

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Reginald Hanke, Britta Katharina Dassler, Stephan Thomae, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP – Drucksache 19/27054 –**

### **Werbeverbot für GKV im organisierten Sport**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Der Referentenentwurf der Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung (KKWerbeV) aus dem Bundesministerium für Gesundheit soll zur Konkretisierung der Zulässigkeit von Werbemaßnahmen der Krankenkassen in den Themenbereichen des § 4a Absatz 4 des Fünften Buches Sozialgesetzbuch (SGB V) beitragen. Allerdings sieht § 6 des Entwurfs vor, Werbung durch gesetzliche Krankenkassen bei Sportveranstaltungen fast gänzlich einzuschränken. Explizit als unzulässig genannt werden Banden- und Trikotwerbung durch Krankenkassen im Spitzen- bzw. Profisport. Alle weiteren Werbemaßnahmen sind nur noch zulässig, wenn dabei die Information über Leistungen der Krankenkasse im Vordergrund stehen oder wenn eine Präventionsmaßnahme durchgeführt wird. Während grundsätzlich eine einheitliche und restriktivere Beschränkung des Wettbewerbs der Krankenkassen aus Sicht der Fragesteller zu begrüßen ist, so sind doch die Folgen der Regelungen des § 6 in ihrer Tragweite besonders gravierend und weitreichend für den Sport als Ganzes in Deutschland. Sie kommt einem praktischen Werbeverbot im Rahmen von Veranstaltungen des Profi- und Spitzensports gleich und stellt gleichsam die Auflösung einer langjährigen und bewährten Partnerschaft von Krankenkassen und Vereinen dar. Der Begründung zufolge soll die Platzierung von Logos des Werbenden auch nicht dadurch zulässig werden, dass sie mit gewissen Elementen der Information verknüpft wird. Anders wird Werbung nach Auffassung der Fragesteller in Zeiten des schnellen Informationsflusses und tendenziell verkürzter Aufmerksamkeitsspannen aber auch für andere Werbeträger unmöglich sein. Andere Werbeträger sind jedoch nicht von weitreichenden bereichsspezifischen Einschränkungen erfasst. Solche sollen zukünftig ausschließlich für den Sport gelten. Umso schwerwiegender trifft das die Vereine während der Corona-Pandemie, die trotz staatlicher Hilfen im Sport vor einer ungewissen Zukunft stehen. Die starke Kritik aus den Reihen der Krankenkassen wie auch aus dem etablierten Sport sollte daher nach Meinung der Fragesteller ernst genommen und berechnete Interessen der Krankenkassen und des Sports in der Verordnung berücksichtigt werden.

### Vorbemerkung der Bundesregierung

Mit dem Gesetz für einen fairen Kassenwettbewerb in der gesetzlichen Krankenversicherung (Fairer-Kassenwettbewerb-Gesetz – GKV-FKG vom 22. März 2020, BGBl. I S. 604) wurden erstmals die grundsätzlichen Zwecke und Schranken des Wettbewerbs der Krankenkassen untereinander in § 4a Fünftes Buch Sozialgesetzbuch (SGB V) gesetzlich festgeschrieben.

Mit dem Referentenentwurf des Bundesministeriums für Gesundheit für eine Verordnung zur Zulässigkeit von Werbemaßnahmen der Krankenkassen (Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung – KKWerbeV) soll nun der in § 4a Absatz 4 Satz 1 SGB V aufgenommene Auftrag, das Nähere über die Zulässigkeit von Werbemaßnahmen der Krankenkassen in einer Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates zu regeln, umgesetzt werden. Teil 1 und Teil 2 KKWerbeV regeln insoweit den Anwendungsbereich (§ 1) und Vorgaben zu Inhalt und Art der Werbung. Dabei macht Kapitel 3 des Teil 2 Vorgaben für besondere Arten der Werbung.

§ 6 KKWerbeV konkretisiert für Werbemaßnahmen im Bereich des organisierten Sports den gesetzlichen Grundsatz aus § 4a Absatz 3 Satz 2 SGB V, wonach bei allen Werbemaßnahmen die sachbezogene Information im Vordergrund stehen muss.

Hintergrund hierfür sind u. a. die Feststellungen des Bundesrechnungshofs in seinem Bericht über den Wettbewerb um Versicherte in der gesetzlichen Krankenversicherung vom 23. Juni 2020. Danach nutzen Krankenkassen die Werbung bei Sportvereinen und -veranstaltungen insbesondere dafür, sich als Marke zu etablieren und das Image dieser Marke zu steigern. Inhaltliche Aussagen trafen sie mit der Werbung kaum. Auch die Wirtschaftlichkeit solcher Werbekooperationen mit dem organisierten Sport sei fraglich, da den teilweise sehr hohen Ausgaben kein angemessener Nutzen in Form von Wechselbewegungen bei den Krankenkassenmitgliedern gegenüberstehe oder zumindest keine valide Erfolgskontrolle stattfinde.

Da der Gesetzgeber als wesentliches Prinzip für alle Werbeformate der Krankenkassen in § 4a Absatz 3 SGB V aber vorgegeben hat, dass bei Werbemaßnahmen die sachbezogene Information im Vordergrund stehen muss, ist eine reine Marken- oder Imagewerbung, die ausschließlich dazu dient, den Bekanntheitsgrad der Krankenkasse zu steigern, ohne jegliche Information über Versorgungs- oder Serviceleistungen zu vermitteln, auch im Sport unzulässig. Sponsoringverträge, die lediglich die Platzierung eines Logos auf Trikots oder Banden zum Gegenstand haben, entsprechen daher nicht den gesetzlichen Anforderungen. § 6 KKWerbeV sieht vor diesem Hintergrund vor, dass Werbemaßnahmen von Krankenkassen im Rahmen von Sportveranstaltungen nur zulässig sind, wenn bei der jeweiligen Veranstaltung insgesamt die Information über die Leistungen der betreffenden Krankenkasse im Vordergrund steht oder es sich bei der Veranstaltung um die Durchführung einer Präventionsmaßnahme nach §§ 20a, 20b SGB V handelt. Dies hat nach den Überlegungen, die dem Referentenentwurf zu Grunde liegen zur Folge, dass damit insbesondere die Banden- und Trikotwerbung im Spitzen- und Profisport unzulässig ist. Werbemaßnahmen im Rahmen von Sportveranstaltungen im Breiten- und Nachwuchssport und damit auch die damit verbundene finanzielle Unterstützung durch die Krankenkassen in diesem Zusammenhang sollen weiterhin möglich sein, soweit die in § 6 KKWerbeV geregelten Anforderungen erfüllt sind.

Bewegungsförderung durch den Breitensport spielt eine wichtige Rolle im Bereich der Gesundheitsförderung und Prävention. Die Leistungen der Krankenkassen im Bereich der Gesundheitsförderung und Prävention sind in den §§ 20 ff. SGB V geregelt, wonach auch Leistungen in der Lebenswelt der Freizeitgestaltung einschließlich des Sports im Sinne von § 20 Absatz 4 Nummer 2

SGB V unter den Voraussetzungen der §§ 20 ff. SGB V erbracht werden können. Der Verordnungsentwurf geht in der Begründung ausdrücklich davon aus, dass auf der Grundlage des § 6 Satz 1 Nummer 2 KKWerbeV auf kommunaler Ebene Kooperationen mit Sportvereinen eingegangen werden können. Unterstützen die Krankenkassen im Rahmen ihrer Werbemaßnahme in diesem Zusammenhang gesundheitsbezogene Angebote, ist auch die Werbung mit dem Logo der Krankenkassen zulässig.

Darüber hinaus sind keine Leistungen der Krankenkassen für den Sport zulässig, insbesondere ist eine rein finanzielle Unterstützung des organisierten Sports auch heute schon keine gesetzliche Aufgabe der Krankenkassen.

Derzeit wird unter Auswertung der im Rahmen der Anhörung zum Referentenentwurf der KKWerbeV eingegangenen Stellungnahmen geprüft, ob an dem bisherigen Regelungsentwurf Änderungs- oder Konkretisierungsbedarf besteht, damit sinnvolle Kooperationen im Bereich der Gesundheitsförderung und Prävention nicht unnötig erschwert werden.

1. Welchen Wert misst die Bundesregierung den Gesundheitspartnerschaften zwischen Krankenkassen und dem organisierten Sport bei, um die gesetzlichen Ziele der Krankenkassen nach § 1 SGB V zu erfüllen (bitte begründen)?
  - a) Werden nach Meinung der Bundesregierung die Institutionen und die Effektivität der Gesundheitspartnerschaften zwischen Krankenkassen und Sport eher geschwächt oder eher gestärkt durch § 6 des aktuellen Referentenentwurfs der Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung (bitte begründen)?
  - b) Hat die Bundesregierung Kenntnis davon, welche gesetzlichen Krankenkassen Sponsoren und Partner bei Spitzensportverbänden sowie Profisportlerinnen und Profisportlern sind und welche Gesundheitspartnerschaften dahingehend bestehen?

Wenn nicht, wird die Bundesregierung versuchen, Informationen zu ermitteln?

Wenn ja, welche (bitte nach Gesamtvolumen und Einzelposten aufschlüsseln)?

Für die Erfüllung der gesetzlichen Ziele des § 1 SGB V, wie beispielsweise die gesundheitliche Eigenkompetenz und Eigenverantwortung der Versicherten zu fördern oder durch eine gesundheitsbewusste Lebensführung dazu beizutragen, den Eintritt von Krankheiten zu vermeiden, können Kooperationen zwischen Krankenkassen und Sportvereinen eine wichtige Rolle spielen. Die Leistungen der Krankenkassen im Rahmen der Gesundheitsförderung und Prävention schließen daher auch Leistungen im Bereich des Sports als Lebenswelt im Sinne des § 20 Absatz 4 Nummer 2 SGB V mit ein, die unter den Voraussetzungen der §§ 20 ff. SGB V erbracht werden können.

Mit § 6 KKWerbeV wird der für alle Werbeformate geltende gesetzliche Grundsatz aus § 4a Absatz 3 Satz 2 SGB V, dass Werbung nur dann zulässig ist, wenn der Sachbezug im Vordergrund steht, für den Bereich des organisierten Sports konkretisiert. In der Vergangenheit haben sich gerade im Bereich des Sports eine Vielzahl von unterschiedlichen Kooperationen entwickelt, bei denen dieser gesetzlich geforderte Sachzusammenhang nicht immer erkennbar und auch die Wirtschaftlichkeit der Maßnahmen zumindest fraglich war. In § 6 KKWerbeV sollen nun Vorgaben für Werbemaßnahmen im Sport festgeschrieben werden, um sinnvolle und mit dem Gesetz zu vereinbarende Kooperationen auf eine klare rechtliche Grundlage zu stellen und damit Rechtssicherheit für alle Beteiligten zu gewährleisten. Dabei gehen die Möglichkeiten der Werbung

für die Krankenkassen im Bereich des Sports sogar weiter als bei anderen Werbeformaten, da in § 6 Satz 1 Nummer 2 KKWerbeV Werbung auch dann als zulässig erachtet wird, wenn zwar der Sachzusammenhang nicht im Vordergrund steht, die Werbung aber im Rahmen von Präventionsmaßnahmen erfolgt. Die Botschaften der Präventionsmaßnahmen ergänzen in diesem Fall die Werbebotschaften der Krankenkassen, so dass der notwendige Sachbezug damit hergestellt ist. Insoweit ist eine Schwächung der Effektivität von Kooperationen zwischen Krankenkassen und Sportvereinen im Rahmen der gesetzlichen Aufgaben der Krankenkassen nicht erkennbar. Die bloße finanzielle Förderung von Verbänden oder Institution außerhalb der gesetzlichen Aufgaben der Krankenkassen war auch bisher schon unzulässig.

Die Bundesregierung hat keine systematische Übersicht oder Kenntnisse darüber, welche Krankenkassen Sponsoren und Partner bei Spitzensportverbänden sowie Profisportlerinnen und Profisportlern sind und welche Gesundheitspartnerschaften dahingehend bestehen. Ein höheres Maß an Transparenz wäre insoweit wünschenswert.

2. Hat sich die Bundesregierung, konkret das Bundesministerium für Gesundheit, bei seinem Entwurf für die Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung auch mit dem Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI), dem zuständigen „Sportministerium“, abgestimmt, insbesondere hinsichtlich des § 6, und wenn nicht, warum nicht (bitte begründen)?
  - a) Wenn ja, wie lautete die Einschätzung des BMI?
  - b) Wenn nein, warum nicht (bitte begründen)?

Das Bundesministerium für Gesundheit hat den Referentenentwurf der KKWerbeV am 2. Dezember 2020 an die Bundesressorts mit der Bitte um Stellungnahme versendet. Die Stellungnahmen werden derzeit ausgewertet und der Referentenentwurf im Lichte der Stellungnahmen überarbeitet. Das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat hat zum Referentenentwurf Stellung genommen. Die betroffenen Bundesministerien und damit auch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat werden dabei weiter eingebunden.

3. Warum schließt die Bundesregierung explizit und ausschließlich den Werbeträger Sport aus, obwohl nach geltender Rechtslage bereits finanzielle Maßgaben bestehen und nach Ansicht der Fragesteller der Sport einer der natürlichen Partner bei der Gesundheitsförderung ist (bitte begründen)?
  - a) Teilt die Bundesregierung die Ansicht der Fragesteller, dass im Zuge der weitestgehenden Unterbindung der bisher etablierten Partnerschaft bei der Gesundheitsförderung zwischen Krankenkassen und Sport die Krankenkassen diese Maßnahmen anschließend in Eigenregie zu deutlich höheren Kosten selbst anbieten müssen, und wenn ja, wie bewertet die Bundesregierung den Ausschluss des Werbeträgers Sport unter dem gesetzlichen Gebot der Wirtschaftlichkeit (bitte begründen)?
  - b) Welche konkreten Sachgründe liegen dieser Entscheidung zugrunde, und warum wurden nicht andere Bereiche abseits des Sports ebenso oder stattdessen entsprechend reglementiert (bitte Argumente aufzählen und begründen)?

Der gesetzliche Grundsatz aus § 4a Absatz 3 Satz 2 SGB V, der besagt, dass bei Werbemaßnahmen der Krankenkassen der Sachbezug im Vordergrund stehen muss, gilt für alle Werbeformate. Da gerade im Bereich des organisierten

Sports in der Vergangenheit sehr unterschiedliche Kooperationen entstanden sind, wird seitens des Bundesministerium für Gesundheit die Notwendigkeit gesehen, hier Konkretisierungen vorzunehmen, um rechtssichere Rahmenbedingungen zu schaffen. § 6 KKWerbeV ist dabei gerade nicht so formuliert, dass der Sport als Werbeträger zukünftig ausgeschlossen würde. Im Übrigen wird auf die Antwort auf Frage 1 verwiesen.

4. Welchen Effekt erhofft sich die Bundesregierung von den nach Ansicht der Fragesteller weitreichenden Einschränkungen im Sport auf Verwaltungs- und Werbeausgaben, obwohl das Werbebudget der Krankenkassen im Verordnungsentwurf weiterhin gleichbleibend auf 0,15 Prozent der Beitragszahlungen begrenzt bleibt (bitte begründen)?
  - a) Könnte es in diesem Fall zu einer Verlagerung der Werbekosten auf andere Werbeträger kommen, und welche Vorzüge erwartet man hierdurch (bitte begründen)?
  - b) Welche anderen Werbeträger sind nach Meinung der Bundesregierung ebenfalls geeignet, um den Zielen der gesetzlichen Krankenkassen Rechnung zu tragen?
  - c) Welche dieser Werbeträger sind nach Meinung der Bundesregierung besser geeignet für die Krankenkassen, um ihre Ziele zu erreichen und das Werbebudget entsprechend anderweitig einzusetzen (bitte begründen)?

Ziel der Regelung ist es nicht, finanzielle Einsparungen zu erzielen. Es soll vielmehr sichergestellt werden, dass die Werbung im Sport im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben stattfindet. Auch nach Meinung der Bundesregierung ist der organisierte Sport für Werbemaßnahmen der Krankenkassen ein wichtiger Partner, da er die Botschaften der Krankenkassen mit der praktischen Umsetzung von Bewegungsförderung verbindet. Es ist daher nicht zu befürchten, dass es zu Verlagerungen der Werbung auf andere Formate kommen würde, zumal der notwendige Sachbezug bei allen Werbeformaten im Vordergrund stehen muss.

5. Wie bewertet die Bundesregierung die finanziellen Konsequenzen für die organisierte Sportlandschaft in Deutschland, wenn der Referentenentwurf der Krankenkassen-Werbemaßnahmen-Verordnung mit seinem aktuellen § 6 unverändert umgesetzt wird?
  - a) Hat die Bundesregierung Informationen in Form von Zahlen, Daten oder Gutachten vorliegen, um die finanziellen Folgen für den organisierten Sport absehen zu können?

Wenn nein, wird die Bundesregierung versuchen, Informationen zu ermitteln?

Wenn ja, welche konkret?
  - b) Hat die Bundesregierung im Vorfeld Überlegungen zu möglichen Folgen des § 6 auf den organisierten Sport angestellt, und wenn nein, warum nicht (bitte begründen)?
  - c) Wie bewertet die Bundesregierung die finanziellen Folgen für den Profisport in Deutschland im Einzelnen (bitte begründen)?

- d) Wie bewertet die Bundesregierung die finanziellen Folgen für den Amateur- und Breitensport in Deutschland im Einzelnen (bitte begründen)?

Die Finanzierung des organisierten Sports ist keine gesetzliche Aufgabe der Krankenkassen. Da die Bundesregierung keinen systematischen Überblick über die finanziellen Leistungen der Krankenkassen im Rahmen der Werbekooperationen hat, kann zu den möglichen Folgen keine abschließende Bewertung abgegeben werden. Die von den betroffenen Institutionen (u. a. DOSB, DFB, Initiative Profisport Deutschland, Teamsport Deutschland) und einzelnen Vereinen geäußerten Positionen lassen den Schluss zu, dass man dort beachtliche Risiken für die auch aus Sicht der Bundesregierung wertvollen Partnerschaften des Sports mit gesetzlichen Krankenkassen sieht.

6. Wie bewertet die Bundesregierung die Auflösung der bewährten Werbepartnerschaft von Krankenkassen und organisiertem Sport vor dem Hintergrund, dass sich viele Vereine aktuell in einer existenziellen finanziellen Krise wegen der Corona-Pandemie befinden (bitte begründen)?
- a) Wie soll der organisierte Sport nach Meinung der Bundesregierung den Wegfall eines derart wichtigen Werbepartners, voraussichtlich mit deutlichen Einschränkungen für den Geschäftsbetrieb und Einnahmengenerierung, in Corona-Zeiten, kompensieren?
- Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung für den Profi- und Spitzensport?
- Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung für den Breitensport?
- b) Hat die Bundesregierung geplant oder ist dazu bereit, weitere Unterstützungsmaßnahmen zu leisten, sofern der organisierte Sport durch Wegfall der Werbeeinnahmen aus den Krankenkassen erschwerend in existenzielle finanzielle Nöte kommt?

Es ist nicht das Ziel der Bundesregierung, Werbepartnerschaften von Krankenkassen und organisiertem Sport aufzulösen. Mit § 6 KKWerbeV soll lediglich eine klare Rechtsgrundlage für Kooperationen, die nach § 4a Absatz 3 Satz 2 SGB V zulässig sind, geschaffen werden. Im Übrigen wird auf die Antwort auf Frage 5 verwiesen.

7. Teilt die Bundesregierung die Ansicht der Fragesteller, dass in Folge der Verordnung und der Corona-Pandemie Akteure aus dem Breiten-, Profi- und Spitzensport durch die wegfallenden Werbeeinnahmen eventuell ihr Angebot reduzieren oder Teile davon aufgeben müssen, was geringere Bewegungsmöglichkeiten für die Bevölkerung zur Folge hat und damit einhergehende gesteigerte Krankheitsrisiken, und wenn ja, wie ist dies unter Berücksichtigung der immensen Bedeutung von Sport und Bewegung auf die Gesundheit aus Sicht der Bundesregierung zielführend und vertretbar (bitte begründen)?

Zur Frage, ob in Folge der geplanten KKWerbeV Sportangebote reduziert und damit Krankheitsrisiken gesteigert würden, liegen der Bundesregierung keine belastbaren Informationen vor. Die Bundesregierung teilt die Sorge des organisierten Sports, dass in Folge der Corona-Pandemie Sportvereine ihr Angebot reduzieren müssen; zur Frage, ob dies gesteigerte Krankheitsrisiken zur unmittelbaren Folge hat, liegen der Bundesregierung keine belastbaren Informationen vor. Im Übrigen wird auf die Antwort auf Frage 5 verwiesen.

8. Wie genau stellt sich die Bundesregierung die künftige eigenständige Sport- und Bewegungsförderung durch die gesetzlichen Krankenkassen weitestgehend ohne den organisierten Sport vor (bitte begründen)?
  - a) Ist diese eigenständige Sport- und Bewegungsförderung durch die gesetzlichen Krankenkassen nach Meinung der Bundesregierung ohne erheblichen Mehraufwand zu leisten (bitte begründen)?
  - b) Wenn ja, wie genau sollen die Krankenkassen das umsetzen?
  - c) Welcher finanzielle Mehraufwand entstände den Krankenkassen, wenn sie zukünftig in Eigenregie und außerhalb des Einflussbereichs des organisierten Sports die Bewegungs- und Sportförderung, samt Präventionsarbeit vornehmen müssten?

Die gesetzlichen Leistungen der Krankenkassen im Rahmen von Gesundheitsförderung und Prävention sind in den §§ 20 ff. SGB V geregelt. In diesem Zusammenhang spielt der organisierte Sport eine wichtige Rolle. Der Verordnungsentwurf der KKWerbeV gibt den Krankenkassen keinen Anlass, diese Zusammenarbeit zu beenden. Darüber hinaus werden die Krankenkassen auch weiterhin im Rahmen von zulässigen Werbekooperationen mit dem organisierten Sport zusammenarbeiten. Die Bundesregierung hat keinen Anlass anzunehmen, dass der organisierte Sport als verlässlicher Partner der Krankenkassen für diese gesetzlichen Leistungen im Rahmen von Gesundheitsförderung und Prävention nicht mehr zur Verfügung stehen würde. Im Übrigen wird auf die Antwort auf Frage 5 verwiesen.

9. Wie bewertet die Bundesregierung eine mögliche Streichung des § 6 im Verordnungsentwurf, wie sie von Krankenkassen und Akteuren des Sports z. B. im gemeinsamen Positionspapier der Sportallianz (aus DOSB, DFB, Initiative Profisport Deutschland, Initiative Teamsport Deutschland und VSA) gefordert wird (bitte begründen)?

Der Gesetzgeber hat das Bundesministerium für Gesundheit ermächtigt, durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates das Nähere über die Zulässigkeit von Werbemaßnahmen unter anderem im Hinblick auf die Beauftragung von Dritten zu Werbezwecken zu regeln. Wie sich aus der Begründung der gesetzlichen Ermächtigungsnorm ergibt, sind damit beispielsweise die Bedingungen für Sponsoringverträge mit Sportvereinen gemeint. Mit einer Konkretisierung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Werbemaßnahmen bei Sportveranstaltungen im Verordnungsentwurf der KKWerbeV soll diesem gesetzlichen Auftrag Rechnung getragen werden.

10. Wie bewertet die Bundesregierung eine Konkretisierung des vorgesehenen Verbots von Werbung im Sportbereich, indem in § 6 Absatz 1 Nummer 1 „Veranstaltung“ durch „Werbemaßnahme“ ersetzt wird und in Absatz 2 Nummer 2 „soweit diese ausschließlich der Steigerung des Bekanntheitsgrades der Krankenkasse dient ohne jegliche Informationen oder Bezug zu Versorgungs- oder Serviceleistungen“ zu ergänzen, wie im Alternativvorschlag des Bundesverbandes der AOK aufgeführt (bitte begründen)?

Möglicher Änderungsbedarf am Referentenentwurf der KKWerbeV wird im Bundesministerium für Gesundheit derzeit geprüft. Der vom AOK Bundesverband im Rahmen seiner Stellungnahme vorgelegte Regelungsvorschlag wird in die Prüfung einbezogen. Die Prüfung ist noch nicht abgeschlossen.

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*