

## REFORM

*Fusionskosten sind niedriger*

WIEN. Die Versicherten der Gebietskrankenkassen werden auch nach der Zusammenlegung zur Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) mit 1. Jänner noch einige Jahre auf gleiche Leistungen im ganzen Land warten müssen. ÖGK-Generaldirektor Bernhard Wurzer erklärte vor Journalisten, er rechne damit, dass es bis zum Ende seiner Funktionsperiode 2024 dauern werde, bis alle Leistungen harmonisiert sind; die Prozesse würden noch einige Jahre dauern.

**Einleistungen helfen**

Bezüglich der Fusionskosten teilte Wurzer mit, dass für heuer 7,1 Mio. € beschlossen wurden, wovon 4,4 Mio. schon beauftragt seien. Wie hoch die Fusionskosten letztlich sein werden, konnte er nicht abschätzen. Das werde auch davon abhängen, was man alles an Eigenleistungen einrechne. Von einem von Kritikern kolportierten dreistelligen Millionenbetrag geht er jedoch nicht aus. (rüm)

**Kassenchef**

Bernhard Wurzer ist seit Juli Generaldirektor der neuen, fusionierten ÖGK.

# ÖGK-Logo ist fix

Die Österreichische Gesundheitskasse – die Nachfolgerin der fusionierten neun GKK – hat jetzt ihren Außenauftritt.



© ÖGKK

ÖGK MullenLowe hat das Design der neuen ÖGK gestaltet; die Kosten sind niedriger als ursprünglich budgetiert.

## •• Von Martin Rümmele

WIEN. Das neue Logo der aus den neun GKK fusionierten Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) kostet nun doch weniger als erwartet. Bis zu 400.000 € soll es kosten, hieß es zu Beginn des Sommers. Dann wurde diskutiert, dass der kolportierte Entwurf eines grünen Kreises eine geschützte Marke eines steirischen Bestattungsunternehmens war. In der Folge wurden vom Überleitungsausschuss die Kosten auf rund 120.000 € reduziert – etwa 25.000 € für das Design und etwas mehr als 90.000 € für die Nutzungsrechte.

Das finale Design stammt von GKK MullenLowe: Aus dem ursprünglich grünen Kreis ist ein Stück herausgeschnitten – ebenso aus dem „Ö“ im Schriftzug. Alle einreichenden Agenturen hätten eine Kreissymbolik vorgeschlagen, sagt ÖGK-Generaldirektor Bernhard Wurzer. Die Botschaft der Artdirektoren: „Alle werden eingebunden, nie-

mand ausgeschlossen.“ 80% aller Gesundheitsunternehmen weltweit hätten zudem grün als Farbe.

In den jetzigen Kosten seien nicht nur das Logo und alle Nutzungsrechte, sondern auch die Kommunikation der Umstellung sowie der einheitliche Außenauftritt inkludiert. Hier wolle man aber sorgsam vorgehen und nicht sofort alles umstellen, versichert Wurzer. Private Un-

ternehmen dieser Größenordnung – die ÖGK hat rund 12.000 Beschäftigte, 7,2 Mio. Versicherte und ein Budget von 15,5 Mrd. € – würden deutlich mehr für eine Umstellung des Corporate Designs ausgeben, sagt der ÖGK-Chef.

„Warum muss der öffentliche Bereich immer fad und billig aussehen? Wir hatten früher neun Logos, jetzt machen wir eines daraus. Wir wollen sichtbar machen, dass etwas Neues entsteht, wir wollen unseren Versicherten die neue ÖGK zeigen. Es geht aber auch darum, für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen eine neue Identität zu schaffen.“

**Kampagne startet im Herbst**

Wurzer kündigt für den Herbst auch eine Kampagne an, um die ÖGK in der Bevölkerung bekannt zu machen. Starten soll das aber erst nach der Wahl, sagt er. Man wolle hier nicht in die Wahlaussinandersetzungen hineingezogen werden.

„

*Wir wollen sichtbar machen, dass etwas Neues entsteht, wir wollen die neue ÖGK zeigen.*

**Bernhard Wurzer**  
Generaldirektor  
ÖGK

“