

Übersetzung aus dem Englischen von D.K.

Brit. Med. J. (2008) 336: 416-417

Ärztliche Fort- und Weiterbildung – der unsichtbare Einfluss des Sponsorings von Pharmafirmen

Ray Moynihan, Dozent, University of Newcastle, New South Wales, und Gastredakteur

Während überall in der Welt Forderungen nach Einstellung des direkten Sponsorings der Fort- und Weiterbildung von Ärzten durch die Pharmaindustrie erhoben werden, enthüllt eine Untersuchung in Australien, welche Rolle das Sponsoring bei der Fortbildung Tausender Allgemeinmediziner spielt, schreibt **Ray Moynihan**.

Wir alle kennen das – Fortbildungsseminare, ärztliche Symposien und wissenschaftliche Konferenzen, großzügig gesponsert von den großen Pharmaunternehmen. Die sichtbaren Zeichen des Sponsorings bei diesen Veranstaltungen fallen ins Auge: lächelnde Vertreter der Pharmaindustrie, farbenfrohe Unternehmens-Logos und Hightech-Stände in den Ausstellungsräumen. Doch wie sieht es in den Hörsälen aus, wo Ärzten eine vorzügliche Weiterbildung durch renommierte Referenten angeboten wird? Sicherlich haben in diesen ehrwürdigen Stätten unabhängiger Ausbildung Sponsoren keine Mitsprache, oder?

Es scheint, dass in diesen gesponserten Seminaren – auch in solchen, die von hochangesehenen Verbänden offiziell anerkannt werden - ein unsichtbarer Einfluss herrscht, und zwar häufiger, als vielen von uns klar ist. In einem seltenen Blick hinter die Kulissen gesponserter ärztlicher Fortbildung zeigt die Sendung *Background Briefing* (www.abc.net.au/rn/backgroundbriefing/) der Australian Broadcasting Corporation dieses Wochenende, dass es durchaus nicht unüblich ist, wenn als Sponsoren auftretende Pharmafirmen für Lehrveranstaltungen, die nach Meinung Tausender teilnehmender Allgemeinmediziner völlig unabhängig sind, Referenten vorschlagen. Vertreter von Pharmaunternehmen haben bestätigt, dass es ähnliche Praktiken im Vereinigten Königreich gibt, wo etwa die Hälfte aller ärztlichen Fortbildungen von Pharmafirmen gesponsert werden.

Im Falle des bekannten australischen Anbieters von ärztlicher Fortbildung, HealthEd, geht aus in die Öffentlichkeit gelangten Unterlagen und E-mails aus einer Vielzahl von Quellen hervor, dass als Sponsoren auftretende Pharmaunternehmen auf vielen Seminaren der letzten Jahre eine Mitsprache bei der Auswahl von Referenten hatten, obwohl bei den Allgemeinmedizinern in Broschüren aggressiv damit geworben wurde, dass „der gesamte Lehrinhalt völlig unabhängig von Einflüssen der Industrie ist“.

Werden Ärzte beim Sponsoring im Dunklen gehalten?

In einer E-mail an den Pharmagroßkonzern Sanofi-Aventis fragt HealthEd an: „Könnten Sie uns bitte ein paar Referenten zur Genehmigung durch unseren wissenschaftlichen Ausschuss vorschlagen?“ Die Pharmafirma antwortet mit folgender E-mail: „In der Anlage finden Sie die von uns vorgeschlagenen Redner“.

Einer der von der als Sponsor auftretenden Firma vorgeschlagenen Referenten erhält daraufhin den Zuschlag und tritt auf einem HealthEd-Seminar mit einer Präsentation auf. Die an diesem in einer Universität abgehaltenen Seminar teilnehmenden Ärzte wurden nicht mündlich darüber informiert, dass der Sponsor beim Vorschlag von Referenten eingeschaltet war.

Eine weitere bekannt gewordene E-mail-Korrespondenz bezieht sich auf Mitteilungen zwischen demselben Weiterbildungs-Anbieter und CSL, der Firma, die das Analgetikum Tramadol (Tramal) in Australien vermarktet. Beim Aushandeln von Sponsoring-Absprachen mit dem Fortbildungs-Anbieter über eine geplante Veranstaltungsreihe über Kopfschmerz schreibt die Firma CSL, HealthEd möge bitte „die Meinung des Referenten zu Tramal feststellen, da mir daran liegt, dass er das Präparat angemessen positioniert“. HealthEd antwortet, man werde „die Meinung des Kopfschmerz-Referenten zu Tramal im Sinne einer ausgewogenen Präsentation feststellen“.

In einer anderen E-Mail schreibt die Pharmafirma Organon, heute zu Schering-Plough gehörig, dass „wir Ihnen folgende zwei Ärzte“ als Referenten für ein Seminar über Frauengesundheit „zur Berücksichtigung vorschlagen möchten“. Der Fortbildungs-Anbieter antwortet: „Wir bemühen uns nach Kräften, Ihrer Bitte zu entsprechen“. Die von der Pharmafirma vorgeschlagenen Referenten werden schließlich akzeptiert, woraufhin den Anbieter der Fortbildung das folgende Dankschreiben erreicht: „Noch einmal möchte ich Ihnen aufrichtig für die politische Hilfe danken ... hinsichtlich der positiven Berücksichtigung des vorgeschlagenen Themas und Referenten.“

Befragt über seine Sponsoring-Absprachen mit HealthEd, antwortete der australische Geschäftsführer von Schering-Plough, Shaju Backer, dass „es im Rahmen des Sponsorings [Pharma-]Firmen gestattet ist, Referenten und Themen vorzuschlagen,“ welche dann einem Auswahl-Verfahren unterworfen werden, um die Geeignetsten herauszufinden. Schering-Plough veröffentlichte ferner einen Auszug aus einer E-mail von HealthEd, in der es hieß, dass hochrangige „Platin“-Sponsoren routinemäßig die Möglichkeit erhielten, „bei der Festlegung eines Referenten und Themas für das Programm mit uns zusammenzuarbeiten“, unter zwei Bedingungen, nämlich dass der Referent fachlich anerkannt und wissenschaftlich ausgewogen und dass der Lehrinhalt evidenzbasiert ist. Die Pharmafirma erklärte, sie sponsere solche Meetings, um mit dafür zu sorgen, dass die Medikamente in Australien fachgemäß eingesetzt werden. Sie hob hervor, es würde keine Garantie dafür gegeben, dass die von den Sponsoren nominierten Themen oder Referenten auch ausgewählt würden, und dass dies auch keine Bedingung für das Sponsoring sei.

Vorschläge der Industrie werden „gefiltert“

In einem ausführlichen Interview über Sponsoring bekräftigte der Veranstaltungsleiter von HealthEd, Ramesh Manocha, wiederholt und nachdrücklich, dass der Lehrinhalt seiner Seminare völlig unabhängig sei. Er sagte, aus der Industrie kommende Referenten-Vorschläge würden durch die Arbeitsgruppen oder wissenschaftlichen Ausschüsse seiner Firma „gefiltert“; zu den letzteren gehörten üblicherweise zwei oder drei Ärzte, ihn selber eingeschlossen, die ihre Entscheidungen völlig unabhängig von den industriellen Sponsoren trafen. „Wir filtern die Vorschläge, die aus der Industrie kommen,“ sagte er.

Angesprochen auf den Inhalt der bekannt gewordenen E-Mails, sagte Dr. Manocha, sie stammten aus dem Jahr 2006, und in allen Fällen seien inhaltliche Entscheidungen von HealthEd und dessen Arbeitsgruppen getroffen worden, und nicht von den Sponsoren der Industrie. Er räumte allerdings ein, dass zu jener Zeit die Maßnahmen bezüglich der Forderungen von Sponsoren nicht streng genug gewesen seien. „Wir haben daher Richtlinien gestrafft und etabliert, damit sie diese Art von Forderungen nicht mehr an uns richten.“ Außerdem sei es „übliche industrielle Praxis, Sponsoren“ in die Durchführung unabhängiger Fortbildungsseminare“ einzubeziehen.

In seiner Reaktion auf spezielle E-Mails sagte Dr. Manocha, über den von Sanofi-Aventis vorgeschlagenen Referenten habe man Gegenvorschläge unabhängiger Quellen eingeholt, bevor er akzeptiert wurde, und im Falle der Bitte von CSL gab er zu, mit dem vorgeschlagenen Referenten über seine Präsentation gesprochen zu haben, ohne ihn jedoch unter Druck zu setzen. Im Falle von Organon bestätigte Dr Manocha, dass er seinen wissenschaftlichen Ausschuss gebeten habe, den von der Pharmafirma vorgeschlagenen Referenten zu akzeptieren, da er „meinte, der Referent sei in der Lage, das Thema unbeeinflusst zu präsentieren.“

Ein weiteres Dokument, das ein Licht auf die Beziehungen zwischen Sponsoren und Fortbildungsanbietern wirft, ist eine Broschüre von HealthEd aus dem Jahr 2008, mit der der Veranstalter um Sponsoren aus der Pharmaindustrie geworben hatte. In dieser Broschüre heißt es, dass „Ihre Firma auf jedem Seminar als Platin-Sponsor mit uns zusammenarbeiten kann bei der Festlegung eines Themas, das für Ihren Produktbereich aussagekräftig ist.“ Platinsponsoren zahlen dem Fortbildungsanbieter im Durchschnitt ca. €6200 für das Sponsoring eines eintägigen Seminars und erhalten vielerlei Vorteile, darunter Stände im Ausstellungsbereich und freien Eintritt für ihre Lieblings-Allgemeinmediziner.

Auf die Frage nach der Sponsoring-Broschüre von 2008 (die das *BMJ* diesen Monat von einer Sponsoren-Pharmafirma erhielt) sagte Ramesh Manocha, die Broschüre werde nicht mehr verwendet, und der Wortlaut hätte verändert werden sollen. Er sagte allerdings, für bis zu 25% der Veranstaltungen auf seinen letzten Seminaren – speziell solchen, die sich auf neue Produkte bezogen – habe er eine Liste von Vorschlägen möglicher Referenten bei der jeweils als Sponsor auftretenden Pharmafirma erbeten.

Dass Sponsoren Referenten vorschlagen, ist „nichts Ungewöhnliches“.

Die die Pharmaindustrie vertretende Körperschaft, Medicines Australia, hat bestätigt, dass die Praxis, sich wegen der Auswahl von Referenten an Sponsoren zu wenden, keineswegs ungewöhnlich ist. Ihr Geschäftsführer, Ian Chalmers, sagte: „Es ist nicht ungewöhnlich, dass bei einer gesponserten berufsständischen Veranstaltung Pharmafirmen die Gelegenheit erhalten, Referenten vorzuschlagen.“

In einem Interview, das das *BMJ* letzte Woche mit ihm führte, bestätigte der ärztliche Direktor des Verbandes der Britischen Pharmazeutischen Industrie, Richard Tiner, es sei auch in Großbritannien üblich, dass Sponsoren Referenten für akkreditierte Veranstaltungen vorschlagen; dort finanzieren, wie er sagte, Pharmafirmen etwa die Hälfte der gesamten postgraduierten ärztlichen Ausbildung.

Wie Dr. Tiner sagte, wenden sich die Organisatoren von Weiterbildungsseminaren beispielsweise mit der Frage an ihre Sponsoren aus der Pharmaindustrie: „Wen sollten wir Ihrer Meinung nach als Referent zu diesem Thema einladen?“ Mithilfe des Sponsorings der Pharmafirma könnten auch Referenten von außerhalb finanziert werden, wodurch die Fortbildungsanbieter, wenn sie die Referentenvorschläge der Sponsoren akzeptierten, „häufig Zugang zu Referenten erhalten, die sie alleine nicht hätten einladen können.“

Die Pharmaindustrie vertritt die Auffassung, dass dadurch, dass es den Sponsoren gestattet ist, Referenten vorzuschlagen, die Unabhängigkeit der ärztlichen Ausbildung nicht in Frage gestellt wird, da die Fortbildungsanbieter die letzte Kontrolle über den tatsächlichen Referenten behalten. Bei Nachforschungen für die Untersuchung in Australien wurden jedoch mehrere Beispiele festgestellt, wo die Vorschläge der Sponsoren von der Firma, die eine angeblich unabhängige Fortbildung anbietet, akzeptiert wurden. Die an diesen Seminaren teilnehmenden Ärzte wurden nicht über diesen unsichtbaren Einfluss des Sponsors aufgeklärt, obwohl in dem Zeitraum, als die Nachforschungen für diese Untersuchungen angestellt wurden, HealthEd seine Website dahingehend änderte, dass in einigen Fällen Sponsoren die Möglichkeit zum Vorschlag von Referenten erhalten, vorbehaltlich einer Reihe von Bedingungen¹.

Offenlegen oder Heraushalten?

Industrievertreter in Australien und Großbritannien befürworten nachdrücklich, dass im Interesse der Transparenz Ärzte, die an Fortbildungsveranstaltungen teilnehmen, umfassend und ausdrücklich informiert werden, wenn Sponsoren Referenten für Fortbildungsseminare vorgeschlagen haben. Dr. Tiner sagte dem *BMJ*, nach seiner persönlichen Meinung hätte er „absolut kein Problem damit klarzustellen, wenn ein Sponsor bei der Suche nach Referenten mitwirkt – ich hätte damit überhaupt kein Problem“.

Ein solches Maß an Offenlegung könnte die Wahrnehmung des Inhaltes von offiziell anerkannten Fortbildungsveranstaltungen radikal verändern, da diese nach Ansicht vieler Ärzte unabhängig von Sponsoreinflüssen sind. Obwohl Des Spence von der Organisation „No Free Lunch“ diesen Ruf nach mehr Transparenz begrüßt, glaubt er doch nicht, dass diese Art von Offenlegung in der Praxis erfolgen wird. Seiner Meinung nach, so Dr. Spence, handelt es sich bei diesen gesponserten Veranstaltungen um „als Ausbildung verkleidetes Marketing“ und „ist es nicht in Ordnung, dass die Industrie Weiterbildungsveranstaltungen sponsert.“

Tatsächlich scheint vieles darauf hinzudeuten, dass Ärzte in ihren Verschreibungs-Gepflogenheiten beeinflusst werden können, wenn sie gesponserte Fortbildungsveranstaltungen besuchen, und sei es auch nur kurzfristig. Eine Umfrage unter Ärzten, die Kurse besuchten, die von einem einzelnen Pharma-Sponsor finanziert wurden, ergab, dass nach dem Kurs „die Produkte der Sponsor-Pharmafirma

¹ HealthEd. HealthEd's educational content.

www.healthed.com.au/epages/dynamicwebcsoln.storefront/?ObjectPath=/Shops/HealthED/Categories/about (accessed 15 February 2008).....

insgesamt bevorzugt wurden“². Bei einer im Jahr 2000 veröffentlichten Prüfung der Hinweise auf Interaktionen zwischen Ärzten und Pharmafirmen wurde festgestellt, dass auf Fortbildungsveranstaltungen, die von Pharmafirmen gesponsert wurden, „vorzugsweise das/die Medikament/e des Sponsors herausgestellt wurde/n, im Vergleich zu anderen Programmen.“³ Eine frühere Prüfung von Hinweisen, die 1993 veröffentlicht wurde, ergab, dass „firmengesponserte Kurse eine kommerzielle Ausrichtung haben können, selbst wenn sie nach Richtlinien durchgeführt wurden, wonach die Unabhängigkeit der Veranstaltung sichergestellt werden sollte.“⁴ Obwohl all diese Ergebnisse vielleicht nur begrenzt auf heutige Verhältnisse anwendbar sind, lassen sie doch erkennen, dass das Sponsoring von Fortbildungsveranstaltungen sehr wohl zu einer Absatzsteigerung der Produkte des Sponsors führen kann.

Nach Meinung des Harvard-Professors David Blumenthal, einem international anerkannten Fachmann für die Beziehungen zwischen Ärzten und Pharmafirmen, hat es die Industrie selbstverständlich darauf abgesehen, dass sich ihre Investitionen in die ärztliche Fortbildung auszahlen. „Warum sollten profitorientierte Unternehmen – zumindest in unserem Land (den Vereinigten Staaten) - über eine Milliarde Dollars jährlich für die ärztliche Fort- und Weiterbildung ausgeben, ohne sich davon einen Gewinn zu versprechen?“ fragt er.

Das offensichtliche Problem, wenn es Sponsoren gestattet wird, Referenten vorzuschlagen, liegt darin, dass sie dazu neigen werden, solche Referenten auszuwählen, die ihre Medikamente bestenfalls - aus Sicht der Firma - empfehlen werden oder zumindest jedoch den Marketingaussagen des Sponsors nicht widersprechen werden. Das Problem ist nicht, dass einzelne Referenten ihre Präsentationen nach den Wünschen der Sponsoren verändern werden, das Problem ist vielmehr, dass Ärzte, die diese gesponserten Veranstaltungen besuchen, nicht den vollen Umfang der Fachmeinungen zu hören bekommen, und das bei einer Fortbildung, die angeblich frei von industriellen Einflüssen ist.

In einer wegweisenden Arbeit aus dem Jahr 2006 riefen Professor Blumenthal und seine Kollegen akademische medizinische Zentren in den USA auf, dem direkten Sponsoring von Fortbildung (auch professionelle Weiterbildungsentwicklung genannt) durch Pharmafirmen ein Ende zu setzen. Stattdessen schlugen sie die Schaffung einer Art unabhängigen Trusts (blind trust) zur Finanzierung von Fortbildungsmaßnahmen auf institutioneller Ebene vor.⁵ Andere Stimmen, wie z.B.

² Bowman MA, Pearle DL. Changes in drug prescribing patterns related to commercial company funding of continuing medical education. *Journal of Continuing Education in the Health Professions* 1988;8:13-20.[\[CrossRef\]](#)[\[Medline\]](#).....

³ Wazana A. Physicians and the pharmaceutical industry: is a gift ever just a gift? *JAMA* 2000;283:373-80.[\[Abstract/Free Full Text\]](#)

⁴ Lexchin J. Interactions between physicians and the pharmaceutical industry: what does the literature say? *CMAJ* 1993;149:1401-7.[\[Abstract\]](#)

⁵ Brennan TA, Rothman DJ, Blank L, Blumenthal D, Chimonas SC, Cohen JJ, et al. Health industry practices that create conflicts of interest: a policy proposal for academic medical centers. *JAMA* 2006;295:429-33.[\[Abstract/Free Full Text\]](#)...

Peter Mansfield von Healthy Skepticism, einer Initiative, die pharmazeutisches Marketing kritisch unter die Lupe nimmt, fordern, die ärztliche Fortbildung über ein System von „competitive grants“ (Stipendienbewerbungen) durch Steuergelder zu finanzieren.

Die Aufsicht über diese Fortbildungsveranstaltungen unterliegt derzeit der Selbstregulierung, und ärztliche Vereinigungen überall in der Welt scheinen nicht daran interessiert zu sein, eine echte Unabhängigkeit von den Einflüssen der Industrie zu garantieren. Vielleicht schaffen die jüngsten Enthüllungen aus Australien – und die Bestätigung seitens der Industrie selbst, dass es „nicht ungewöhnlich“ für Sponsoren ist, Referenten vorzuschlagen – klarere Fronten in der Debatte darüber, wie mehr Unabhängigkeit in der Fort- und Weiterbildung erreicht werden kann, oder wenigstens eine größere Transparenz.