

24. Oktober 2011
Seite 9 – Nr. 20/2011

Pressegespräch der UCB Pharma GmbH

„Gesundheitscoaching“ durch die Pharmaindustrie?

dgd (es) – Der Titel sollte provozieren – aber auch zum Weiterdenken anregen. Welchen Nutzen hätte der Patient, wurde im Untertitel weiter gefragt, wenn die Industrie sich auf diesem Feld betätigen würde? **Dr. Steffen Fritzsche**, Leiter Unternehmenskommunikation der UCB Pharma GmbH, präsentierte eine Blitzumfrage bei 200 Patienten mit chronischen Erkrankungen. Diese würden überwiegend auch von der Pharmaindustrie gern nützliche Informationen über das Leben mit ihrer Erkrankung erhalten. Die UCB habe sich patientenorientierte Einstellungen und Aktivitäten auf die Fahne geschrieben: „Wir wollen ein ganzheitliches Versorgungsmanagement für die Patienten erreichen, das den Patientennutzen in den Mittelpunkt des Handelns stellt. Für uns als Unternehmen der pharmazeutischen Industrie heißt dies, dass wir uns vom Arzneimittelhersteller hin zu einem umfassenden Versorgungsdienstleister entwickeln wollen.“

Gewaltiger Informationspool

Unbestritten besitzt die Industrie einen gewaltigen Informationspool über alle denkbaren Krankheitsbilder, auf den man grundsätzlich zum Nutzen der Patienten zugreifen könnte. Gutes Hintergrundwissen der Patienten über ihre Erkrankung trägt zu besseren Therapieergebnissen bei, bestätigte auch **Wolfram-Arnim Candi-dus**, Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Versicherte und Patienten. Er sieht dabei auch die Arzneimittelhersteller in der Pflicht, vollständige und nutzerfreundliche Informationen zur Verfügung zu stellen: „Ausgeschlossen werden muss jedoch dabei, dass diese Information als verdeckte Werbung genutzt wird.“ Eine von ihm geforderte Prüfung des Informationsangebotes durch ein unabhängiges Institut ließ Zweifel offen, ob z.B. das IQWiG für diese Aufgabe geeignet sei. „In vielen Bereichen gibt es gemeinsame Interessen der Patienten und der forschenden Arzneimittelhersteller“, betonte **Lilo Habersack**, Vorsitzende der Deutschen Restless-Legs Vereinigung (RLS e. V.). Für sie sind aber feste Grundlagen und hohe Transparenz bei der Zusammenarbeit im Sinne der Leitlinien des FSA-Kodex (Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e.V.) unabdingbar.

Primärer Ansprechpartner

Unmittelbar betroffen von der direkten Ansprache des Patienten durch die Industrie wäre zugleich auch der Arzt in seiner Praxis, den Patienten laut der genannten Blitzumfrage immer noch als den primären Ansprechpartner und wichtigsten Informationsgeber ansehen – auch wenn sie sich überwiegend weitere Informationen aus anderen Quellen besorgen. Die niedergelassene Internistin **Dr. Martina Henrich**, Berlin, kann die Vorteile für gut informierte Patienten nur bestätigen: „Kos-

24. Oktober 2011
Seite 10 – Nr. 20/2011

Pressegespräch der UCB Pharma GmbH II

tendenz und überbordende Bürokratie haben die ärztliche Tätigkeit im Laufe der letzten Jahrzehnte verändert und zunehmend geprägt. Beides ging letztlich zu Lasten der Zeit, die der Arzt tatsächlich noch dem individuellen Gespräch mit dem Patienten widmen kann. Zusätzliche kompetente und seriöse Informations- und Leistungsangebote können den Arzt entlasten und das ärztliche Wirken sinnvoll ergänzen, wenn sie in Übereinstimmung mit der ärztlichen Behandlung erfolgen.“ Aus ihrer Sicht liegt es nahe, dabei auch die Pharmaindustrie mit einzubeziehen. Wichtig ist ihr vor allem, dass keinerlei Einmischungen in die Behandlungshoheit des Arztes erfolgen und das Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient nicht berührt wird. Der Arzt bleibe der Lotse des Patienten im Gesundheitssystem und könne diese Informationspflicht auch nicht delegieren, erwünscht seien aber Partner, die ihn bei dieser Aufgabe unterstützen.

Mehr Glaubwürdigkeit

Auch der GKV-Experte **Rolf Stuppardt** fordert einen Beitrag der Pharmaindustrie bei der Information von Patienten. Dieser müsse die maßgeblichen Partner im Gesundheitswesen einbeziehen und sich an Qualitätskriterien orientieren, die aber für alle Beteiligten im Gesundheitswesen gleichermaßen gelten: „Verständlich und patientenfreundlich, objektiv, nicht verzerrend und werbefrei, Evidenz basiert, aktuell, verlässlich, tatsächlich korrekt und nicht irreführend.“ Und er bringt es auf einen entscheidenden Begriff, indem er Glaubwürdigkeit für alle Maßnahmen der Patientenaufklärung einfordert. Seine Vision eines zukünftigen Gesundheitssystems beginnt mit dem Aufbrechen der heutigen „interessenbezogenen Kästchen“, der rechtlich starren Gerüste und Versorgungsansprüche, die den Patienten geradezu in eine Konsumentenhaltung treiben würden. Notwendig sei dagegen ein übergreifender Informationsprozess, deren Partner – einschließlich der Pharmaindustrie – sich einer Kommunikationsethik verpflichtet fühlten. So könnte ein kompetentes Coachingfeld entstehen, das alle Aspekte umfasst und wegen seiner qualitativ hochwertigen Inhalte auch die Akzeptanz der angesprochenen Patienten finden würde. Eine typische win-win-Situation könnte so entstehen. Um das zu erreichen, müssten mehr Brücken zwischen den Partnern dieser bisher „hoch neurotischen Branche“ entstehen und gemeinsame Pakete geschnürt werden.

Konsens bestand in der Diskussionsrunde, dass es in jedem Fall besser sei, dem Patienten hochwertige Informationen aus den Reihen der Partner im Gesundheitswesen anzubieten, als ihn den unkontrollierbaren Informationswelten des Internets zu überlassen. Denn tatsächlich zeigte die genannte Blitzumfrage auch, dass Patienten sich ihre zusätzliche Information oder Zweitmeinung bevorzugt aus dem Internet zusammensuchen. Der abschließende pragmatische Rat kam von der niedergelassenen Internistin Dr. Henrich: „Machen wir es doch einfach, dann sehen wir schon, was daraus wird.“