

Thursday, January 26, 2006

Ende der Geschenkekultur?

Eine Gruppe renommierter Ärzte, darunter Dr. Jerome Kassirer, ehemals Chefredakteur des New England Journal of Medicine; Dr. Jordan Cohen, Präsident der Association of American Medical Colleges und Dr. David Blumenthal, Leiter des Institute for Health Policy am Massachusetts General Hospital, haben in der aktuellen Ausgabe des Journal of the American Medical Association ein generelles Verbot von Geschenken an Ärzte durch Pharma- und Medizintechnik-Konzerne gefordert. A

rikanische Pharmakonzerne investieren rund 21 Milliarden Dollar in Marketing, davon gehen 90 % an Ärzte. Di

Forderung der Mediziner: medizinische Fakultäten und Lehrkrankenhäuser sollten keinerlei Geschenke oder kostenlose Medikamente oder andere Zuwendungen von Pharmakonzerne mehr annehmen dürfen, in einem weiteren Schritt müsse das Modell auf alle Ärzte ausgeweitet werden. Die Wis

enschaftler sind besorgt, da in Forschungseinrichtungen die vorurteilsfreie Erforschung von Heilmethoden nicht mehr gegeben ist. Ihr Ford

ungskatalog umfasst A ban on p

roviding drug samples to physicians. A system of vouchers for low-income patients or some other system of indirect distribution could take its place. A ban on manufacturers' providing support, direct or indirect, to continuing medical education activities. A centralized fund should be established for manufacturers to contribute funds for physician travel or consulting, so doctors would be insulated from influence by any one donor. Doctors with financial relationships with drug companies should not participate in hospital and medical group formulary groups or committees overseeing purchases. Academic medical center faculty should not serve as members of speakers bureaus for drug or device makers, nor should they publish articles or editorials ghostwritten by industry employees. Open-ended grants and gifts should be prohibited. Terms of consulting and research contracts should be posted on a publicly available Web site to promote more transparency. Disclosure of financial relationships, the authors stated, is not sufficient to eliminate conflicts of interest.-- (Quelle: Forbes.com) Tatsächlich

gibt es in den USA Krankenversicherer, deren Vertragsärzte sich genau diesem Kodex unterwerfen - und deren Patienten werden auffällig seltener stark beworbene Bestseller-Medikamente verschrieben. "We thought

was critical for us that our patients never had a doubt that the decision made about a drug or a device was based on the best interests of the patient and not the financial interest of the physician." -- Dr. Sharon Levine, Kaiser Permanente Northern California, zitiert nach NY Times. Natürlich bek

lagen sich die Vertreter der Pharmakonzerne lautstark und beharren darauf, da sie bereits einer freiwilligen Selbstverpflichtung unterliegen: "Only practices

that do not compromise independent judgments of health providers - such as modest working meals, gifts of minimal value that support the medical practice, and distribution of free samples - are permitted." -- Ken Johnson, Sprecher von Pharmaceutical Research and Manufacturers of America Doch gerade kleine Geschenke binden die Ärzte mehr an die Konzerne als das große Geld und die Beeinflussung ist umso subtiler. Würde sich die derzeitige Praxis für die Pharmakonzerne nicht lohnen, gäben sie wohl schwerlich jährlich mehr als 20 Milliarden Dollar dafür aus - erst recht nicht im Mutterland des Shareholder Value. Mit Gesetzesänderungen

ist nicht zu rechnen, höchstens mit (weiteren) freiwilligen Selbstverpflichtungen von Ärzten oder um die Kosten besorgte Krankenversicherern. Macht man sich klar, daß letzten Endes die Marketingmaßnahmen von Patienten und Krankenkassen getragen werden, könnte das nicht nur das amerikanische Gesundheitssystem stark entlasten.

Posted by Ishtar in Aus aller Welt, Pharmaindustrie at 07:09