

Pharmasponsoring

Die Halbwertszeit medizinischen Wissens wird immer kürzer. Eine berufsbegleitende Aktualisierung und kontinuierliche Erweiterung der fachlichen Kompetenz gehören nicht umsonst zum Selbstverständnis für Ärztinnen und Ärzte. Neben dem hohen zeitlichen Aufwand ist auch der finanzielle Einsatz dafür nicht zu unterschätzen. Da kommt eine finanzielle „Unterstützung“ durch die Pharma- und Medizinprodukteindustrie gerade recht, wenn da nicht die berüchtigten Nebenwirkungen wären.

Die ärztliche Fortbildung und der Kompetenzerhalt haben zu Recht einen hohen Stellenwert. Nach einer langen und intensiven Aus- und Weiterbildungszeit muss das erworbene medizinische Fachwissen „gehegt und gepflegt“ werden. Die Sicherstellung, Zertifizierung und Überwachung eines adäquaten Fortbildungsangebotes ist eine der Kernaufgaben der Landesärztekammern. Zusätzlich zur Fortbildungsverpflichtung gemäß § 4 der Berufsordnung ist seit dem 1. Januar 2004 eine Nachweispflicht der ärztlichen Fortbildung sowohl für Vertragsärzte im § 95 d Sozialgesetzbuch (SGB) V als auch für Fachärzte im Krankenhaus (§ 137 Abs. 1 Nr. 2 SGB V) gesetzlich verankert. Problematisch ist aber, dass die notwendige Finanzierung dieser Fortbildungsmaßnahmen weitgehend unreguliert ist und weder in der ärztlichen Vergütung noch in den Diagnosis Related Groups (DRG) abgebildet wird. Sponsoring durch die Industrie wird allein deshalb akzeptiert, weil es an Alternativen mangelt. So wird die Finanzierung der Fortbildung einzig und allein auf die Ärztinnen und Ärzte abgewälzt, die dadurch leicht in den Fokus von Vorteilsnahme und Korruption rücken können. Ein Blick beispielsweise in Gablers Wirtschaftslexikon bringt Klarheit, wird dort doch Sponsoring als Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen zur Förderung in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und Medien, unter vertraglicher Regelung der Leistung des Sponsors und Gegenleistung des Gesponserten, um damit gleichzeitig Ziele der Marketing- und Unternehmenskommunikation zu erreichen, definiert.

Falsche Selbstwahrnehmung?

Vielen Ärztinnen und Ärzten ist die Problematik von Sponsoring in der ärztlichen Fortbildung durch die pharmazeutische und medizintechnische Industrie durchaus bewusst. Daraus können Interessenskonflikte entstehen, die den Zielen einer objektiven, unabhängigen ärztlichen Fortbildung entgegenstehen. Gefahr erkannt, Gefahr gebannt? So einfach ist es nicht. In verschiedenen internationalen Studien wurde nachgewiesen, dass viele Ärzte entgegen ihrer Selbstwahrnehmung durch Pharmasponsoring in ihren Einstellungen und ihrem Verhalten beeinflusst werden. In einer Querschnittstudie mit schriftlicher Befragung von 105 Ärzten, die eine Weiterbildung in Innerer Medizin machen, wird deutlich: 61 Prozent der befragten Ärzte meinen, Kontakte zur Pharmaindustrie würde ihr eigenes Verschreibungsverhalten nicht beeinflussen, aber nur 16 Prozent glauben, dass ihre Kollegen durch solche Kontakte unbeeinflusst bleiben. Fazit: Ärzte erkennen bei Kollegen oft die Gefahr einer Einflussnahme, halten sich selbst aber für resistent dagegen.

Unabhängigkeit ist notwendig

Fernziel muss es sein, die ärztliche Fortbildung unabhängig von finanziellen Zuwendungen durch die Pharmaindustrie zu finanzieren. Dazu ist ein klarer politischer Auftrag notwendig. Bei angestellten Ärztinnen und Ärzten hat der Arbeitgeber dafür Sorge zu tragen, dass die Mitarbeiter entsprechend den Anforderungen fortgebildet werden. Das kann zum Beispiel ein Krankenhaus nur dann finanziell darstellen, wenn die Fortbildungskosten über die DRG oder in Form von Sonderentgelten von den Krankenkassen entsprechend vergütet werden. In der Industrie wäre das eine einfache Kalkulationsaufgabe. Die Kosten für die Fortbildung der Mitarbeiter werden in der Preiskalkulation für ein Produkt oder eine Dienstleistung untergebracht. Das funktioniert so im Gesundheitswesen nicht, stehen die Krankenkassen doch in der Pflicht, ihren Beitrag für die ärztliche Fortbildung im Interesse der Patienten zu leisten.

Die Pharmabranche hat die Zeichen der Zeit erkannt – und die stehen auf „Transparenz“. Ab 2016 soll veröffentlicht werden, was welches Unternehmen an welchen Arzt zahlt. Bereits bisher haben sich die forschenden Pharmahersteller ein Verbot für größere Geschenke an Ärzte auferlegt. Bald soll es nach Angaben des Verbandes Forschender Arzneimittelhersteller (VFA) einen europäischen Kodex geben, wie die Zahlungen an Ärzte veröffentlicht werden sollen, was dann im Internet einsehbar sein soll. In den USA wird aktuell eine Gesetzesinitiative, der sogenannte „Sunshine Act“, diskutiert. Die Hersteller von Pharmaka, medizinischen Geräten und Hilfsmitteln müssen künftig Zahlungen und Zuwendungen an Ärzte und bestimmte Krankenhäuser aufzeichnen, jährlich an die US-Behörden berichten, welche diese dann im Internet veröffentlichen.

Die Aufgabe der Landesärztekammern ist es, bei der Zertifizierung von Fortbildungsveranstaltungen genau darauf zu schauen, dass die Spielregeln sauber eingehalten werden. Gemäß den Empfehlungen der Bundesärztekammer zur ärztlichen Fortbildung müssen Fortbildungsinhalte unabhängig von kommerziellen Interessen sein, ein Sponsoring ist transparent zu machen. Der Sponsor darf Form und Inhalt der Fortbildungsmaßnahme nicht beeinflussen. Solange eine unabhängige Finanzierung der ärztlichen Fortbildung nicht sichergestellt ist, ist diese Kontrolle eine wichtige Aufgabe der Standesvertretung.

Autorin



Dr. Heidemarie Lux,
Vizepräsidentin der
BLÄK