L 9 KR 182/11

Land
Berlin-Brandenburg
Sozialgericht
LSG Berlin-Brandenburg
Sachgebiet
Krankenversicherung
Abteilung
9
1. Instanz
SG Berlin (BRB)
Aktenzeichen
S 111 KR 111/07
Datum
25.05.2011
2. Instanz
LSG Berlin-Brandenburg
Aktenzeichen
L 9 KR 182/11
Datum
19.06.2013
3. Instanz
Bundessozialgericht
Aktenzeichen
B 3 KS 7/13 R
Datum
22.04.2015
Kategorie
Urteil
Leitsätze
1. Ein Verlegerverband kann Werbung bzw. Öffentlichkeitsarbeit für Dritte betreiben, wenn er im Internet einen Imagefilm sowie Informationen über Veranstaltungen einer Akademie anbietet.
2. Gerichtliche Ermittlungen zur Inanspruchnahme selbständiger Künstler und Publizisten durch einen Unternehmer i.S.d. § 24 KSVG setzen regelmäßig eine eigene Sachverhaltsaufklärung durch die Künstlersozialkasse auch unter Einschaltung des jeweiligen Trägers der Rentenversicherung im Wege der Amtshilfe voraus.
Bemerkung
BSG: Revision zurückgewiesen
Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil des Sozialgerichts Berlin vom 25. Mai 2011 aufgehoben und die Klage abgewiesen. Die Kosten des Rechtsstreits trägt der Kläger. Die Revision wird zugelassen.

Tatbestand:

Die Beteiligten streiten über die Abgabepflicht des Klägers nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG).

Der Kläger ist ein eingetragener Verein. Nach seiner Selbstdarstellung unter www.bvda.de (Stand 10. Juni 2013) ist er einer der drei Verlegerverbände in Deutschland und die Spitzenorganisation der Anzeigenblattverlage. Ihm gehören 220 Verlage mit 926 Titeln bei einer geprüften Wochenauflage von 65,2 Millionen Exemplaren an. Damit repräsentiert der Verband 70 % der Gesamtauflage. Anzeigenblätter sind nach seiner Definition "Presseprodukte, die kostenlos mindestens 12 Mal im Jahr in regelmäßige Abständen an die Haushalte eines fest umrissenen Gebietes flächendeckend verteilt werden. Ihr Vorzug liegt in der hohen Haushaltsabdeckung, der entsprechend hohen Reichweite sowie der großen Lokalität. Anzeigenzeitungen weisen im Schnitt 30-40 % redaktionelle Inhalte auf."

Nach § 1 seiner Satzung in der Fassung vom 22. April 2004 ist er ein Zusammenschluss von Verlagen, die in Deutschland kostenlos verteilte Anzeigenblätter herausgeben. Zweck und Aufgaben sind in § 2 der Satzung wie folgt geregelt:

"1. Der Verband bezweckt die Wahrung und Förderung aller gemeinsamen Belange der in ihm zusammengeschlossenen Verlage. 2. Zu seinen Aufgaben gehören insbesondere a) Unterrichtung der Mitglieder über alle für sie relevanten Grundsatzfragen, Entwicklungen und Tendenzen b) Beratung der Mitglieder auf allen Gebieten des Anzeigenblattwesens c) Förderung eines intensiven Meinungs- und Erfahrungsaustausches unter den Mitgliedern d) Erarbeitung und Abgabe von Stellungnahmen zu allen Fragen des Anzeigenblattwesens, auch im Hinblick auf gesetzgeberische Maßnahmen e) Förderung des lauteren Wettbewerbs f) Entsendung von Delegierten in andere Organisationen, die sich mit Anzeigenblättern befassen g) Durchführung der Auflagenkontrolle für Anzeigenblätter h) Erarbeitung und Bereitstellung von Unterlagen, die der Transparenz des Anzeigenblattmarktes förderlich sind i) Wahrung des Ansehens des Berufsstandes. 3. Ausgenommen ist die Vertretung sozialpolitischer Belange. 4. In pressepolitischen Grundsatzfragen und in medienübergreifenden Bereichen kann der Verband mit den anderen Organisationen des Pressewesens zusammenarbeiten. 5. Die Tätigkeit des Verbandes ist weder auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb noch auf die Erzielung von Gewinn gerichtet."

Der Kläger ist nach eigener Darstellung darüber hinaus Ansprechpartner für Medien- und Werbeagenturen, Fachmedien, Politiker, Bildungseinrichtungen und sonstige Interessierte (siehe www.bvda.de).

Im Internet (www.bvda.de/der-bvda/aufgaben-und-ziele) beschreibt der Kläger seine Aktivitäten wie folgt:

INTERNE AKTIVITÄTEN • Der BVDA ist Träger der ADA, der Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter und veröffentlicht die aktuellen Zahlen quartalsweise in der Mediainformation. Die ADA ist für die BVDA-Mitgliedsverlage obligatorisch. • Umfassender Informationsdienst über alle die Mitgliedsverlage tangierenden Vorgänge (z.B. rechtliche Belange, Aktivitäten von Werbe-/Mediaagenturen und Grosskunden etc.) • Konkurrenzbeobachtung • Bereitstellung von Marktforschungs-Know-How für die BVDA-Mitgliedsverlage zur Erstellung von Studien zur Medialeistung der Anzeigenblätter • Strategische Planung und Auswertung von Studienergebnissen • Interner Presse- und Informationsdienst incl. regelmäßigem Newsletter • Pflege und Weiterentwicklung des Planungsprogrammes ADVERTIZOR • Vertretung der Mitglieder in diversen Fachausschüssen der Werbewirtschaft

EXTERNE AKTIVITÄTEN • Der Markt- & Mediaservice des BVDA gibt generelle Auskünfte zum Anzeigenblattmarkt und über die Ergebnisse der BVDA-Studien zur Medialeistung der Anzeigenblätter. Darüber hinaus stellt der Markt- und Mediaservice Kunden der Anzeigenblatt-Verlage sowie deren Agenturen das Planungstool ADVERTIZOR zur Verfügung und unterstützt diese bei konkreten Planungsanfragen. • Der BVDA führt Studien durch (bzw. lässt durchführen) und gibt diese an die BVDA-Mitgliedsverlage weiter • Der BVDA publiziert und verbreitet Ratgeber zum Werbeträger Anzeigenblatt • Der BVDA betreut individuell Werbe- und Mediaagenturen bzw. Großkunden • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: der BVDA ist kompetenter Ansprechpartner für Journalisten, Politiker, Universitäten/Bildungseinrichtungen oder sonstiger Interessierter und verbreitet neben regelmäßigen Pressemitteilungen auch einen externen Newsletter • Lobbying: der BVDA vertritt die Interessen der Anzeigenblätter in politischen und gesellschaftlichen Institutionen und ist zudem Mitglied im Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)

Zur Umsetzung seiner Aufgaben beschäftigt der Kläger neben dem Geschäftsführer und einer Assistentin der Geschäftsführung mehrere Mitarbeiter, die im Bereich Informations- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. Markt- und Mediaservice tätig sind. Der Kläger berichtet auf seiner Internetseite (www.bvda.de) unter den Rubriken "Der BVDA", "BVDA News", "Marktdaten", "Mitglieder", "Presse", "Publikationen", "BVDA Akademie" und "Engagement" aus dem Verband und aus den Mitgliedsverlagen, stellt Informationen über den Bereich Anzeigenblätter und Pressemitteilungen zur Verfügung. Unter der Rubrik "Publikationen" werden Publikationen aus dem Bereich Anzeigenblätter dargestellt. Die Titel "Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA 2012)", "Anzeigenblatt-Qualität (AQ)", "Geprüfte Direktzustellung der Anzeigenblätter", "maXdirect – Mitgliederverzeichnis, BVDA Prospekt-Studie (PS2008)", "Daten & Fakten - Wissenswertes rund um das marktgerechte Medium Anzeigenblatt" sowie "Media-Informationen Anzeigenblätter der ADA-geprüften Titel (quartalsweise)" können über die Internetseite bestellt werden. Weiterhin stellt der Kläger im Internet einen Imagefilm zur Verfügung, der ausführlich die Möglichkeiten der Werbung durch Anzeigenblätter für Kunden darstellt. Der Kläger beteiligt sich an der Verleihung des Medienpreises "Durchblick" und organisiert die "Mailingtage".

Die Beklagte recherchierte im Internet, dass der Kläger unter "Service)) Publikationen" "eine Reihe von wissenswerten Publikationen über Anzeigenblätter ..." biete. Sie versandte daraufhin an den Kläger einen Fragebogen zur Prüfung der Abgabepflicht nach dem KSVG. Der Kläger gab an, kein Unternehmen im Sinne des § 24 KSVG zu sein. Auf weitere Nachfrage der Beklagten gab der Kläger an, er verfüge über einen eigenen Werbe-, Marketing-, PR-Bereich. Es würden von ihm keine Broschüren herausgegeben bzw. veröffentlicht und in diesem Zusammenhang für Fotos, Texte etc. gegebenenfalls Entgelte an freischaffende Texter, Layouter und andere gezahlt. Es würden auch keine Veranstaltungen durchgeführt und in diesem Zusammenhang Entgelte an freischaffende Künstler oder Publizisten bezahlt.

Mit Bescheid vom 25. Juli 2005 in der Gestalt des Widerspruchsbescheides vom 6. Juli 2006 stellte die Beklagte fest, dass der Kläger ein abgabepflichtiges Unternehmen nach § 24 KSVG betreibe. Zur Begründung führte sie aus, die grundsätzliche Abgabenpflicht sei gemäß § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 KSVG festzustellen, da der Kläger als Unternehmer einen Buch-, Presse- oder sonstigen Verlag betreibe. Verleger im Sinne des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 KSVG sei nach § 1 des Gesetzes über das Verlagsrecht vom 19. Juni 2001, wer Werke der Literatur, der Presse oder der Tonkunst zur Vervielfältigung und Verbreitung für eigene Rechnung übernehme. Nach der Rechtsprechung sei der Verlagsbegriff schon dann erfüllt, wenn dem Unternehmen vertraglich das Recht zur Veröffentlichung des publizistischen Werkes eingeräumt werde, ohne dass die Vervielfältigung und Verbreitung für eigene Rechnung übernommen werde. Auf der Internetseite des Klägers heiße es, er biete eine Reihe von wissenswerten Publikationen. Dadurch und durch herausgegebene Pressmitteilungen werde der Tatbestand des Verlages erfüllt.

Mit der hiergegen erhobenen Klage hat der Kläger ausgeführt, er sei kein Unternehmer im Sinne des KSVG, da er nicht umsatzsteuerpflichtig sei. Auch betreibe er keinen Verlag, da er nicht mit Gewinnerzielungsabsicht tätig werde. Bei den im Internet genannten "wissenswerten Publikationen" handle es sich um insgesamt 7 Broschüren zu verbandsrelevanten Themen, die er durch Dritte ("Firma C") im Auftragswege habe herstellen lassen. Diese Publikation würden gegen eine Schutzgebühr abgegeben, die nur der Verhinderung unüberlegter Bestellungen diente. Der Vertrieb der Broschüren erfolge durch die SGA (Servicegesellschaft Deutscher Anzeigenblätter mbH). Damit vertreibe der Kläger nicht, was ein wesentliches Element der Verlagstätigkeit darstelle. Die Herausgabe der Broschüren sei Teil der Öffentlichkeitsarbeit. Auch die Tatsache, dass er Pressemitteilungen herausgebe, führe nicht dazu, dass er als Verlag anzusehen sei. Dies erschließe sich daraus schon, dass ansonsten alle Verbände, Organisationen, Parteien und selbst Gerichte allein deswegen der Abgabepflicht unterlägen. Auch die Voraussetzungen des § 24 Abs. 2 Satz 1 KSVG lägen nicht vor. Die Presseerklärungen würden von einem Angestellten des Klägers formuliert. Lediglich ausnahmsweise würden Dritte (Agenturen) beratend hinzugezogen oder mit Erstellung von Informationsmaterial betraut. Derartige gelegentliche Aufträge seien jedoch von § 24 Abs. 2 KSVG ausgenommen. Entgegen der Auffassung der Beklagten betreibe der Kläger auch keine Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für Dritte im Sinne des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG, sondern ausschließlich in eigenem Interesse, also für die durch den Verband repräsentierte Gattung "Anzeigenblätter".

Die Beklagte hat vor dem Sozialgericht nicht mehr daran festgehalten, dass es sich bei dem Kläger um einen Verlag im Sinne des § 24 Abs. 1 Nr. 1 KSVG handele. Auch § 24 Abs. 1 Satz 2 KSVG (Eigenwerbung) und § 24 Abs. 2 KSVG (Generalklausel) seien nicht einschlägig, da vorliegend nicht selbstständige Künstler oder Publizisten beauftragt worden seien, sondern eine juristische Person. Allerdings sei der Kläger nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG (Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für Dritte) abgabepflichtig. Denn er gebe quartalsweise Mediainformationen sowie Pressemitteilungen heraus und betreibe Öffentlichkeitsarbeit gegenüber Journalisten, Politikern und anderen. Er betreibe diese Arbeiten auch für Dritte, da seine Mitglieder als "Dritte" anzusehen seien.

Mit Urteil vom 25. Mai 2011 hat das Sozialgericht den Bescheid der Beklagten vom 25. Juli 2005 aufgehoben und festgestellt, dass der Kläger nicht der Abgabepflicht nach § 24 KSVG unterliege. Die in Frage kommenden Abgabepflichten nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, Nr. 7 und Satz 2 sowie Abs. 2 des KSVG bestünden nicht.

Der Kläger sei zwar als Unternehmer im Sinne der Vorschrift anzusehen, da es nach der Rechtssprechung des BSG ohne Bedeutung sei, ob der Kläger Gewinn erziele oder auch nur erzielen wolle, ob seine Tätigkeit gemeinnützig sei und wie er steuerlich behandelt werde. Jedoch betreibe er keinen sonstigen Verlag im Sinne des § 24 Abs. 1 Nr. 1 KSVG. Das BSG nehme die Abgabepflicht nach § 24 Abs. 1 Nr. 1 (sonstige Verlage) nur noch dann an, wenn der wesentliche Geschäftszweck des Unternehmens auf die Vervielfältigung und Verbreitung von Informationsträgern (Medien) gerichtet sei. Der wesentliche Geschäftszweck des Klägers sei jedenfalls nicht die Vervielfältigung und Vertreibung von Informationsträgern, sondern die in § 2 seiner Satzung genannten Aufgaben.

Eine Abgabepflicht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 bestehe nicht, da der Kläger zwar Werbung und insbesondere Öffentlichkeitsarbeit betreibe, diese aber nicht für Dritte erfolge. Wann eine Tätigkeit für Dritte vorliegt, sei nicht definiert und werde von der Rechtssprechung einzelfall¬bezogen gelöst. Das Landessozialgerichts (LSG) Rheinland-Pfalz (Urteil vom 21. Februar 1991 zum Aktenzeichen L 5 A 74/90) unterscheide danach, ob Werbung nur für die Mitglieder oder auch für Nichtmitglieder gemacht werde. Es habe eine Werbung für Dritte bejaht, weil der dortige Kläger auch für Nichtmitglieder geworben habe. Vorliegend betreibe der Kläger aber keine Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für Nichtmitglieder, sondern ausschließlich für seine Mitglieder. Dies spiegele sich in § 2 seiner Satzung nieder. Danach repräsentiere der Verband die Summe der Mitglieder und sei für die Gesamtheit der Mitglieder aktiv.

§ 24 Abs. 1 Satz 2 und Abs. 2 KSVG kämen nicht in Betracht, da der Kläger zwar Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für Zwecke seines eigenen Unternehmens betreibe. Da er aber keine Aufträge an selbstständige Künstler oder Publizisten erteile, sondern im Wesentlichen entweder die Arbeit von eigenen Angestellten oder Firmen durchführen lasse, könnten auch diese Vorschriften nicht einschlägig sein.

Gegen das ihr am 6. Juni 2011 zugestellte Urteil hat die Beklagte am 28. Juni 2011 Berufung erhoben. Sie ist der Auffassung, die Abgabepflicht des Klägers ergebe sich deshalb schon aus der Regelung des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG, weil er Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für Dritte betreibe. Durch Artikel 1 Nr. 16 a cc 2. KSVG-Änderungsgesetz vom 13.06.2001 habe der Gesetzgeber klargestellt, dass die Öffentlichkeitsarbeit neben der Werbung ein eigenständiger und gleichrangiger Abgabegrund sei. Es könne nicht bezweifelt werden, dass der Kläger Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für seine Mitglieder bzw. die gesamte Branche der Anzeigenblattverleger betreibe. Die Mitglieder seien dabei als Dritte anzusehen, weil sie von der juristischen Person, dem eingetragenen Verein, zu trennen seien. Der Kläger vertrete zudem zwar einen hohen Anteil des deutschen Anzeigenblattmarktes, könne aber nicht gleichgesetzt werden mit den entsprechenden Verlagen. Der Verband, der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für das gesamt deutsche "Anzeigenblattwesen" (§ 2 Ziffer 2 Buchst. d) der Satzung) betreibe und sich für die Wahrung des gesamten "Berufsstandes" (Buchst. i) a.a.O.) einsetze, mache daher auch Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für Nichtmitglieder. Unabhängig von der Mitgliedschaft könne aber eine Identität schon deshalb nicht angenommen werden, weil es sich bei den Mitgliedern um gesonderte natürliche und juristische Personen handele. Die Abgabepflicht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG sei nicht an weitere Voraussetzungen und insbe¬sondere nicht an den Nachweis der regelmäßigen Entgeltzahlung gebunden. Selbst wenn im vorliegenden Falle Aufträge ausschließlich an juristische Personen vergeben würden, was mangels Angaben des Klägers noch zu prüfen wäre, sei Abgabepflicht festzustellen. Soweit der Kläger für die BVDA Akademie auf seiner Internetseite Werbung bzw. Öffentlichkeitsarbeit betreibe, handele es sich auch insoweit um Werbung einschließlich Öffentlichkeitsarbeit für Dritte, da der Kläger angebe, die BVDA Akademie werde ausschließlich von der SGA betrieben.

Der Kläger sei durch den Betrieb der BVDA Akademie auch eine Aus- und Fortbildungseinrichtung für künstlerische oder publizistische Tätigkeiten im Sinne des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9 KSVG. Auch unterliege er der Abgabepflicht, weil er für Zwecke seines eigenen Unternehmens Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit betreibe und dabei nicht nur gelegentlich Aufträge an selbständige Künstler oder Publizisten erteile (§ 24 Abs. 1 Satz 2 KSVG). Der angebotene Imagefilm diene der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Entgelte, die in diesem Zusammenhang an selbstständige Künstler oder Publizisten gezahlt würden, gehörten daher zur Bemessungsgrundlage. Eine direkte Einnahmeerzielung sei insofern nicht erforderlich. Der umfangreiche, sehr professionell gestaltete Internetauftritt des Klägers und die Zusammensetzung der Jury anlässlich der Verleihung des "Durchblick" - Preis für Bürger- und Verbrauchernähe - sprächen für eine nicht nur gelegentliche Auftragserteilung an selbständige Künstler oder Publizisten. Aus einer Pressemitteilung des Klägers vom 22. September 2010 ergebe sich, dass der Kläger im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit als Partner des "JugendMedienEvents" in Erscheinung trete und damit werbe, dass beispielsweise der Chefredakteur eines Anzeigenblattes einen ganztägigen Workshop zum Thema "Journalistisches Schreiben für Einsteiger" durchführt. Bereits im erstinstanzlichen Verfahren habe sie – die Beklagte – darauf hingewiesen, dass der Kläger umfassende verlegerische Aktivitäten ausübe und diverse Publikationen, zum Teil gegen Entgelt, herausgegeben habe. Die Tatsache, dass diese Broschüre von einer Werbeagentur in der Form einer juristischen Person gestaltet würde, führe nicht dazu, die verlegerische Tätigkeit im Sinne des § 24 Abs. 1 Nr. 1 KSVG zu negieren. Die Beklagte verweist schließlich auf das Ergebnis einer Anfrage beim Finanzamt für Körperschaften 1 in Berlin. Die vom Finanzamt zur Verfügung gestellten Auszüge aus den Bilanzen zeigten, dass der Kläger erhebliche Beträge für "Das Anzeigenblatt", Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Internet, Honorare, Arbeitskreisredaktion und den "BVDA-Preis" aufwende.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Sozialgerichts Berlin vom 25. Mai 2011 aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Er hält die Entscheidung des Sozialgerichts Berlin für zutreffend und ist der Auffassung, es verbiete sich, "Werbung für Dritte" i.S.d. § 24 Abs. 1 Nr. 7 KSVG immer dann anzunehmen, wenn ein Verband im Interesse seiner Mitglieder Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit betreibe. Verbände hätten naturgemäß Mitglieder, die jedoch keine "Dritten" seien, sondern eben Verbandsangehörige. Und im Gesamtinteresse dieser Mitglieder, nicht im Interesse einzelner Mitglieder (oder gar von Nicht-Mitgliedern) mache ein Verlegerverband wie er Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Er werde keinesfalls auch für Nichtmitglieder aktiv. Engagiere sich ein Branchen-Verband für die Interessen der von ihm vertretenen Mitglieder, so gehe da¬mit immer auch als Nebenfolge der Umstand einher, dass von den Erfolgen des Verbandes indirekt auch Nicht-Mitglieder des Verbandes profitierten. Damit stelle sich die Öffentlichkeitsarbeit eines Verbandes wie des BVDA niemals als "Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für Dritte" dar, sondern ausschließlich als Engagement für die Summe der eigenen Verbandsmitglieder. Der Umstand, dass der Kläger in seinem Internetportal auf Angebote der SGA verweise, sei als "Werbung und Öffentlichkeitsarbeit" für eigene Zwecke zu verstehen. Es handele sich insoweit um Weiterbildungsangebote der Klägers, die im seinem Auftrag von der SGA

abgewickelt würde.

Der Imagefilm sei von der Fa. KG M F GmbH erstellt worden, also nicht von einem selbstständigen Künstler. Der Film habe dem Kläger keinerlei Einnahmen erbracht, sondern nur Kosten. Die Voraussetzungen des § 24 Abs. 1 Satz 2 KSVG (für eigene Zwecke "Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit" betreiben "und dabei nicht nur gelegentlich Aufträge an selbstständige Künstler oder Publizisten erteilen") seien nicht gegeben. Er unterhalte eine eigene Abteilung für "Öffentlichkeitsarbeit" und gebe allenfalls gelegentlich Aufträge außer Haus, dann jedoch vorzugsweise an Werbeagenturen als juristische Person und nicht an "selbstständige" Künstler.Die Mitglieder der Jury für den "Durchblick" — BVDA-Preis seien ehrenamtlich und unentgeltlich tätig. Chefredakteure von Anzeigenblättern, die im Rahmen des "JugendMedienEvents" aktiv würden, seien keine selbstständigen Publizisten, sondern Angestellte der Verlage, was auch in dem angesprochenen Fall so gewesen sei. Die Beklagte habe erstinstanzlich selbst erklärt, dass aufgrund der ausschließlichen Beauftragung einer juristischen Person die grundsätzliche Abgabepflicht des Klägers nach § 24 Abs. 1 Satz 2 bzw. § 24 Abs. 2 KSVG jedenfalls nach damaligen Sachstand ausgeschlossen sei. Dass er als "Verlag" i.S.d. § 24 Abs. 1 Nr. 1 KSVG einzustufen sei und deshalb eine Abgabepflicht besteht, habe die Beklagte ebenfalls selbst ausgeschlossen. Die inhaltliche Aufbereitung der Publikationen sei in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Klägers erfolgt, die grafische Umsetzung durch die Firma c Gesellschaft für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mbH, also nicht durch selbstständige Künstler. Die BVDA Akademie sei zwar nach dem BVDA benannt. Sie werde aber, schon weil dem Kläger die Führung eines entsprechenden wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes, u.a. steuerrechtlich verwehrt sei, ausschließlich von der SGA betrieben. Streitbefangen sei aber allein die Frage einer Abgabepflicht des Klägers. Die von der Beklagten angesprochenen Etatpositionen erläutert der Kläger wie folgt: "Marketing" - z.B. Kosten für das BVDA- Planungsprogramm sowie Kosten für Marktstudien (Leser- und Reichweitenstudien), wie z.B. AWA, AQ, ebenso wie Kosten für Messeauftritte bei externen Veranstaltungen. "Öffentlichkeitsarbeit" - Kosten für die Schaltung von Anzeigen in Fachzeitschriften. "Internet" - Kosten für technische Dienstleistungen bzgl. der Homepage. "Arbeitskreis Redaktion" - Hotel- und Veranstaltungskosten für Sitzungen des Arbeitskreises Redaktion. "BVDA-Preis" - Preisgelder sowie Produktionskosten für die Trophäen sowie Honorare für Jury-Mitglieder. "Honorare" - Honorare z.B. für externe Referenten und Redner bei Tagungen und Foren. "Das Anzeigenblatt" - Für die inzwischen eingestellte Publikation wurden keine Honorare an freie Mitarbeiter entrichtet. Die Beiträge stammten von Mitarbeitern des Klägers bzw. Dienstleistern in der Rechtsform juristischer Personen. Der Kläger arbeite nicht mit selbstständigen Künstlern oder Publizisten. Die in Rede stehenden bzw. mit den Etatpositionen zusammenhängenden Aufgaben würden entweder von Angestell¬ten des Klägers oder von einschlägigen Dienstleistungsunternehmen erledigt.

Der Senat hat die Rechnung der KG Media Factory GmbH vom 2. Juli 2010 über die Erstellung des Imagefilms, einen Handelsregisterauszug zur sga und Ausdrucke von Publikationen, die auf der Internetseite www.bvda.de 2012 angeboten wurden, beigezogen. Weiterhin hat er Ausdrucke der Internetseite www.bvda.de und eine Kopie des dort angebotenen Imagefilms zur Akte genommen.

Der Senat hat den Imagefilm in der mündlichen Verhandlung am 19. Juni 2013, trotz Widerspruch des Bevollmächtigten des Klägers, vorgeführt. In dem fünf Minuten dauernden Imagefilm werden Anzeigenblätter als zentrale Säule der deutschen Medienlandschaft und deren Vorzüge als Werbemedium dargestellt. Die Anzeigenblätter werden als Deutschlands drittgrößter Werbeträger beschrieben und Informationen über Verbreitung ("kein anders Printmedium kommt in so viele Haushalte"), Leserschaft und Zustellung gegeben. Der Film liefert weiter Argumente für die Nützlichkeit und Brauchbarkeit von Anzeigenblättern und stellt die lokale Verwurzelung dar. Es werden potentielle Werbekunden angesprochen, denen Anzeigenblätter als perfekte Plattform für die lokale Aussteuerung von Werbekampagnen empfohlen werden. Neben Angaben zur Verbreitung und Leserschaft enthält der Film Aussagen zu dem Preis-/Leistungsverhältnis von Anzeigenblättern. Abschließend wird auf die lange Tradition der Anzeigenblätter eingegangen. In dem gesamten Film wird ohne Einschränkungen über "die Anzeigenblätter" berichtet. Aussagen beginnen regelmäßig mit "wir" und werden für den gesamten Anzeigenblättermarkt getätigt. In der Schlusssequenz wird das Logo des Klägers eingeblendet.

Wegen des Sach- und Streitstandes im Einzelnen sowie wegen des weiteren Vorbringens der Beteiligten wird auf die Gerichtsakte sowie die von der Beklagten geführte Verwaltungsakte, die beigezogen wurden und Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren, verwiesen.

Entscheidungsgründe:

Die zulässige Berufung ist begründet. Das Sozialgericht hat den Bescheid der Beklagten vom 25. Juli 2005 zu Unrecht aufgehoben, denn eine Abgabepflicht des Klägers nach dem KSVG besteht.

I. Streitgegenstand ist die im Verfügungssatz des Bescheides vom 25. Juli 2005 getroffene Feststellung der Beklagten, dass der Kläger ein abgabepflichtiges Unternehmen nach § 24 KSVG betreibt. Der Senat hat daher alle in § 24 KSVG genannten Abgabepflichttatbestände zu prüfen, unabhängig davon, ob sie Gegenstand der o.g. Bescheide oder der Erörterung der Beteiligten im Verfahren waren (vgl. BSG, Urteil vom 12. November 2003, Az.: B 3 KR 39/02 R, veröffentlicht bei juris). Diesbezügliche, auch übereinstimmende Beschränkungen der Beteiligten binden den Senat nicht.

II. Rechtsrundlage für den Bescheid vom 25. Juli 2005 ist § 24 KSVG. Dieser regelt die Künstlersozialabgabepflicht wie folgt:

(1) Zur Künstlersozialabgabe ist ein Unternehmer verpflichtet, der eines der folgenden Unternehmen betreibt: 1. Buch-, Presse- und sonstige Verlage, Presseagenturen (einschließlich Bilderdienste), 2. Theater (ausgenommen Filmtheater), Orchester, Chöre und vergleichbare Unternehmen; Vorausset¬zung ist, daß ihr Zweck überwiegend darauf gerichtet ist, künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen öffentlich aufzuführen oder darzubieten; Absatz 2 bleibt unberührt, 3. Theater-, Konzert- und Gastspieldirektionen sowie sonstige Unternehmen, deren wesentlicher Zweck darauf gerichtet ist, für die Aufführung oder Darbietung künstlerischer oder publizistischer Werke oder Leistungen zu sorgen; Absatz 2 bleibt unberührt, 4. Rundfunk, Fernsehen, 5. Herstellung von bespielten Bild- und Tonträgern (ausschließlich alleiniger Vervielfältigung), 6. Galerien, Kunsthandel, 7. Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit für Dritte, 8. Variete- und Zirkusunternehmen, Museen, 9. Aus- und Fortbildungseinrichtungen für künstlerische oder publizistische Tätigkeiten. Zur Künstlersozialabgabe sind auch Unternehmer verpflichtet, die für Zwecke ihres eigenen Unternehmens Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit betreiben und dabei nicht nur gelegentlich Aufträge an selbständige Künstler oder Publizisten erteilen. (2) Zur Künstlersozialabgabe sind ferner Unternehmer verpflichtet, die nicht nur gelegentlich Aufträge an selbständige Künstler oder Publizisten erteilen, um deren Werke oder Leistungen für Zwecke ihres Unternehmens zu nutzen, wenn im Zusammenhang mit dieser Nutzung Einnahmen erzielt werden sollen. Werden in einem Kalenderjahr nicht mehr als drei Veranstaltungen durchgeführt, in denen künstlerische oder publizistische Werke oder

Leistungen aufgeführt oder dargeboten werden, liegt eine nur gelegentliche Erteilung von Aufträgen im Sinne des Satzes 1 vor. Satz 1 gilt nicht für Musikvereine, soweit für sie Chorleiter oder Dirigenten regelmäßig tätig sind.

1. Eine Künstlersozialabgabepflicht besteht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG, denn der Kläger betreibt als Unternehmer im Sinne des KSVG Werbung bzw. Öffentlichkeitsarbeit für Dritte.

Der Kläger ist Unternehmer i.S.d. § 24 Abs. 1 KSVG. Im KSVG gilt nach ständiger Rechtsprechung des Bundessozialgerichts ein sozialversicherungsrechtlicher Unternehmerbegriff, der an der Zwecksetzung des KSVG ausgerichtet ist. Maßgebend für den so verstandenen Unternehmerbegriff ist nicht eine mit Gewinnerzielungsabsicht vorgenommene Vermarktung künstlerischer oder publizistischer Leistungen, sondern deren Inanspruchnahme und Verwertung für eigene Zwecke (BSG, Urteil vom 21. Juni 2012, Az.: B 3 KS 2/11 R, veröffentlicht bei juris). Für die Erzielung von Einnahmen reicht es aus, dass die Verwertung im Zusammenhang mit Aufgaben steht, die aus Haushaltszuweisungen, aus Beiträgen oder aus anderen Einnahmen finanziert werden (BSG, Urteil vom 4. März 2004, Az.: B 3 KR 6/03 R, Rn. 13, veröffentlicht bei juris). Der Kläger wird maßgeblich durch Beiträge der Mitglieder finanziert.

Der Kläger betreibt Öffentlichkeitsarbeit im Sinne des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG. Öffentlichkeitsarbeit in diesem Sinne ist durch das methodische Bemühen eines Unternehmens, einer Institution, einer Gruppe oder einer Person um das Verständnis und das Vertrauen der Öffentlichkeit durch den Aufbau und die Pflege von Kommunikationsbeziehungen gekennzeichnet (BSG, Urteil vom 21. Juni 2012, Az.: B 3 KS 2/11 R, Rn. 39, veröffentlicht bei juris; Finke/Brachmann/Nordhausen, KSVG, 4. Auflage, 2009, Rn. 137 zu § 24). Diesem Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit, die das Gesetz gerade bewusst neben und unabhängig von dem Begriff der Werbung nennt (vgl. BT-Drs. 14/5066 Seite 13), schließt sich der Senat an. Für die Bejahung von Öffentlichkeitsarbeit reicht ein dauerhafter Kommunikationsprozess, letztlich sogar ein Kommunikationsangebot, an die Öffentlichkeit aus. Eine Kommunikationsbeziehung im vorgenannten Sinne kann nicht nur in erfolgreicher zweiseitiger Kommunikation bestehen, sondern ist auch bereits bei dem Versuch der Eröffnung einer solchen Kommunikation gegeben. Auch die einseitige Darstellung mit der entsprechenden Zielsetzung gegenüber einem nicht eingegrenzten Personenkreis kann diese Voraussetzung erfüllen. So kann es bei klassischer Öffentlichkeitsarbeit in der Form von Pressemitteilungen oder -konferenzen nicht darauf ankommen, ob diese tatsächlich zu einer Berichterstattung führen oder nicht. Unter Zugrundelegung eines zeitgemäßen Begriffs der Öffentlichkeitsarbeit kann auch die Veröffentlichung von Äußerungen, die eigentlich für ein Fachpublikum bestimmt sind, dem Ziel der Schaffung von Verständnis für die Anliegen eines Unternehmens dienen. Der hierin liegenden Schaffung von Transparenz kann eine Steigerung des Verständnisses und des Vertrauens in ein Unternehmen bewirken (LSG Berlin-Brandenburg, Urteil vom 30. November 2012, Az.: L 1 KR 337/10, veröffentlicht bei juris).

Durch sein Angebot im Internet präsentiert der Kläger Publikationen, Pressemitteilungen und Fortbildungsangebote der gesamten Öffentlichkeit. Er selbst entscheidet, welchen Inhalt er insoweit der allgemeinen Öffentlichkeit zugänglich macht. Neben den beschriebenen Inhalten der Internetseite, die öffentlich zugänglich sind, verfügt die Internetseite des Klägers auch über einen passwortgeschützten Bereich für Mitglieder.

Der Kläger betreibt auch Werbung. Der in § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG verwendete Begriff der Werbung beschränkt sich nicht auf die positive Darstellung eines Unternehmens in der Öffentlichkeit und seiner Leistungen (Imagepflege) zum Zwecke der Gewinnung von Kunden im Sinne einer kommerziellen Waren- bzw. Produktwerbung, sondern er gilt auch dann, wenn unter Einsatz von Werbemitteln auf eine bestimmte Person und ihr Wirken oder eine bestimmte Veranstaltung aufmerksam gemacht wird (BSG, Urteil vom 21. Juni 2012, Az.: B 3 KS 2/11 R, Rn. 39, m.w.N., veröffentlicht bei juris). Nach dem LSG Hamburg ist Werbung die absichtliche und zwangsfreie Form der Beeinflussung, die die Umworbenen für die Werbeziele gewinnen soll, und zwar in erster Linie die Absatzwerbung als Unterfall der Wirtschaftswerbung (LSG Hamburg, Urteil vom 15. Oktober 1987, Az.: VI KR Bf 10/86, zitiert nach Finke/Brachmann/Nordhausen, KSVG, 4. Auflage, 2009, Rn. 135 zu § 24). Der unter www.bvda.de veröffentlichte Imagefilm stellt über eine Öffentlichkeitsarbeit hinausgehende Werbung in diesem Sinne dar.

Der Senat hat den Imagefilm als Beweismittel verwertet und ihn in der mündlichen Verhandlung vorgeführt, da dies aus Gründen des rechtlichen Gehörs und zur Wahrung der Information der ehrenamtlichen Richter erforderlich war. Gemäß Art. 19 Abs. 4 Grundgesetz ist das jeweilige Rechtsschutzbegehren durch das Gericht einer vollumfänglichen eigenen Prüfung in rechtlicher wie tatsächlicher Hinsicht zu unterziehen. Die auf den Streitgegenstand bezogene Sachverhaltsaufklärung, zu der der Senat gemäß § 103 Sozialgerichtsgesetz (SGG) verpflichtet ist, erfordert die umfassende Befassung des gesamten Senats einschließlich der ehrenamtlichen Richter mit dem Internetauftritt des Klägers. Dazu gehört auch ins Internet eingestellte, frei zugängliche Imagefilm. Die Befassung mit dem Internetauftritt hat somit in der mündlichen Verhandlung zu erfolgen.

Mit dem Imagefilm betreibt der Kläger Werbung für das Medium Anzeigenblatt, die sich direkt an potentielle Anzeigenkunden von Anzeigenblättern wendet und diese als Kunden gewinnen will. Dabei werden sowohl die Vorteile von Anzeigenblättern an sich als auch die Vorzüge von Anzeigen bzw. Werbung in Anzeigenblättern dargestellt. In der Schlusssequenz erscheint kurzzeitig das Logo des Klägers. Ein weiterer Hinweis auf den Kläger oder seine Mitglieder erfolgt in dem Film nicht. Diese Werbung betreibt der Kläger auch "für Dritte". Eigenwerbung unterfällt diesem Erfassungstatbestand nicht; erforderlich ist vielmehr, dass der Werbeunternehmer versucht, die umworbenen Personen für das Werbeziel eines Dritten zu gewinnen. Abgabepflichtig sind somit insbesondere Werbeagenturen und andere Unternehmen der Werbewirtschaft, die im Auftrage ihrer Kunden Werbeprodukte erstellen. Werbung für Dritte ist auch die Werbung einer selbstständigen Tochtergesellschaft für andere Gesellschaften desselben Konzerns (BSG, Urteil vom 4. März 2004, Az. B 3 KR 17/03 R, Rn. 15, veröffentlicht bei juris).

Der Senat muss nicht abschießend entscheiden, ob die im Beklagten organisierten (Mitglieds-) Verlage Dritte im Sinne des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG sind. Die Mitgliedsverlage dürften hier Dritte sein, weil ihre Interessen nicht mit den Interessen des Klägers identisch sind. Ihr Interesse meist in der Gewinnung von Anzeigenkunden liegt. Für den Kläger spielt die Gewinnung von Anzeigenkunden dagegen unmittelbar keine Rolle. Denn der Kläger vertritt die Interessen des Verbandes, die sich nach der Satzung auf die Gattung Anzeigenblätter im Allgemeinen beziehen. Damit dürfte zwischen dem Beklagten als Unternehmer im Sinne des KSVG und den Mitgliedsverlagen zu unterscheiden sein. Dies kann aber offenbleiben, da zumindest Werbung auch für Nichtmitgliedsverlage erfolgt. Nach Angaben des Beklagten sind ein großer Teil der Anzeigenverlage im Bundesgebiet (ca. 70% der Auflage) Mitglied des Beklagten. Damit ist aber ein nicht unbeachtlicher Teil der Anzeigenverlage (ca. 30% der Auflage) nicht Mitglied des Beklagten. Auch diese Anzeigenverlage profitieren

unmittelbar von dem Imagefilm des Beklagten, der auf die Requirierung von Anzeigenkunden für Anzeigenverlage gerichtet ist. Die Werbung in dem Imagefilm differenziert nicht zwischen Mitgliedsverlagen des Beklagten und sonstigen Anzeigenverlagen. Es wird vielmehr das gesamte Medium "Anzeigenblatt" mit "wir" vorgestellt. Damit erfolgt die Werbung (auch) für Dritte.

Der Kläger betreibt auch Öffentlichkeitsarbeit bzw. Werbung für Dritte, wenn er Veranstaltungen der BVDA Akademie auf seiner Internetseite öffentlich darstellt. Der Kläger hat dargelegt, dass die BVDA Akademie nicht durch ihn, sondern durch die SGA betrieben wird. Die Durchführung von Schulungs- und Ausbildungsseminaren obliegt nach dem Registerauszug HRB 86357 B des Amtsgerichts Charlottenburg der SGA mit beschränkter Haftung. Ausweislich der Teilnahmebedingungen (siehe www.bvda.de) werden alle von der BVDA Akademie angebotenen Schulungen, Seminare und Qualifizierungs-Lehrgänge nach inhaltlichen Vorgaben des Klägers von der Servicegesellschaft Deutscher Anzeigenblätter organisiert und durchgeführt. Damit bestimmt der Kläger zwar die Ausrichtung der BVDA Akademie, er betreibt sie aber nicht. Betrieben wird die BVDA Akademie vielmehr durch die juristisch selbstständige SGA. Die SGA ist als eigenständige juristische Person Dritte im Sinne von § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 KSVG.

2. Eine Abgabenpflicht besteht nicht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 KSVG. Der Kläger betreibt keinen sonstigen Verlag im Sinne dieser Vorschrift. Mit Urteil vom 4. März 2004 hat das BSG festgestellt, dass das KSVG selbst keine Definition enthält, was unter dem Begriff "Verlag" zu verstehen ist. Das BSG hält mit dieser Entscheidung nicht mehr an der zunächst vertretenen, weiten Auslegung des Begriffs "Verlag" fest, sondern im Hinblick auf vom Gesetzgeber vorgenommene Einschränkungen der Tatbestände des § 24 Abs. 1 KSVG auch eine einschränkende Auslegung des Begriffs "Verlag" für angezeigt. Das BSG sieht es als naheliegend an, eine derartige Einschränkung auch für den Tatbestand des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 KSVG vorzunehmen. Sowohl die systematische Stellung innerhalb des § 24 Abs. 1 Satz 1 KSVG als auch die in der Vergangenheit vom Gesetzgeber bereits vorgenommenen Modifikationen des Katalogs sprechen dafür, allgemein eine Abgabepflicht nur für solche Unternehmen anzunehmen, deren wesentlicher Geschäftszweck auf die Vervielfältigung und Verbreitung von Informationsträgern (Medien) gerichtet ist. Der Gesetzgeber hat die Verbreitung von Druckerzeugnissen zu Werbezwecken ersichtlich nicht unter den Begriff "sonstige Verlage" einordnen wollen; deshalb hat er für diese Tätigkeit – wie oben unter 2 a und b dargelegt – die Abgabepflicht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 7 oder nach § 24 Abs. 1 Satz 2 KSVG besonders geregelt. Dies wirkt sich einschränkend auf die Auslegung des § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 KSVG aus (BSG, Urteil vom 4. März 2004, Az. B 3 KR 17/03 R, Rn. 29, veröffentlicht bei juris). Damit betreibt der Kläger keinen Verlag, denn sein wesentlicher Geschäftzweck ist nicht die Vervielfältigung und Verbreitung von Informationsträgern.

3. Eine Abgabenpflicht besteht auch nicht nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9 KSVG. Der Senat kann dabei offen lassen, ob es sich bei der BVDA Akademie um eine Aus- und Fortbildungseinrichtung für künstlerische oder publizistische Tätigkeiten handelt, denn der Kläger betreibt diese nicht. Betrieben wird die BVDA Akademie vielmehr durch die juristisch selbstständige SGA.

4. Eine Künstlersozialabgabenpflicht liegt auch nicht nach § 24 Abs. 1 Satz 2 und Abs. 2 KSVG vor. Denn eine mehr als "nicht nur gelegentliche" Erteilung von Aufträgen an selbstän¬dige Künstler und Publizisten ist weder von der Beklagten konkret vorgetragen noch sonst ersichtlich. Soweit die Beklagte auf die Ausschreibung des "Durchblick" - Preises für Bürger- und Verbrauchernähe 2010 für die Mitgliedsverlage des Beklagten und die Benennung der Jurymitglieder N K (Zeitungs- und Anzeigenblatt-Designer), Dr. V Se (Publizist und Medienberater) und K St (Journalist) im Internet verwiesen hat, ergibt sich damit nicht eine mehr als gelegentliche Beauftragung. Der Kläger hat auf Nachfrage des Senats erklärt, dass die Jury-Mitglieder ehrenamtlich und unentgeltlich tätig waren. Auch eine Beauftragung selbständiger Publizisten anlässlich des "JugendMedienEvents" 2012 durch den Kläger liegt nicht vor, soweit der Chefredakteur eines Anzeigenblattes in dieser Funktion tätig wird. Nach dem von der Beklagten vorgelegten Ausdruck aus dem Internet wird das "JugendMedienEvent" zudem von dem Verein Junge Presse e.V. organisiert, der damit Ausrichter dieser Veranstaltung sein dürfte. Dem Senat liegen keine Anhaltspunkte vor, dass die Angaben des Klägers unzutreffend sind. Eine Beiziehung von Rechnungen scheidet im Hinblick auf die unentgeltliche Tätigkeit aus.

Zu weiteren Ermittlungen hinsichtlich der Inanspruchnahme selbständiger Künstler und Publizisten durch den Kläger sieht sich der Senat nicht gedrängt. Soweit die Beklagte insoweit im Berufungsverfahren vorgetragen hat, sind diese Angaben durch den Kläger schlüssig bestritten worden. Weitere Ermittlungen durch den Senat ohne konkretes Vorbringen der Beklagten dürften sich als Ermittlungen ins Blaue hinein darstellen, die dem Senat verwehrt sind. Soweit die Beklagte offene Fragen hinsichtlich der Inanspruchnahme selbständiger Künstler und Publizisten durch den Kläger sieht, liegt die Sachverhaltsaufklärung bei ihr. Auch unter Einschaltung des jeweiligen Trägers der Rentenversicherung im Wege der Amtshilfe kann die Beklagte zunächst Ergebnisse von Betriebsprüfungen nach § 28p Abs. 1a SGB IV auswerten und so konkrete Sachverhalte ihren Entscheidungen zugrunde legen. Auch die Zahlung von Honoraren, wie sie aus den Gewinn- und Verlustrechnungen der Jahre 2005 bis 2008 ersichtlich wird, ist ggf. im Rahmen einer Betriebsprüfung auf künstlersozialabgabepflichtige Tatbestände zu untersuchen. Erst konkrete Angaben zu einem Sachverhalt, der auf Honorare gerade für selb¬ständige Künstler und Publizisten hindeutet, lösten weitere Aufklärungspflichten des Senats aus.

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 197a SGG i.V.m. § 154 Abs. 1 Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) und folgt dem Ergebnis der Hauptsache.

Wegen der grundsätzlichen Bedeutung der Sache hat der Senat die Revision zugelassen, § 160 Abs. 2 Nr. 1 SGG.
Rechtskraft
Aus
Login
BRB
Saved
2015-08-20