

Diese Anlage 10 regelt die Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit gemäß § 22 des gemeinsamen Hausarztvertrages.

## § 1

### Grundsätze Öffentlichkeitsarbeit

- (1) Die IKK classic, der Hausärzterverband, und die HÄVG stimmen Maßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing untereinander ab. Sie werden für die Teilnahme an der HzV in ihren Mitgliedermedien und in Veranstaltungen zur HzV werben. Die HÄVG nimmt die Aufgaben im Sinne des § 22 des HzV-Vertrages und dieser Anlage im Auftrag des Hausärzterverbandes wahr.
- (2) Die HÄVG entwirft einen Kommunikationsplan für die Pressearbeit in medizinischen Fachmedien für das Jahr 2010 und stimmt diesen mit der IKK classic ab. Die IKK classic entwirft einen Kommunikationsplan für die Pressearbeit in Publikumsmedien für das Jahr 2010 und stimmt diesen mit der HÄVG ab. Des Weiteren stimmen HÄVG und IKK classic die Prozesse der Zusammenarbeit hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit miteinander ab. Diese Prozesse der Zusammenarbeit wurden zwischen den Pressesprechern der beiden Vertragspartner abgestimmt und fixiert. Die weiteren Kommunikationspläne werden jeweils bis zum 15. Dezember für das Folgejahr für die Dauer des Vertrages abgestimmt. Der jeweilige Kommunikationsplan enthält detaillierte Angaben zu geplanten Kommunikationsmaßnahmen der Vertragspartner, deren Realisierung jeweils an die Vertragsumsetzung gekoppelt wird.
- (3) Pressearbeit medizinische Fachmedien:
  - Nach Abstimmung des Kommunikationsplans Fachmedien soll die HÄVG redaktionelle Beiträge über die Entwicklung im Zusammenhang mit dem gemeinsamen Vertrag in den Fachmedien platzieren.
  - Redaktionelle Beiträge sind im Vorfeld der Veröffentlichung zwischen den Vertragspartnern abzustimmen.
- (4) Pressearbeit Publikumsmedien:
  - Nach Abstimmung des Kommunikationsplans Publikumsmedien soll die IKK classic regelmäßig redaktionelle Beiträge über die Entwicklung im Zusammenhang mit dem gemeinsamen Vertrag in den Publikumsmedien platzieren.
  - Redaktionelle Beiträge sind im Vorfeld der Veröffentlichung zwischen den Vertragspartnern abzustimmen.
- (5) Presseanfragen:
  - Für Presseanfragen steht die jeweilige Pressestelle der IKK classic und der HÄVG zur Verfügung.

Vertrag zur hausarztzentrierten Versorgung gemäß § 73 b Abs. 4 Satz 1 SGB V mit der IKK classic (ehemals Vereinigte IKK / Signal Iduna IKK)

(6) Koordination der Pressearbeit:

- Die IKK classic und die HÄVG achten auf die Koordination der jeweiligen Pressearbeit, d. h.: der Zeitplan der Arzt- und Versicherteneinschreibung im Vertragsgebiet wird berücksichtigt und geplante Kommunikationsmaßnahmen werden rechtzeitig untereinander abgestimmt.
- Redaktionsbesuche werden unter den Vertragspartnern abgestimmt.

**§ 2**

**Kooperation**

- (1) Für öffentlichkeitswirksame Auftritte räumen sich die HÄVG und die IKK classic gegenseitig eine aktive Beteiligung ein.
- (2) Die Information hierüber erfolgt frühzeitig, d. h., mindestens zwei Wochen vor dem geplanten Auftritt.

**§ 3**

**Werbliche Maßnahmen**

- (1) Über die Kosten für gemeinsame Werbemaßnahmen verständigen sich die IKK classic und die HÄVG im Einzelfall. Die Kosten für alleinige Maßnahmen trägt jeder Vertragspartner selbst.

**§ 4**

**Arztansprache**

- (1) Die Kommunikation gegenüber den eingeschriebenen Ärzten ist grundsätzlich die Aufgabe der HÄVG. In Einzelfällen (z.B. Vertragsänderungen, Vergütungsanpassung) können diese von der IKK classic und der HÄVG gemeinsam angesprochen werden.
- (2) Bei gemeinsamer Ansprache müssen die Logos der beteiligten Vertragspartner verwendet werden.

**§ 5**

**Ansprechpartner**

Für die Umsetzung bzw. Einhaltung der Inhalte der Anlage 10 benennen die IKK classic und die HÄVG feste Ansprechpartner.