

Richtlinien zu Partnerschaft mit (Pharma-)Unternehmen und Sponsoring

1. Alzheimer Schweiz

Alzheimer Schweiz ist eine unabhängige, gemeinnützige und politisch neutrale Organisation. Sie engagiert sich als nationales Kompetenzzentrum für ein gutes Leben mit Demenz und eine demenzsensible Gesellschaft. Bei Alzheimer Schweiz und unseren 21 kantonalen Sektionen finden Menschen mit Demenz, wie auch ihre Angehörigen und Bezugspersonen aktive Hilfe. Wir informieren, beraten und unterstützen die mehr als 500 000 Betroffenen (d.h. Erkrankte und ihre Angehörigen) mit Beratung, Information, Begleitung und Entlastungsangeboten (www.alz.ch).

Alzheimer Schweiz setzt sich dafür ein, dass

- Vorurteile, Stigmata und Tabus gegenüber Demenzerkrankungen abgebaut werden.
- Information und Wissen über Demenzerkrankungen erarbeitet und in verständlicher Form für alle Zielgruppen (Menschen mit Demenz, pflegende Angehörige, Fachpersonen, breite Öffentlichkeit) verbreitet werden.
- Betroffene in allen Stadien der Krankheit Teil der Gesellschaft sind.
- Menschen mit Demenz möglichst früh eine Diagnose sowie die notwendigen medikamentösen und nichtmedikamentösen Therapien erhalten.
- Betroffene bei der Pflege und Betreuung fachgerecht unterstützt werden und diese auch bezahlbar sind.

Alzheimer Schweiz hilft mit diesen Angeboten Erkrankten und deren Angehörigen. Dabei achten wir jederzeit auf **unabhängige, objektive, sachliche, umfassende und ausgewogene Information**. Um unsere Angebote weitgehend kostenlos aufrechterhalten zu können, ist Alzheimer Schweiz auch auf die Zusammenarbeit mit Sponsoren angewiesen.

Die vorliegenden Richtlinien sind Grundlage unserer Sponsoring-Entscheidungen und dienen der Transparenz.

2. Was bedeutet Sponsoring?

Der Begriff «Sponsoring» definiert jede Form einer finanziellen oder sonstigen Unterstützung, welche unter vertraglicher Regelung einer klar definierten Leistung des Sponsors und Gegenleistung von Alzheimer Schweiz erfolgt. Das Prinzip von Leistung und Gegenleistung grenzt Sponsoring von anderen Formen der Förderung wie z.B. Mäzenatentum, Werbung und Spenden-/Fundraisingwesen ab.

3. Sponsoring-Kriterien von Alzheimer Schweiz

Alzheimer Schweiz anerkennt die finanzielle, personelle oder ideelle Unterstützung von Unternehmen und Sponsoren und weist gemäss den jeweiligen Absprachen (z.B. Sponsoring-Verträge) auf diese hin. Die Wahrung unserer Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit als gemeinnützige Organisation ist jedoch unser wichtigster Wert. Daher bleibt Alzheimer Schweiz für all ihre Tätigkeiten *jederzeit* inhaltlich und

redaktionell unabhängig von den Sponsoren oder anderen Partnerschaften mit (Pharma-)Unternehmen.¹

3.1 Unabhängigkeit

Alzheimer Schweiz legt ihre Tätigkeit aufgrund einer umfassenden Würdigung der Interessen der Betroffenen gemäss Leitbild/Statuten und Strategie fest. Diese bilden auch die Basis für Entscheidungen bei allfälligen Sponsoring-Anfragen, was ggf. auch zu einer Ablehnung eines potenziellen Sponsors führen kann (s.a. Punkt 3.3). Grundsätzlich ist Alzheimer Schweiz bestrebt, mehrere Sponsoren für eine Aktivität/ein Produkt etc. zu gewinnen.

3.1.1 Finanzielle Unabhängigkeit

Alzheimer Schweiz wahrt ihre finanzielle Unabhängigkeit. Sie ist besorgt dafür, dass bei einem Rückzug des Sponsors das Dienstleistungsangebot ohne wesentliche Einschränkung fortgesetzt werden kann.

3.1.2 Unabhängigkeit der Leitungsgremien

Vertreterinnen oder Vertreter von Sponsoren haben keinen Einsitz in die Organe von Alzheimer Schweiz, namentlich in den Zentralvorstand oder in weiteren Gremien.

3.1.3 Unabhängigkeit in der Beratungs- und Informationstätigkeit

- Alzheimer Schweiz sorgt dafür, dass in der Beratung und Information von Betroffenen auf die Vielfalt bestehender Behandlungsmöglichkeiten hingewiesen wird.
- Sie spricht keine Empfehlungen für bestimmte Produkte eines Sponsors (wie z.B. medizinische Behandlung, Medikamente, Kuren) nur aufgrund des Sponsoren-Status. Grundlage unserer Beratungstätigkeit bildet das Dokument «Leitfaden und Charta für die Beratung».
- Alzheimer Schweiz vermeidet jegliche einseitige Beeinflussung/Informationen, z.B. durch Produktwerbungen im Kontext ihrer Aktivitäten.

3.1.4 Unabhängigkeit in der übrigen Tätigkeit

- Alzheimer Schweiz bleibt insbesondere bei politischen Aktivitäten und anderen öffentlich zugänglichen Aktivitäten frei von Beeinflussungen seitens von Sponsoren.
- Sie entwickelt/initiiert keine Tätigkeiten oder Aktivitäten, welche sich ausschliesslich oder gezielt nur für ein Sponsoring eignen.

3.2 Transparenz/ Ehrlichkeit

Transparenz, Objektivität, Sachlichkeit und umfassende Information sind hohe Werte für Alzheimer Schweiz. Diesen tragen wir im Sponsoring besonders Rechnung.

¹ Die Richtlinien basieren auf folgenden Dokumenten und Empfehlungen:

- [Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Patientinnen- und Patienteninteressen \(SAPI\)](#) (Zugriff 13.4.2024)
- [Richtlinien der Schweizerische Akademie der Medizinischen Wissenschaften \(SAMW\)](#) zur Zusammenarbeit medizinischer Fachpersonen mit der Industrie ([Version française](#)), 2022.
- [Verhaltenskodex der pharmazeutischen Industrie in der Schweiz \(Version française\)](#), Stand 1.1.2021, Zugriff 13.4.2024.
- [«Praxis zum Pharmakodex» \(Version français\)](#) Stand 17.5.2023, Zugriff 13.4.2024.
- Datenbank zur Offenlegungspflicht: <https://www.pharmagelder.ch/> ([Version française](#)) (Zugriff 13.4.2024)

3.2.1 Finanzielle Transparenz

- Aus der Jahresrechnung wird klar ersichtlich, wie sich Alzheimer Schweiz finanziert und woher die Mittel kommen. Sponsoring-Beiträge werden dabei transparent ausgewiesen.
- Alzheimer Schweiz stimmt der Meldung in der Datenbank zur Offenlegungspflicht zu: <https://www.pharmagelder.ch/> ([Version française](#))

3.2.2 Transparenz betreffend Organe

Von den Mitgliedern des Zentralvorstandes von Alzheimer Schweiz werden Namen, berufliche Funktion und Arbeitgeber, sowie Interessenbindungen auf der Homepage von Alzheimer Schweiz offengelegt (<https://www.alzheimer-schweiz.ch/de/ueber-uns/zentralvorstand>).

3.2.3 Transparenz betreffend Ziele und Leistungen von Alzheimer Schweiz

Alzheimer Schweiz legt ihre Ziele der jeweiligen Partnerschaft offen dar. Grundlage bildet dabei stets das Leitbild von Alzheimer Schweiz ([Leitbild](#)) und publiziert ihre Sponsoring-Richtlinien an geeignetem Platz auf ihrer Homepage.

3.3 Grenzen des Sponsorings und Datenschutz

Einem Sponsor von Alzheimer Schweiz eröffnen sich vielfältige Möglichkeiten, einem breiten Publikum gegenüberzutreten und für die Sache der Betroffenen Engagement zu zeigen. Unsere Sponsoren schätzen den Imagetransfer von Alzheimer Schweiz als einer neutralen, vom Bund anerkannten Gesundheitsorganisation. Damit dies auch zukünftig so bleibt, entscheidet Alzheimer Schweiz unabhängig und jeweils im Einzelfall über Sponsoring-Anfragen (auch bei solchen, die bereits einmal als Sponsor für Alzheimer Schweiz aufgetreten sind). Dabei werden potenzielle Sponsoren nach bestem Wissen und Gewissen und auf Grundlage der zugänglichen Informationen geprüft. Grundsätzlich zulässig ist ein Sponsoring von Aktivitäten, welche den Alltag für Betroffene erleichtert, Fachpersonen in ihrer Tätigkeit unterstützt, die Aufklärung zu Demenz und die Prävention fördert.

- Mögliche Ausschlusskriterien können sein, wenn der potenzielle Sponsor Werte vertritt, die denen von Alzheimer Schweiz widersprechen.
- Alzheimer Schweiz geht weiterhin keine Kooperationen mit Sponsoren ein, die auf direkter Verkaufstätigkeit bei Betroffenen beruhen. Bei gemeinsamen Auftritten mit Alzheimer Schweiz kann der Sponsor keine Produkte verkaufen.
- Alzheimer Schweiz gibt ohne Einwilligung keine Daten von Betroffenen, Angehörigen, Fachpersonen und Interessierten weiter, die Alzheimer Schweiz in irgendeinem Zusammenhang per Telefon, E-Mail, Brief oder persönlich kontaktieren und verfügt über ein aktuelles Datenschutzreglement.

Im Übrigen gelten auch in der Kommunikation die Bestimmungen des Heilmittelgesetzes vom 15. Dezember 2000 (Stand 1.1.2024): [Abschnitt 5: Art. 32 Unzulässige Werbung](#) ([version française](#), [versione italiana](#))

3.4 Rechte und Pflichten und Sponsoring-Vertrag

Alzheimer Schweiz erstellt für die jeweilige Aktivität (Projekt, Veranstaltung, Produkt, etc.) ein Sponsoring-Dossier, welches verschiedene, klar ausgewiesene Sponsoring-Optionen umfasst. Auf dieser Basis schliesst Alzheimer Schweiz mit jedem einzelnen Sponsor einen schriftlichen Vertrag ab, welche durch die jeweils zuständige verantwortliche Person/ das jeweilige Gremium zu genehmigen ist. Seitens Alzheimer Schweiz gilt hier das Vier-Augen-Prinzip und die Doppelunterschrift. Der Vertrag hält die Rechte und Pflichten der Parteien fest und definiert wo, wann, wie oft und wie prominent der Sponsor erscheinen darf/muss.

4. Kommunikation

Die Kommunikation der Partnerschaft wird im Detail und entsprechend dem jeweiligen Gegenstand des Sponsorings im Rahmen des Vertrags geregelt. Im Sinne der Transparenz werden die folgenden generellen Rahmenbedingungen hier aufgeführt.

4.1 Nennung der Sponsoren

Die Sponsoren werden bekannt gegeben. Bezüglich der Nennung der Sponsoren gelten folgende Grundsätze:

- Jede Form der Produktwerbung (Produktnamen oder damit assoziierte Bilder, Logo etc.) ist unzulässig bzw. wird von Alzheimer Schweiz abgelehnt (Ausnahme bilden Beiträge/Informationen zu aktuellen oder zukünftigen Behandlungen/Medikamenten/Produkten, bei denen zur besseren Transparenz neben der Nennung des Wirkstoffs/generischen Namens auch der Markenname angegeben wird. Solche Informationen sind jedoch immer unabhängig von den Inhalten von Sponsoring-Verträgen.
- Wettbewerbspreise dürfen nicht dargestellt werden.
- Alzheimer Schweiz nützt keine Versands-/Vertriebs- oder sonstige Materialien (physisch oder elektronisch) von Sponsoren (oder anderen (Pharma-)Firmen) zu eigenen Zwecken. Es sei denn, es wurden spezielle Absprachen im Rahmen einer Kooperation getroffen.
- Bei gesponsorten Projekten kann die Formulierung «in Zusammenarbeit mit der Alzheimer Schweiz» und das Logo angewendet werden. Hierfür muss eine schriftliche Einverständniserklärung von Alzheimer Schweiz vorliegen. Das Wording für die Nennung der Sponsoren bei Alzheimer Schweiz im Kontext der jeweiligen Projekte wird im Rahmen des Sponsoring-Vertrags definiert.
- Die Sponsoren werden in einer Übersicht auf der Homepage von Alzheimer Schweiz publiziert.

4.2 Verwendung des Logos

Das Logo von Alzheimer Schweiz darf nur nach Absprache und schriftlicher Genehmigung (E-Mail oder Brief) durch Alzheimer Schweiz verwendet werden. Weitere Details zur Logo-Verwendung werden entsprechend dem Sponsoring-Gegenstand im Sponsoring-Vertrag geregelt.

4.3 Publikationen

- Ausserhalb der jeweiligen vertraglichen Absprachen entscheidet Alzheimer Schweiz unabhängig, ob und in welcher Form bei eigenen Drucksachen für Erkrankte und Angehörige der Sponsor erscheinen kann.
- Über allfällige redaktionelle Beiträge eines Sponsors in Publikationen von Alzheimer Schweiz entscheidet Alzheimer Schweiz unabhängig.

4.4. Internetseite und Social Media

- Unter Berücksichtigung der unter 3 und 4 festgehaltenen Punkte, können Sponsoren auf der Homepage von Alzheimer Schweiz genannt und deren Logos verlinkt werden. Alzheimer Schweiz entscheidet über die Art der Einbindung, sofern dies nicht im Sponsoring-Vertrag geregelt ist.
- Firmenbeiträge auf Social Media benötigen ebenfalls die vorherige schriftliche Genehmigung von Alzheimer Schweiz für mögliche Nennung der Organisation.

4.5. Hinweis auf Alzheimer Schweiz

- Ein Sponsor darf auf die Inhalte von www.alz.ch verweisen und diese und diese mit Quellenhinweis Alzheimer Schweiz verlinken, wenn Alzheimer Schweiz ihr schriftliches Einverständnis gegeben hat.

- Wird auf Informationen/Publikationen von Alzheimer Schweiz als Quelle zurückgegriffen, muss dies eindeutig ausgewiesen werden, benötigt aber keine gesonderte Genehmigung durch Alzheimer Schweiz.

5. Veranstaltungen für Betroffene, Angehörige und Fachpersonen

Veranstaltungen von Alzheimer Schweiz für Erkrankte, Angehörige und Fachpersonen können finanziell von Sponsoren unterstützt werden.

Dabei gelten folgende Regeln:

- Die Inhalte, die Auswahl der Referierenden und die Leitung/Moderation der Veranstaltung, die Einladung an die Teilnehmenden und die Gestaltung von Veranstaltungsprogrammen bleiben grundsätzlich in der Verantwortung von Alzheimer Schweiz, ebenso die organisatorische und finanzielle Abwicklung. Sie nimmt Themen- und Referentenvorschläge von Seiten des Sponsors entgegen.
- Bei der Festlegung der Inhalte und der Auswahl der Referierenden achtet Alzheimer Schweiz darauf, dass die Sachverhalte objektiv dargestellt und behandelt werden. Dies schliesst auch kritische Beiträge/Diskussionen zu Tätigkeiten/Produkten der Sponsoren ein.
- Informationsmaterialien von Sponsoren können in Absprache mit den Fachverantwortlichen der jeweiligen Veranstaltungen aufgelegt werden. Die Teilnahme von Vertreterinnen und Vertretern der Sponsoren an diesen Veranstaltungen wird nach individueller Absprache im Rahmen des Sponsoringvertrags geregelt.

Der Sponsoring-Vertrag regelt die weiteren Details.

6. Inkrafttreten

Diese Richtlinien wurden vom Zentralvorstand von Alzheimer Schweiz verabschiedet und am 3. Mai 2024 in Kraft gesetzt.