



Von "Mietmäulern" und Töpfen

ärztemagazin
 Ausgabe 15/2015 / Seite 27 / 18. Juni 2015 / Auflage: 14329

DigiClip für Boltzmann

Sponsoring **praxis**

Von „Mietmäulern“ und Töpfen

Ärztliche Fortbildung kommt heute kaum ohne das Sponsoring durch die Industrie aus. Große Kongresse wären schlicht nicht finanzierbar. Doch ist das so schlimm?

Wer am vergangenen Donnerstagabend an der MedUni Wien war, konnte, wenn er denn wollte, Woody Allen hören, zumindest ideell. Denn eine vom Alumni-Club und Transparency veranstaltete Podiumsdiskussion zur „umstrittenen Praxis Sponsoring“ bei Ärzte-Fortbildungen war geeignet, den einen oder anderen Zuhörer ähnlich desillusioniert zurückzulassen wie Allens Witz aus dem „Stadtneurotiker“. Darin beschreibt er einen Mann beim Psychiater: „Herr Doktor, mein Bruder ist verrückt, er denkt, er ist ein Huhn.“ – „Warum bringen Sie ihn dann nicht ins Irrenhaus?“, fragt der Arzt. Der Mann daraufhin: „Das würde ich ja gerne, aber ich brauche die Eier.“

Vergleichbar scheint es um die ärztliche Fortbildung bestellt zu sein: Die Debatte um Pro und Contra des Sponsorings dreht sich im Kreis, nein, sogar die Diskutanten drehen sich fleißig mit – und zwar um sich selbst. In dieser Hinsicht war die Diskussionsrunde reichlich erhellend. Der nicht ganz neue Befund des Podiums: Fortbildungsveranstaltungen werden nicht selten (sondern eher oft) gesponsert und die Geldgeber nutzen dies zum Marketing, was eine Einflussnahme, mindestens aber einen Interessenkonflikt mit sich bringt. Je nach Beobachter werden Letztere freilich unterschiedlich ausgelegt: Während manche es höchst legitim finden, bezeichnen andere gesponserte Ärzte als „Mietmäuler“.

Lieber Grau statt Schwarz-Weiß

Und auch bei der Wahl der Therapie scheiden sich die Geister: Vom totalen Sponsoringverbot über öffentlich einsehbare Honorarlisten bis hin zum diametralen Vorschlag, das Pharma-Marketing beim Arzt doch eher massiv auszubauen, waren zwischen Podium und Auditorium alle möglichen Ideen vertreten. Nur blieb eben alles entweder Schwarz oder Weiß. An Grau fand keiner Interesse. Und so drehte sich der Kreisel weiter und ein jeder um sich selbst.

Dr. Claudia Wild vom Ludwig-Boltzmann-Institut für Health Technology Assessment forderte etwa einen kompletten „Rückzug der Industrie“ aus der ärztlichen Fortbildung und an ihrer statt eine Finanzierung durch die „öffentliche Hand“. Wer

diese „Hand“ sein könnte und ob nicht auch andere Sponsoren (etwa Krankenkassen) Interessenkonflikte hervorrufen könnten, ließ sie jedoch offen.

Wild hatte jüngst ermittelt, dass je nach Fachgebiet bis zu 67 Prozent aller Veranstaltungen von der Industrie unterstützt werden. Kritik übte Wild an gesponserten Fortbildungen, für die die Zuwendungen nicht deklariert werden. Die Akademie der Ärzte, so ihre Forderung, sollte min-



destens solche Veranstalter mit einem Punkteentzug suspendieren. Laut Präsident Dr. Peter Niedermoser tut die Akademie aber genau das, wenn gegen die einschlägigen Richtlinien verstoßen wird. Im kommenden Jahr will die Akademie rund zwölf Prozent aller Veranstaltungen – immerhin rund 20.000 im Jahr österreichweit – stichprobenartig überprüfen.

Über fehlende Transparenz klagte Dr. Franz Piribauer, Arzt und Mitglied bei Transparency International. Auf den Ärztetagen in Grado, berichtet er, seien bei den ausgedruckten Vortragsfolien keine „Conflicts of Interest“ (CoI) angegeben gewesen. Bei den mündlichen Vorträgen habe nur „ein Kollege“ seine Interessenkonflikte in Form eines Papiers „kurz hochgehalten“. Niedermoser bestätigte, dass es bislang keine Pflicht für Vortragende gibt, die CoI in die Präsentationen einzubauen, wie es bei internationalen Kongressen üblich ist.

Die Frage aber bleibt, ob es vielleicht auch ohne Konflikte geht. Die Vizerektorin der MedUni, Dr. Christiane Druml, gab sich skeptisch: Kongresse seien heutzutage ohne die Einnahmen aus Industrieausstellungen gar nicht denkbar. Außerdem müssten Ärzte natürlich auch die Möglich-

keit haben, sich über die Produkte der Industrie zu informieren. „Ich möchte nicht, dass ein Arzt ein Migränemedikament verschreibt, das er vor 20 Jahren in der Vorlesung kennen gelernt hat“, sagte sie mit Blick auf Innovation. Nur könne man die wirtschaftlichen Interessen der Sponsoren „wohl nur schwer“ vom inhaltlichen Interesse der Ärzte entkoppeln. Ergo müsse Sponsoring transparent sein.

Den gespielten Ball nahm die Vertreterin der Pharmaindustrie, Mag. Helga Tieben von der Pharmig, dankbar auf. Sie verwies auf die Offenlegungspflicht ab dem kommenden Jahr: Zuwendungen an Ärzte und Institutionen will die Industrie dann namentlich oder aggregiert veröffentlichen. Tieben: „Sponsoring ist nicht gleich Beeinflussung.“ Nur habe die Industrie freilich ein „legitimes Interesse“ an Marketing. „Wenn ich sponsere, will ich auch mitgestalten“, räumte sie ein. Finanzielle Unterstützung seien kein Altruismus und Marketing „per se nichts Illegales“.

Einfach einen „großen Topf“ gründen?

Für eine Abschaffung der Einzelzuwendungen sprach sich denn auch die Wiener Patientenanwältin Dr. Sigrid Pilz aus. „Warum machen Sie nicht einen ganz großen Topf?“, fragte sie Tieben. „Dort tun sie alles hinein, was Sie für Marketing ausgeben, und dann wird es unabhängig verteilt.“ Was Pilz womöglich nicht wusste: Einige Hersteller entwickeln derzeit solche Sponsoringmodelle. Ein „ganz großer Topf“ dürfte ohnehin nur schwer zu etablieren sein. Aus dem Publikum gab ein „Antikorruptionsexperte“ zu bedenken, dass solch ein Modell womöglich den Untreue-Tatbestand erfüllen könnte.

Und womöglich ist Pharma-Sponsoring, sind Produktinformationen für Ärzte an der Basis gar nicht so schlecht. Ein „einfacher Kassenarzt aus Wien“ bekundete aus dem Auditorium: Von der Industrie habe er früher „gute Fortbildung“ erhalten, ohne dass dort „Produkte massiv“ beworben worden seien. Und: „Warum soll ich nicht Produkte von den Firmen verschreiben, die mir eine gute Veranstaltung bieten?“ Die suggerierte Antwort sei für ihn „durchaus legitim“. ■

Denis Nöfler

Mit freundlicher Unterstützung von H.W.