzugte Versandart von Pressemitteilungen, spezielle Interessen, geplante Themen oder letzte Kontaktaufnahme.

Im Umgang mit Pressevertretern ist ein gewisses Fingerspitzengefühl gefragt. Regelmäßiger Kontakt ist gut, aber nur in Verbindung mit Updates oder Neuigkeiten. Nach Versand eine Pressemitteilung in der Redaktion anzurufen

und zu fragen, ob die soeben gesendete Pressemitteilung denn auch angekommen sei und veröffentlicht wird oder der Chefredakteur zur Veranstaltung kommt, führt eher zu negativen Reaktionen.

Pressemitteilung

In Redaktionen herrscht meist Hochbetrieb und die Personaldecke ist vor allem bei Lokalblättern oft recht dünn. Daher ist neben der gezielten Kontaktaufnahme und dem passenden Thema die optimale Aufbereitung der Inhalte ein echter Erfolgsfaktor. Ebenso für den Erfolg verantwortlich ist die zeitliche Planung. Zeitungen und auch Online-Medien planen oft weit im Voraus. Daher sollte früh genug eine Info in die Redaktionen gesendet werden. Und immer in Kombination mit einer Einladung an die Pressevertreter.

Medium	Kontakt	Ressort	E-Mail	Telefon	Anmerkung
Zeitung Musterort	Gloria Beispiel	Sport	G.Bespiel@ZM.de	0123-456	Letzter Kontakt: 15.3.
Wochenblatt Musterstadt	Redaktion allgemein	Lokales	redaktion@wochenblatt.de	0213-546	Bevorzugt kurze Texte Bilder erhöhen die Abdruckquote
Radio Musterland	Peter Muster	Kultur/ Veranstaltung	Events@ radio-musterland.de	0312-654	Termine auch auf der Web- site ins Formular eintragen

Beispiel Presseverteiler

Der Aufbau einer Pressemitteilung folgt in der Regel einem klaren Muster. Ideal ist, wenn die Mitteilung auf eine Din A4 Seite passt und in lebendiger Sprache abgefasst ist.

1. Ein prägnanter Titel

Die Überschrift sollte kurz, präzise und ansprechend formuliert sein und sollte das Hauptthema beinhalten. Beispiel: Malergilde e.V. lädt ab Sonntag zur Sonderausstellung ins Rathaus Foyer

2. Die Einleitung

In diesem ersten Teil des Textes werden alle W-Fragen: Wer? Was? Wann? Warum? beantwortet und somit die wichtigsten Informationen auf einen Blick zusammengefasst. Idealerweise weckt dieser erste Absatz das Interesse des Empfängers und verleitet zum Weiterlesen.

3. Der Hauptteil

Hier werden alle Details ausführlicher behandelt. Absatz für Absatz können hier Ziele, beteiligte Gruppen und Personen, Aktivitäten bspw. für Besucher einer Vereinsveranstaltung und besondere Highlights ausgeführt werden.

Handelt es sich um eine Ankündigung zu einer Veranstaltung, muss im Text auch erscheinen, wie Besucher teilnehmen können – wird Eintritt erhoben, müssen Interessierte sich vorab über eine Website anmelden oder kann jeder einfach vorbeikommen und dabei sein?

4. Der Schluss

Am Ende sollte eine kurze Zusammenfassung stehen. Wenn es passt, kann diese auch in ein Zitat, der Vorstandsvorsitzen-

den verpackt werden. Last but not least ist hier auch Platz für die Nennung von Förderern und Unterstützern des Vereins.

5. Kontaktdaten

Abschließend ist sinnvoll eine Kontaktperson des Vereins mit vollständigen Angaben zu nennen, falls es Rückfragen seitens der Redaktion gibt.

6. Bildmaterial

Gutes Bildmaterial erhöht die Chance auf Veröffentlichung ganz erheblich. Hierbei ist wichtig, dass angegeben wird, was das Bild zeigt und woher es stammt. Ohne Quellenangabe wird nichts mehr abgedruckt. Auch Flyer, die mehr Informationen bereithalten, können als zusätzliche Info mitgesendet werden – vor allem für online veröffentlichte Presseberichte ist das eine perfekte Ergänzung.

Nachbereitung

Nicht nur die Ankündigung eines Projekts oder einer Veranstaltung dienen als sehr gute Aufhänger, um medial für Aufmerksamkeit zu sorgen. In manchen Fällen kann es auch sinnvoll sein, der Lokalzeitung Text- und Bildmaterial für eine Nachberichterstattung, bspw. von einer Veranstaltung, anzubieten.

Um die Pressearbeit Stück für Stück zu optimieren, hilft es, zu beobachten, wie viele Veröffentlichungen jeweils erreicht wurden. Daran lässt sich gut ersehen, welche Themen und welche Art der Aufbereitung gut läuft. Und bei Gelegenheit auch mal in der Redaktion zu fragen, ob es von deren Seite Verbesserungsvorschläge für die Pressearbeit des Vereins gibt, ist auch nicht verkehrt.





Wir haben gehört, dass wir gemäß DSGVO eine Art Vertrag mit unseren Dienstleistern schließen müssen, der die Verarbeitung personenbezogener Daten regelt. Stimmt das? Und würde das für Dienstleister gelten, die unsere Geschäftsstelle betreiben, IT-Berater und Webdesigner? Auch für unseren Steuerberater?

Werden Daten im Auftrag und unter Weisung Ihres Vereins von externen Dienstleistern verarbeitet, müssen Auftraggeber und Auftragnehmer grundsätzlich einen gesonderten Vertrag abschließen, der die Vorgaben bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten umsetzt. Hierbei handelt es sich um den **Auftragsverarbeitungsvertrag** (Datenschutz/Auftragsverarbeitungsvertrag), welcher in der DSGVO geregelt ist. Dieser Vertrag ist immer dann abzuschließen, wenn ein Unternehmen personenbezogene Daten von einem anderen Anbieter oder Dienstleister verarbeiten lässt.

Bei der Beurteilung, ob eine Auftragsverarbeitung vorliegt und ob daher ein Datenschutz/Auftragsverarbeitungsvertrag erforderlich ist, spielt die **Weisungsgebundenheit** des Dienstleisters eine entscheidende Rolle. Je stärker der

Dienstleister an Ihre Weisungen gebunden ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie gemäß DSGVO weiterhin als Verantwortlicher gelten und einen Auftragsverarbeitungsvertrag abschließen müssen.

Bei Abschluss eines Auftragsverarbeitungsvertrags **haften** sowohl der Auftragsverarbeiter als auch der Verantwortliche **gemeinsam** für Verstöße gegen datenschutzrechtliche Vorschriften. Dabei ist die Haftung des Auftragsverarbeiters jedoch auf Verstöße beschränkt, die auf Nichteinhaltung der Weisungen des Verantwortlichen zurückzuführen sind. Beide Parteien haben weiterhin die Möglichkeit, sich zu exkulpieren. Der Verantwortliche bleibt der erste Ansprechpartner für Betroffene, die Datenschutzverstöße rügen und anfechten möchten.

Um **Auftragsverarbeitungsverträge** DSGVO-konform abzuschließen, sind in der Regel folgende Aspekte gemäß **Art. 28 Abs. 3 DSGVO** vertraglich zu regeln:

- Gegenstand und Dauer der Verarbeitung
- Art und Zweck der Verarbeitung
- Art der personenbezogenen Daten
- Kategorien betroffener Personen
- Rechte und Pflichten des Verantwortlichen
- Umfang der Weisungsbefugnisse
- Verpflichtung zur Vertraulichkeit der zur Verarbeitung befugten Person
- Sicherstellung von technischen und organisatorischen Maßnahmen durch den Auftragsverarbeiter
- Anforderungen an die Hinzuziehung von Subunternehmern
- Unterstützung des Verantwortlichen bei Anfragen und Ansprüchen Betroffener
- Unterstützung des Verantwortlichen bei der Sicherheit der Verarbeitung
- Unterstützung des Verantwortlichen bei der Meldepflicht bei Datenschutzverletzungen und der Datenschutz-Folgenabschätzung

- Rückgabe oder Löschung personenbezogener Daten nach Abschluss der Auftragsverarbeitung
- Pflicht des Auftragsverarbeiters, den Verantwortlichen unverzüglich zu informieren, falls eine Weisung gegen Datenschutzrecht verstößt
- Regelung wie der Nachweis der Einhaltung der genannten Pflichten erfolgt

Die von Ihnen konkret benannten Stellen:

- **Geschäftsstelle:** Sofern die Geschäftsstelle als externe Dienstleisterin fungiert und personenbezogene Daten im Auftrag des Vereins verarbeitet, könnte ein AVV erforderlich sein.
- **IT-Berater & Webdesigner:** Wenn der IT-Berater Zugriff auf personenbezogene Daten hat oder diese verarbeitet (z.B. bei der Wartung von Systemen), ist auch hier ein solcher Vertrag notwendig. Gleiches gilt für Webdesigner.
- **Steuerberater:** Hier gilt allerdings eine Ausnahme und es ist genauso wie bei Rechtsanwälten kein AVV notwendig, da Steuerberater als eigenständig Verantwortliche im Sinne der DSGVO gelten. Sie unterliegen zudem der beruflichen Schweigepflicht.

LENTZE . STOPPER

Lentze . Stopper Rechtsanwälte

ist eine auf das Vereins- und Sportrecht spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei mit Sitz in München und Berlin. Lentze Stopper bietet alle relevanten Dienstleistungen im Kontext des Profi- und Amateursports. Dabei berät Lentze Stopper eine Vielzahl an internationalen und nationalen Verbänden, Ligen sowie unterschiedliche Vereine.



Jeden Tag ein bisschen mehr

DEUTSCHES EHRENAMT und zwei Herzensprojekte

Wir werden immer mal wieder gefragt, warum wir uns dafür entschieden haben, KlinikClowns Bayern e. V. und SOS-Kinderdorf e. V. mit Spenden zu unterstützen. Und so kam es dazu:

Was wäre also, wenn...

Jede und jeder im Team hat sich gefragt, „Was wäre, wenn mich Krankheit, Jobverlust, eine Familienkrise träfe?“ Das sind schließlich alles Nöte, die jede und jeden plötzlich treffen können. Also stellten wir uns gemeinsam die Frage, was wir uns in einer Notsituation wünschen würden. Klar, Unterstützung würden wir uns wünschen, doch wie sähe die konkret aus? Unser Ergebnis: Getröstet wollen wir sein, wenn wir krank sind und Hilfe zur Selbsthilfe erhalten, wenn das Leben aus den Fugen gerät. Und so war klar, dass wir Menschen dabei unterstützen möchten, die andere trösten, ihnen Freude schenken und in Krisensituationen unbürokratisch helfen.

Es dauerte nicht lang bis mit KlinikClowns Bayern e. V. und SOS-Kinderdorf e. V. genau die zwei Organisationen gefunden waren, die das tun, was wir uns wünschen würden, wenn sich besonders dunkle Wolken in unser Leben schoben.

Vor der Entscheidung, an welche Projekte wir spenden, stand eine noch viel wichtigere Überlegung. Nämlich die, nebst unserer täglichen Arbeit für Vereine und Verbände, einen sozialen Beitrag mit gesellschaftlicher Wirkung leisten zu wollen.

Großartig war, dass niemand im Team irgendwelche Bedenken hatte und wir direkt mit der Suche nach geeigneten Empfängern unserer Spende beginnen konnten.

Für uns bedeutet dieses Engagement nicht nur, dass wir Geld für gute Zwecke weitergeben, sondern es bedeutet auch ein stärkeres Wir-Gefühl im Team.

Jeder Abschluss eines Vereins-Schutzbriefs unterstützt zwei unserer Herzensangelegenheiten. Konkret bewirkt der Abschluss abwechselnd bspw. einen Noteinkauf für eine 4-köpfige Familie in Deutschland mit unserem Partner SOS-Kinderdorf e. V. bzw. eine Clownsvisite mit unserem Partner KlinikClowns e. V.

Mehr Informationen zu unseren Herzensprojekten finden Sie unter klinikclowns.de und sos-kinderdorf.de



DEUTSCHES EHRENAMT®
■■■

Unser Spendenupdate

Jeden Monat spenden wir an zwei ganz besondere Herzensprojekte. ❤️

Den **KlinikClowns Bayern e. V.** haben wir ausgesucht, damit mehr Clownsvisiten Lachen, Trost und Freude in Kliniken, Einrichtungen für Menschen mit Handicap, Altenheime und Hospize bringen.

Die „Familienstärkung in Deutschland“ des **SOS-Kinderdorf e. V.** erhält die zweite Hälfte unserer monatlichen Spende. Langfristige Unterstützung und Beratungsangebote für Familien, Eltern und Kinder stärken unsere Gesellschaft, davon sind wir überzeugt.

Für alle im Team des DEUTSCHEN EHRENAMTS fühlt es sich gut und richtig an, einen sozialen Beitrag zu leisten, während wir mit großer Freude einen starken Partner für Vereine und Verbände bilden.



IM NÄCHSTEN MAGAZIN

Sonderausgabe zu Veranstaltungen!

IMPRESSUM

Herausgeber:

Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT
gemeinnützige GmbH
Mühlfelder Straße 20
82211 Herrsching
service@deutsches-ehrenamt.de

Verantwortlich für den Inhalt:

Hans Hachinger

Konzeption/Design:

GRAND DIGITAL –
Daniel Erke GmbH & Co. KG

Redaktion:

Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT
gemeinnützige GmbH
GRAND DIGITAL –
Daniel Erke GmbH & Co. KG

Fotos:

Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT
gemeinnützige GmbH
Adobe Stock

Urheberrechtlicher Hinweis:

Die Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe des Inhalts an dritte Personen, Vereine und Verbände ist gestattet. Weiterer Nachdruck, fotomechanische, elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Einspeicherung, öffentliche Zugänglichmachung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe in Datenbanken oder anderen elektronischen Medien und Systemen ist – auch auszugsweise – nur nach schriftlicher Zustimmung der Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT gemeinnützige GmbH erlaubt.

Haftungsausschluss:

Der Inhalt des Newsletters ist nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Haftung und Gewähr für die Korrektheit, Aktualität, Vollständigkeit und Qualität der Inhalte sind ausgeschlossen. Die Informationen stellen keine steuerliche oder rechtliche Beratung dar und begründen kein Beratungsverhältnis.

Bezugsbedingungen und Abbestellung:

Benedetto erscheint monatlich und ist ein kostenloser Service der Stiftung DEUTSCHES EHRENAMT gemeinnützige GmbH

Kostenfrei lesen und downloaden unter www.deutsches-ehrenamt.de/benedetto

Benedetto gibt es jetzt auch bei United-Kiosk.de im Flatrate-Abo.