

Mein Essen zahl ich selbst

Pharmavertreter? Nein danke. Die Ärzte-Initiative »Mezis« widersteht den charmanten Bestechungen der Arznei-Industrie

Von Heike Holdinghausen

Kunstdrucke zieren die pastellgelben Wände des Wartezimmers. Von draußen dringt Vogelgezwitscher in die *Gemeinschaftspraxis für Nieren- und Hochdruckkrankheiten* von Facharzt Thomas Lindner auf dem Gelände der Klinik Hennigsdorf am Stadtrand von Berlin. Es ist eine ganz gewöhnliche Praxis für Menschen, die an Diabetes leiden oder an Bluthochdruck.

Doch wer sich genau umschaute, merkte den Unterschied: Wandkalender und Terminzettel ohne Logos von Pharmakonzernen. Keine Broschüren über Medikamente,

keine Faltblätter über neue Therapien. Denn der 60-jährige Internist Lindner ist Mitglied der Ärzteorganisation *Mezis – Mein Essen zahl' ich selbst*. Das Netzwerk will den Einfluss der Pharmaindustrie auf die Ärzte eindämmen. In den USA, Großbritannien oder Italien arbeitet die Initiative *no free lunch* schon länger, in Deutschland wurde die Bewegung vor drei Jahren gegründet. Noch sind erst etwa 200 Ärzte Mitglied – von rund 140 000 niedergelassenen Medizinern.

»Als ich von dem Netzwerk gehört habe, bin ich sofort eingetreten«, sagt Lindner, der inzwischen zum Vorstand des Vereins gehört. Schon lange waren ihm die ständigen Besuche von Pharmavertretern in seiner Praxis und die von der Industrie gesponserten Fortbildungsveranstaltungen unangenehm. Die seien zwar schön gewesen: Gutes Essen, interessante Gespräche mit Kollegen. Doch von solchen Kontakten blieben nicht nur Blöcke und Kugelschreiber zurück, sondern immer auch ein bleibender Eindruck vom neuesten Medikament des entsprechenden Unternehmens. »Meine Patienten sollen sich aber darauf verlassen können, dass ich meine Entscheidungen unbeeinflusst von der Industrie treffe«, sagt der Arzt mit den schütterten grauen Haaren. Inzwischen hängen auch seine 14 Mitarbeiter lieber Kalender von umliegenden Handwerksbetrieben auf. Und Stifte und Blöcke werden gekauft.

Als Lindner seine Praxis 1997 übernahm, wurde er von Pharmaunternehmen schon mal mitsamt Ehefrau zu einem »Informations- und Wellness-Wochenende« nach München eingeladen. Ein anderer Konzern wollte ihm einen Laptop schen-

ken. Inzwischen haben die Unternehmen wohl schon eingesehen, dass solches Marketing ihrem Ruf eher schadet als nutzt. Darum unterwerfen sie sich einem Verhaltenskodex, der von der *Freiwilligen Selbstkontrolle* (FS) der Arzneimittelindustrie überwacht wird. Der Kodex legt die Höhe von Geschenken an Ärzte fest, regelt den Ablauf von Fortbildungsveranstaltungen und die Finanzierung von Reisekosten. Eingerichtet hat die Freiwillige Selbstkontrolle vor sechs Jahren der *Verband der forschenden Pharmaunternehmen*, die in Deutschland rund drei Viertel des Pharma-Umsatzes machen. Zweimal hat sie bislang Unternehmen zu Bußgeldern von 50 000 und 20 000 Euro verdonnert, zahlreiche Abmahnungen und Unterlassungserklärungen verschickt. »Die Unternehmen beobachten sich und führen sich gegenseitig auf den Pfad der Tugend«, sagt Michael Grusa, Geschäftsführer der Freiwilligen Selbstkontrolle der Arzneimittelindustrie. Würde die Industrie gänzlich aus den Arztpraxen verdrängt, wie Mezis es fordere, würde ein wichtiger Bereich der Wissensvermittlung abbrechen, meint er. Das sehen nicht alle so.

»Die Informationen werden von der Pharmaindustrie selektiv ausgesucht«, erklärt dagegen Susanne Weckmann, Sprecherin der *Kassenärztlichen Vereinigung Bayern*. Die KVB ist Mitglied bei Mezis. »Wir wollten öffentlich darauf hinweisen, dass etwas schief läuft«, sagt Weckmann. Nach Recherchen der Kassenärztlichen Vereinigung könnten in Bayern jedes Jahr 130 Millionen Euro eingespart werden, wenn Scheininnovationen konsequent durch günstige Alternativen ersetzt würden. Inzwischen hat die Kassenärztliche Vereinigung 16 Berater angestellt, bei denen die Ärzte anrufen und sich über neue Medikamente informieren können.

Denn der Industrie geht es bei ihrer »Kooperation ohne Korruption« – so der Leitspruch der Freiwilligen Selbstkontrolle Arzneimittelindustrie – vor allem darum, neue Produkte zu verkaufen. »Das Neueste ist aber nicht immer das Beste«, warnt Internist Lindner. Alte Medikamente seien erprobt, ihre Wirkungen bekannt. Natürlich sei es aufwendiger, sich ohne die Materialien der Industrie zu versorgen. Die Broschüre eines Pharmakonzerns lese sich nun mal leichter als ein Artikel in einer Fachzeitschrift. »Dort ist alles weniger klar, weniger eindeutig«, sagt Lindner – und somit sicher näher an der Realität. Ärzte seien doch immer so stolz auf ihr Berufsethos, meint er: »Da dürfen wir uns doch nicht von Werbefritzen bequatschen lassen.« ■

Kontakt: www.mezis.de

Charmeattacken der Pharmaunternehmen mit Austern und Champagner: Ärzte sagen dazu Nein



FOTO: WWW.MEZIS.DE