



**Aktenzeichen: Pet 2-19-15-827-041931**

Der Deutsche Bundestag hat die Petition am 20.10.2022 abschließend beraten und beschlossen:

1. Die Petition der Bundesregierung – dem Bundesministerium für Gesundheit – als Material zu überweisen, soweit es um die weitere Begrenzung der Verwendung von Beitragsmitteln für Werbemaßnahmen und Werbegeschenke geht,
2. das Petitionsverfahren im Übrigen abzuschließen.

**Begründung**

Mit der Petition wird gefordert, den gesetzlichen Krankenkassen jegliche Art von Werbung, insbesondere im Fernsehen und in Fußballstadien, zu untersagen.

Nach Ansicht des Petenten belasteten die finanziellen Kosten, die die gesetzlichen Krankenkassen für Mitgliederwerbung aufwendeten, die Versichertengemeinschaft. Zudem bestehe zwischen den Krankenkassen kein "echter" Leistungswettbewerb, da es sich bei ihnen nicht um Wirtschaftsunternehmen handele. Die Leistungsunterschiede zwischen den gesetzlichen Krankenkassen seien nur geringfügig und für Verbraucher kaum erkennbar. Da in der gesetzlichen Krankenversicherung Versicherungspflicht bestehe, sei der Wechsel von Mitgliedern zu einer anderen Krankenkasse nach Ansicht des Petenten ein "Nullsummenspiel".

Zu diesem Thema liegt dem Petitionsausschuss eine weitere Eingabe mit verwandter Zielsetzung vor, die wegen des Sachzusammenhangs in die parlamentarische Prüfung einbezogen wird. Der Ausschuss bittet in diesem Zusammenhang um Verständnis dafür, den nicht auf alle vorgetragenen Gesichtspunkte eingegangen werden kann.

Wegen der Einzelheiten wird auf die Petition verwiesen. Sie wurde auf der Internetseite des Deutschen Bundestages veröffentlicht, fand dort 164 Mitzeichnungen und wurde in 29 Beiträgen diskutiert.



Das Ergebnis der parlamentarischen Prüfung stellt sich unter Berücksichtigung einer zu der Petition erbetenen Stellungnahme des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) wie folgt dar:

Seit dem 1. Januar 1996 können Mitglieder der gesetzlichen Krankenversicherung nach den Regelungen der §§ 173 bis 175 des Fünften Buches Sozialgesetzbuch (SGB V) ihre Krankenkasse grundsätzlich frei wählen. Diese Wahlfreiheit der Versicherten auf der einen Seite korreliert mit einem Wettbewerb der gesetzlichen Krankenkassen untereinander um potentielle neue Mitglieder auf der anderen Seite. Nach § 4a Abs. 1 Satz 1 SGB V dient der Wettbewerb der Krankenkassen dem Ziel, das Leistungsangebot und die Qualität der Leistungen zu verbessern sowie die Wirtschaftlichkeit der Versorgung zu erhöhen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Krankenkassen nicht nur die gesetzlich geregelten Pflichtleistungen, sondern in einem gewissen Umfang auch freiwillige Leistungen – wie beispielsweise die Kostenübernahme für gesundheitsfördernde Kurse, professionelle Zahnreinigungen oder bestimmte medizinische Vorsorgeleistungen – anbieten können. Daher muss es einer Krankenkasse möglich sein, ihr eigenes Profil und das damit zusammenhängende Leistungsspektrum nach außen hin für potentielle Neumitglieder darzustellen. Die Verbraucher können sich über die Leistungsunterschiede der Krankenkassen auf entsprechenden Vergleichsportalen im Internet informieren.

Mit dem Gesetz für einen fairen Kassenwettbewerb in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV-FKG vom 22. März 2020) wurden erstmals die grundsätzlichen Zwecke und Schranken des Wettbewerbs der Krankenkassen untereinander gesetzlich festgeschrieben. Die Werbung um Mitglieder und für die Leistungen der Krankenkassen ist danach als Mittel des Wettbewerbs gemäß § 4a Abs. 3 Satz 1 SGB V ausdrücklich erlaubt. Denn die Versicherten können das ihnen gesetzlich zustehende Krankenkassenwahlrecht nur informiert und angemessen ausüben, wenn sie adressatengerechte, leicht zugängliche und verständliche Informationen über eine Krankenkasse und ihre Leistungen erhalten können. Werbemaßnahmen der Krankenkassen sind jedoch nur in bestimmten Grenzen zulässig. So muss bei den Werbemaßnahmen der Krankenkassen unter anderem die sachbezogene Information der Versicherten im Vordergrund stehen. Eine reine Marken- oder Imagewerbung, die



ausschließlich dazu dient, den Bekanntheitsgrad der Krankenkasse zu steigern, ohne jegliche Information über Versorgungs- oder Serviceleistungen zu vermitteln, ist unzulässig. Zudem darf die Werbung auch nicht in einer Form erfolgen, die mit der Eigenschaft der Krankenkassen als Körperschaften des öffentlichen Rechts unter Berücksichtigung ihrer Aufgaben unvereinbar ist.

Im Übrigen gelten für alle Sozialversicherungsträger – und damit auch für die gesetzlichen Krankenkassen – nach § 69 Abs. 2 Viertes Buch Sozialgesetzbuch (SGB IV) die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. Diese Grundsätze haben die gesetzlichen Krankenkassen auch bei ihren Werbemaßnahmen zu beachten. Die Überwachung der Einhaltung dieser Grundsätze ist gemäß § 90 Abs. 1 bis 3 SGB IV Aufgabe der jeweils zuständigen Aufsichtsbehörde, d.h. bei Krankenkassen, deren Kassenbezirk sich über das Gebiet von mehr als drei Ländern erstreckt (bundesunmittelbare Krankenkassen) das Bundesversicherungsamt, bei den übrigen Krankenkassen regelmäßig das zuständige Landesministerium. Die Aufsichtsbehörde kann bei Verstößen gegen geltendes Recht gegen die Krankenkasse vorgehen.

Um eine einheitliche aufsichtsrechtliche Handhabung im Bereich wettbewerbsrelevanter Maßnahmen sicherzustellen, haben sich die Aufsichtsbehörden der gesetzlichen Krankenversicherung auf sog. "Gemeinsame Wettbewerbsgrundsätze" verständigt. Als Verwaltungsbinnenrecht sind diese für die Krankenkassen zwar nicht unmittelbar rechtsverbindlich. Die Wettbewerbsgrundsätze stellen aber gleichwohl eine wichtige Richtschnur für die Bewertung der Zulässigkeit von Werbemaßnahmen der Krankenkassen dar.

Eine weitere Konkretisierung wird darüber hinaus durch die auf der Grundlage des § 4a Abs. 4 SGB V vom Bundesministerium für Gesundheit mit Zustimmung des Bundesrates zu erlassende Rechtsverordnung zur Zulässigkeit von Werbemaßnahmen der Krankenkassen erfolgen. Die Regierungsparteien haben dazu in ihrem Koalitionsvertrag für die laufende Legislaturperiode ausdrücklich vereinbart, zugunsten verstärkter Prävention und Gesundheitsförderung die Möglichkeiten der Krankenkassen, Beitragsmittel für Werbemaßnahmen und Werbegeschenke zu verwenden, zu begrenzen. Vor diesem Hintergrund beschließt der Ausschuss einstimmig zu empfehlen, die Petition der Bundesregierung – dem Bundesministerium für Gesundheit – als Material zu



überweisen, soweit es um die weitere Begrenzung der Verwendung von Beitragsmitteln für Werbemaßnahmen und Werbegeschenke geht, und das Petitionsverfahren im Übrigen abzuschließen.