

## Kurz notiert

### Im Kreuzfeuer

Da hat die Pharmaindustrie jahrzehntelang gesponsert, zum Essen eingeladen, Fortbildungskongresse finanziert, Musterpackungen und Kugelschreiber verteilt, Pharmareferenten in die Praxen geschickt und, und ... alles zum Wohl der Ärzte, damit diese wissen, welche Medikamente sie verschreiben sollen. Und was ist jetzt? Jetzt beißt eine Gruppe von Ärzten die Hand, die füttert! Undank ist der Welten Lohn!?

Dass die Pharmaindustrie mit der Initiative MEZIS (»Mein Essen zahle ich selbst!«) keine Freude hat, liegt auf der Hand; dass damit aber folgenschwere Steine ins Rollen gebracht wurden, war nicht abzusehen. MEZIS (1) verlangt nämlich:

- Keine Besuche von Pharmavertretern bei Ärztinnen und Ärzten.
- Keine Arzneimittelmuster und Geschenke, auch nicht per Post.
- Auf Fortbildungsveranstaltungen zahlen wir das Essen selbst (Eigenständigkeit der Ärztinnen und Ärzte!).
- Keine Durchführung von Anwendungsbeobachtungen mehr.
- Abschaffung der pharmagesponserten Praxissoftware.
- Besuch herstellerunabhängiger Fortbildungsveranstaltungen.
- Fortbildungspunkte nur aus herstellerunabhängigen Veranstaltungen und Fachzeitschriften.

Diese Forderungen des im Januar 2007 formell gegründeten Vereins zielen auf die Einflussnahme der Pharmakonzerne und auf das Ordnungsverhalten von Ärztinnen und Ärzten, das für die Firmen äußerst lukrativ, für das GKV-Budget jedoch desaströs und für das Vertrauen der Patienten oft abträglich ist.

MEZIS setzt auf die Unbestechlichkeit und Unabhängigkeit der Ärzte und versteht sich als Teil des Netzwerks »No free Lunch«

(2). Gründungsmitglieder sind u. a. Prof. Dr. MÜLLER-ÖRLINGHAUSEN, ehemaliger Vorsitzender der Arzneimittelkommission und die Kassenärztliche Vereinigung Bayern (KVB).

Bedenkt man, dass sich in Deutschland Tag für Tag rund 15 000 Pharmavertreter in Praxen und Krankenhäusern, auf Fortbildungsveranstaltungen und Kongressen als »Präparate-Entertainer« betätigen, so sind die Berechnungen der KVB nachvollziehbar. Eine Recherche der KVB ergab nämlich, dass Ärzte, die keine Pharmareferenten empfangen, wesentlich kostensparender und auch effektiver (!) behandeln. Allein in Bayern könnten jedes Jahr 130 Millionen € eingespart werden, würde man Scheininnovationen konsequent durch günstige Alternativen ersetzen.

Fazit des Vorsitzenden der KVB, MUNTE: Die Pharmareferenten »... müssen raus aus den Praxen« (3) – für die Marketingstrategen wohl ein Albtraum.

Im § 95d SGB 5 ist zwar festgeschrieben, dass die CME-Fortbildung frei von wirtschaftlichen Interessen sein müsse, doch wurde diese Regel elegant um- und später übergangen (4). Das NDR-Magazin »Panorama« fand bei einer stichprobenartigen Durchsicht firmeneigener CME-Portale bei jenen von *Novartis* und *MSD* eindeutige Werbeintentionen. Die Prüfung durch das IQWiG, durch Prof. MÜLLER-ÖRLINGHAUSEN und durch die KVB ergab, dass diese Internetfortbildungen »... nicht frei von wirtschaftlichem Interesse« sind. Die Landesärztekammer Bayern als Kontrollinstanz verwies auf personelle Überforderung und die vertragliche Zusicherung der Pharmafirmen zur Gesetzeskonformität – da wurde wohl der Bock zum Gärtner gemacht!

*Novartis* wies übrigens diese Vorwürfe zurück, *MSD* nimmt sie ernst.

Solche Fakten bestätigen deutlich die Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit von MEZIS; es gibt aber auch Kontraststimmen, die eine Beeinflussung des Ärztestandes durch die Pharmaindustrie nicht für möglich (!)

halten. So ist »Der Kassenarzt« der Meinung, »... dass Musterberufsordnung, Standesrecht und unterschiedliche Kodizes fast schon redundant jedwede unethische Form von Beeinflussung untersagen«. Das Ärztemagazin befürchtet, dass MEZIS eine Demontage des Ärzte-Images forciert, »... weil Ärzte von Kollegen (...) als korrumpierbar, nicht sozialisiert und als dringend aufzuklären dargestellt werden« (5).

Dr. CLEMENS, Bundesvorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Pharmazeutische Medizin, reagierte mit einem Leserbrief auf die Bitte, die Initiative MEZIS zu unterstützen; diese war beim 110. Deutschen Ärztetag an die Vorstände der Bundesärztekammer und der Landesärztekammern gerichtet worden. Er stellt die Frage, ob die Qualität der belegten Brötchen bei einer Einladung zum Buffet über die verordneten Arzneimittel entscheidet und gesteht dem Pharmasponsoring allenfalls einen Imagegewinn für die betreffende Firma zu. Vom Einhalten des Antikorrup-tionsgesetzes durch die Unternehmen und der Wirksamkeit des Ehrenkodex ist er ebenso überzeugt wie von der Notwendigkeit von Anwendungsbeobachtungen. Zum Abschluss erinnert Herr CLEMENS noch daran, dass die Pharmaindustrie 2005 mehr als 4 Milliarden € in die Forschung investierte, um besser wirksame und besser verträgliche Arzneimittel zu entwickeln (6).

Beckmessern liegt uns fern – aber laut Angaben des Verbandes der forschenden Arzneimittelhersteller wurden im Jahre 2005 3,9 Milliarden € für Forschung und Entwicklung aufgewendet, bei einem Umsatzvolumen allein in Deutschland von 23,7 Milliarden €.

**S u m m a s u m m a r u m:** Die Marketingstrategien der pharmazeutischen Industrie werden immer subtiler und damit massiver – sie sind allgegenwärtig. Der gläserne Arzt, dessen Ordnungsverhalten von Marktforschungsinstituten analysiert und von Pharmareferenten manipuliert wird, ist längst Realität, und niemandem möge dies zum Vorwurf ge-

macht werden, denn nur wenige können die Spielregeln durchschauen, es sei denn, man hält sich konsequent fern von jeglichen Angeboten.

**Die Besinnung auf sinnvolle Ordnungspraktiken von Ärzten und der Pharmaindustrie zum Wohle der Patienten tut not; dies kann aber nicht mit guten Worten und salbungsvollen Erklärungen erreicht werden, sondern nur mit klaren Verhaltensregeln, zielgerichteten Maßnahmen und besonders mit Eigenverantwortung.**

#### Quellennachweis

1. Internet ([www.mezis.de/](http://www.mezis.de/)).
2. Internet ([www.nofreelunch.org/aboutus.htm](http://www.nofreelunch.org/aboutus.htm)).
3. Munte A. Plädoyer für mehr soziale Verantwortung der Pharmaindustrie. KVB Impuls 2006; 2.
4. Marseille C. Auf die Punkte gebracht (Editorial). *tägl prax* 2007; 48: 1–2.
5. Internet (<http://kassenarzt.de/w3.php?nodeld=14410>).
6. Clemens N. Verärgerung (Leserbrief). *Dtsch Ärztebl* 2007; 21: 1473–1474.

Arzneimittel-, Therapie-Kritik – 2007/Folge 4  
Hans Marseille Verlag GmbH München