

## Stellungnahme des Sozialverbands VdK Deutschland e. V.

zum Entwurf einer Verordnung zur Zulässigkeit von  
Werbemaßnahmen der Krankenkassen  
(Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung – KKWerbeV)

Sozialverband VdK Deutschland e. V.  
Abteilung Sozialpolitik  
Linienstraße 131  
10115 Berlin

Telefon: 030 9210580-300  
Telefax: 030 9210580-310  
E-Mail: [sozialpolitik@vdk.de](mailto:sozialpolitik@vdk.de)

Berlin, 15.01.2021

## 1. Zu den Zielen des Verordnungsentwurfs und den Maßnahmen der Umsetzung

Der Verordnungsentwurf füllt die Regeln für Werbemaßnahmen der gesetzlichen Krankenkassen aus, die mit dem GKV-Faire-Kassenwettbewerb-Gesetz (GKV-FKG) von März 2020 bestimmten Grenzen unterworfen wurden. Diese Regeln ergänzen die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb.

Dazu gehören vorrangig das Gebot der sachlichen Darstellung in Form und Inhalt der Werbung sowie das Gebot des Vergleichs mit dem Beitragssatz anderer Krankenkassen nur im Zusammenhang mit dem Leistungsangebot.

Weitere wesentliche Regelungen sind:

- Beschränkungen bei der Werbung mit Angeboten Dritter, bei Sportveranstaltungen oder durch Hausbesuche
- Verbot von Wechsel- und Halteprämien für (Neu-)Mitglieder
- maximales jährliches Gesamtwerbebudget und Begrenzung für Werbegeschenke
- keine Werbung in Leistungsbescheiden
- Beschränkung von Aufwandsentschädigungen von Werbern

### **Bewertung des Sozialverbands VdK**

Der Sozialverband VdK Deutschland (VdK) hat schon die Weiterentwicklung der gesetzlichen Krankenkassen durch das GKV-FKG zu Unternehmen im Wettbewerb abgelehnt (vgl. unsere Stellungnahme vom 5. Dezember 2019). Der VdK ist sich bewusst, dass die KKWerbeV lediglich der Ermächtigung in § 4a Absatz 4 SGB V folgt und diesen Paragraphen ausfüllt. Dennoch erneuert der VdK ganz bewusst seine grundsätzliche Kritik:

Gesetzliche Krankenkassen sind keine privatwirtschaftlichen Unternehmen und Patienten sind keine Kunden, um deren Gunst und Geld die Krankenkassen werben sollten. Es handelt sich hier nicht um einen Wettbewerb der Anbieter von Handyverträgen, sondern Krankenkassen haben einen Sicherstellungsauftrag für die Gesundheitsversorgung ihrer Mitglieder. Ein Wettbewerb geht immer zu Lasten der Schwachen, Alten und Kranken. Krankenkassen, die gewinnorientiert arbeiten, werden ihren Mitgliedern mit Behinderung immer das kostengünstigere Hilfsmittel zur Verfügung stellen. Gleichzeitig werden diese Kassen im Wettbewerb um junge und gesunde Mitglieder bestehen wollen, um Gewinne zu machen. Hinzu kommt: Mitglieder mit einem hohen Bedarf an Hilfsmitteln können kaum die Krankenkasse wechseln, da ihre Versorgung in der Wechselphase nicht sichergestellt ist, wenn die alte Krankenkasse die leihweisen Hilfsmittel wieder zurückfordert, die Lieferung vergleichbarer Hilfsmittel aber bei der neuen Kasse noch in der Bearbeitung ist.

Keine Studie hat belegt, dass der Wettbewerb zwischen den gesetzlichen Krankenkassen zu einer besseren Gesundheitsversorgung führt.

Mögen einzelne Regelungen des Verordnungsentwurfs auch als Wettbewerbsvorschriften sinnvoll sein – wie etwa das Sachlichkeitsgebot von Werbemaßnahmen –, so lehnt der VdK dennoch die gesamte Verordnung als Teil der Entwicklung von gesetzlichen Krankenkassen zu Unternehmen ab. Ein weiteres Beispiel: Eine Begrenzung des Gesamtwerbebudgets ist

mehr als sinnvoll, aber die Krankenkassen sollten ihr Geld besser für eine gute Gesundheitsversorgung ihrer Mitglieder ausgeben als für Werbegeschenke, Aufwandsentschädigungen für Werber und andere Werbemaßnahmen.

Der VdK beschränkt sich in seiner Kommentierung der Regelungen im Einzelnen auf zwei besonders negativ hervorzuhebende Beispiele.

## 2. Zu den Regelungen im Einzelnen

### 2.1. Hausbesuche (§ 7 Nr. 2)

Hausbesuche zu Werbezwecken sind nur zulässig nach ausdrücklicher Einwilligung oder schriftlicher Ankündigung, der nicht widersprochen wurde.

#### **Bewertung des Sozialverbands VdK**

Die Nr. 2 (Hausbesuch nach schriftlicher Ankündigung) ist völlig verfehlt. Sie widerspricht dem allgemeinen rechtlichen Grundsatz, dass Schweigen keine Zustimmung ist. Die Regelung würde den Krankenkassen die Möglichkeit geben, möglichen Neumitgliedern in großem Stil einen Besuch schriftlich anzukündigen, um dann der Prozentzahl von Leuten, die sich um diesen Werbebrief zu Recht gar nicht gekümmert haben, einen Besuch abzustatten. Dies kann ausgenutzt werden, um Menschen, die die Folgen eines Krankenkassenwechsels oder des Abschlusses einer Zusatzversicherung nicht komplett überschauen können, einen Wechsel oder eine Leistung aufzuschwatzen.

Der VdK fordert, § 7 Nr. 2 des Verordnungsentwurfs ersatzlos zu streichen.

### 2.2. Verbot von Werbemaßnahmen in Leistungsbescheiden (§ 11)

Leistungsbescheide dürfen keine Werbemaßnahmen enthalten.

#### **Bewertung des Sozialverbands VdK**

Diese Vorschrift ist wiederum ein sehr gutes Beispiel für die Unsinnigkeit der Ausrichtung von gesetzlichen Krankenkassen an Unternehmen.

Ein Leistungsbescheid ist das zentrale Dokument zwischen den versicherten Bürgern und der gesetzlichen Krankenkasse als Körperschaft des öffentlichen Rechts. Aus diesem Bescheid leiten die Versicherten Rechte ab, die ihre Gesundheitsversorgung sicherstellen sollen. Entspricht der Bescheid nicht dem Antrag, müssen die Versicherten rechtlich dagegen vorgehen können.

Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass ein Leistungsbescheid keine Werbung enthalten darf. Jede überflüssige Information kann in einem Bescheid zur Verwirrung beitragen und ist dort fehl am Platz. Dass das Bundesgesundheitsministerium die Notwendigkeit für so eine Regelung überhaupt sieht, zeigt die falsche Ausrichtung der Gesamtentwicklung.

Noch schlimmer: Im Umkehrschluss bedeutet § 11, dass Werbung in allen anderen wichtigen Schreiben oder Bescheiden zulässig wäre. Das ist unbedingt zu vermeiden.

Daher fordert der VdK, das Verbot von Werbemaßnahmen auf alle Schreiben und Bescheide der Krankenkasse, die das Rechtsverhältnis zu den Versicherten bestimmen, auszuweiten. All diese Informationen sind den Versicherten so klar, einfach und verständlich wie möglich zur Verfügung zu stellen. Ihr Zweck ist nicht die Werbung. Die Inhalte müssen ungetrübt von Werbung sein.