

Fortbildung und Sponsoring

Im wirtschaftlichen Bereich ärztlichen Handelns und der Beziehung von Gesundheitseinrichtungen und Geschäftswelt gibt es Gebiete, die die Gefahr eines Fehlverhaltens in sich bergen. Gemeint sind Sponsoring, Wettbewerbsrecht und Vertrieb von Waren oder Medikamenten.

Im Folgenden sollen zum Sponsoring in Zusammenhang mit der Fortbildung einige Ausführungen gemacht werden. Das Feld ist durchaus schlüpfrig und eine Grauzone des Handelns erfordert eine hohe Sensibilität im Umgang mit der Materie. Am Einfachsten wäre eine puristische Regelung, um einen Interessenkonflikt zwischen Ärzteschaft und Pharmaindustrie aufzulösen, wie sie von amerikanischen Autoren gefordert wurde. Das Konzept verlangt, jeglichen Einfluss der Industrie auf die Ärzte, alle Geschenke, Finanzierung von Fortbildungsreisen, Vergabe von Ärztemustern und vieles andere mehr zu unterbinden. Institutsmitglieder sollten keine Vorträge für die Pharmaindustrie übernehmen. Alle Verträge, die Forschungsleistungen (Drittmittel) betreffen, sollten nicht mehr ad personum, sondern nur noch ad institutionem abgeschlossen werden. Unterstützung von Fort- und Weiterbildungen sollte nur noch in neutralen Fonds möglich sein und deren Verteilung durch unabhängige Beiräte vorgenommen werden (Info Neurologie und Psychiatrie 2007; Vol 9; Nr. 2).

Letzteres hat der Berufsverband Deutscher Internisten eingeführt. Er installierte einen Fortbildungs-Pool, in den Firmen einzahlen können und dessen Verwendung (zum Beispiel für Referentenhonorare) wird von einem Beirat festgelegt.

Es gibt auf diesem Felde eine Fülle von Initiativen, die ein vernünftiges, zweckdienliches Umgehen mit den Sponsoring empfehlen und die die Sensibilität der Beteiligten für die Problematik erhöhen sollen. Genannt sein sollen und zum Nachlesen empfohlen werden:

- „Gemeinsamer Standpunkt zur strafrechtlichen Bewertung der Zusammenarbeit zwischen Industrie, medizinischen Einrichtungen und deren Mitarbeiter“, herausgegeben unter anderem von der Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF), Bundesverband der Arzneimittelhersteller e.V. (BAH) und anderer (Deutsche Krankenhausverlagsgesellschaft m.b.H., Düsseldorf 2000),
- Verhaltensempfehlungen für die Zusammenarbeit der Pharmazeutischen Industrie mit den Ärzten“, herausgegeben vom BAH und dem Verband Forschender Arzneimittelhersteller e.V. (VFA) u. a. (2003),
- ein kritischer und lesenswerter Artikel „Klare Dienstanweisungen sind im Interesse der Ärzte“ (Einwerbung von Drittmitteln), Deutsches Ärzteblatt 101; Heft 12; 19.03.2004.

Die besondere Aufmerksamkeit der Ärzteschaft gegenüber der Beziehung von Industrie und Ärzten wird immer wieder durch Skandale (Herzklappenskandal; jüngst im ZDF Beziehung zwischen Orthopäden und Heilmittelherstellern) und durch medial aufgeplusterte Scheinskandalchen in Anspruch genommen. Sicher ist zwischen den beiden Fällen – ein Vertragsarzt bekommt nebst Ehefrau eine Wochenreise mit vielen Events in Südamerika finanziert – und ein paar belegten Brötchen bei einem Ärztestammtisch wohl zu unterscheiden. Ersteres ist spätestens seit der

Einführung von § 299 StGB als eindeutig strafbar anzusehen.

Mögliche Konfliktfelder sind: Persönliche Zuwendung an Ärzte; Finanzierung von Studien wissenschaftlicher Natur, bei denen Einrichtungen Nutznießer sind (nicht ganz unproblematisch, manche Anwendungsstudien im ambulanten Bereich, denen eine „Scheinwissenschaftlichkeit“ manchmal nicht abzusprechen zu sein scheint). Wichtig für die Betrachtung der Dinge für den einzelnen Arzt und für eine medizinische Einrichtung sind Grundprinzipien, die das geschützte Rechtsgut, nämlich die Lauterkeit zunächst des öffentlichen Dienstes – im Weiteren aber auch alle anderen an Wirtschaftsprozessen Beteiligten – im Auge haben. Ein mögliches Strafbarkeitsrisiko, wie aus dem StGB ablesbar ist, lässt sich dadurch zumindest entschieden mindern. Der Gesetzgeber hat entsprechende Tatbestände festgeschrieben:

- § 229 StGB Bestechlichkeit und Bestechung im öffentlichen Verkehr,
- § 331 StGB Vorteilsnahme,
- § 333 StGB Vorteilsgewährung, § 332 Bestechlichkeit – setzt eine Unrechtsvereinbarung und Kenntnis der Pflichtverletzung voraus,
- § 334 StGB Bestechung.

Darüber hinaus schreibt die Berufsordnung der Sächsischen Landesärztekammer vom 24.05.1998 in der Fassung der Änderungssatzung vom 06.07.2006, §§ 32 und 33, insbesondere § 33 Abs. 4, vor:

„Die Annahme von geldwerten Vorteilen in angemessener Höhe für die Teilnahme an wissenschaftlichen Fortbildungsveranstaltungen ist nicht berufswidrig. Der Vorteil ist unangemessen, wenn er die Kosten der Teilnahme (notwendige Reisekosten, Tagungsgebühren) des Arztes an der Fortbildungsveranstaltung übersteigt oder der Zweck der Fortbildung nicht im Vordergrund steht.“

Die Grundprinzipien im Umgang mit einem Sponsoring, welches im Sinne der materiellen Sicherung von Fortbildung und Forschung durchaus legitim und in weiten Teilen auch unverzichtbar ist, lauten:

- Trennung von Zuwendungen an eine Institution von deren Beschaffungsentscheidungen,
- Transparenz der Abläufe – will sagen Offenlegung von Zuwendungen gegenüber Verwaltung, Betriebsleiter und Träger,
- Dokumentation der Beziehung zum Sponsor und der entsprechenden Verträge,
- Äquivalenz von Leistung und Gegenleistung; sie müssen in einem angemessenen Verhältnis stehen.

Auf der letzten Sitzung der Kreiskammervorsitzenden der Sächsischen Landesärztekammer wurde eine modifiziertes Papier der Bundesärztekammer zum Sponsoring vorgelegt und diskutiert, welches die beachtenden Grundzüge im Umgang mit dem Sponsoring beinhaltet und das nachfolgend abgedruckt wird:

Fortbildung als lebenslanger Lernprozess ist eine ärztliche Berufspflicht. Bei der Erfüllung dieser Verpflichtung ist auf Grund der gewachsenen Strukturen eine Kooperation von Ärzteschaft und Dritten in vielen Bereichen notwendig und wünschenswert.

Diese Zusammenarbeit muss aber so gestaltet sein, dass die Wahrung der ärztlichen Unabhängigkeit und das Patientenwohl als oberste Hand-

lungsmaxime der medizinischen Versorgung in jedem Falle sicher gestellt ist.

Das bedeutet insbesondere, dass die Inhalte ärztlicher Fortbildung unabhängig von wirtschaftlichen Interessen Dritter und frei von kommerziellen Einflüssen auf Diagnostik und Therapie in Klinik und Praxis zu halten sind.

Grundprinzipien im Umgang mit der Materie sind weiter oben angeführt;

Daraus folgt:

- Ein Sponsor darf keinen Einfluss auf Inhalt und Form der von ihm unterstützten Fortbildungsmaßnahme nehmen.
- In allen Fortbildungsmaßnahmen muss ein ausgewogener Überblick über den jeweiligen Wissensstand entsprechend den diagnostischen und therapeutischen Alternativen vermittelt werden.
- In diesem Zusammenhang ist eine objektive Produktinformation auf der Basis anerkannter wissenschaftlicher Kriterien gestattet.
- Der Sponsor muss als solcher kenntlich gemacht werden.
- Kommerzielle werbende Aussagen auf Einladungen und Programmen müssen eindeutig als Anzeige kenntlich gemacht werden.
- Kommerzielle Ausstellungen im zeitlichen und räumlichen Zusammenhängen mit Fortbildungsmaßnahmen dürfen weder Konzeption noch Durchführung der eigentlichen Fortbildungsmaßnahme beeinflussen.
- Ein kommerziell unterstütztes Rahmenprogramm darf weder zeitlich parallel zum inhaltlichen Programm stattfinden noch einen größeren zeitlichen Umfang haben als die Fortbildung selbst.
- Die Annahme geldwerter Vorteile in Verbindung mit Fortbildungsmaßnahmen regelt das Berufsrecht der Länder.
- Referenten und Autoren müssen mögliche Interessenskonflikte, die sich aus ihrer Beziehung zu den Sponsoren ergeben könnten, offen legen.

- Der wissenschaftliche Leiter einer Fortbildungsveranstaltung oder der Herausgeber einer Fortbildungspublikation hat sicherzustellen, dass die Fortbildungsinhalte produktneutral sind. Eine entsprechende Erklärung muss veröffentlicht und bekannt gemacht werden.

Ergänzende Empfehlungen bei schriftlichen oder audiovisuellen Medien

- Publikationen, in denen Produktnamen vorkommen, werden für das Fortbildungszertifikat nicht anerkannt, sofern die im allgemeinen Teil benannten Kriterien verletzt werden.
- Produktwerbung in anerkannten Online-Fortbildungsmodulen ist nicht zulässig.
- Die Bearbeitung von Online-Fortbildungsmodulen durch die Teilnehmer darf nicht durch Banner, Pop-ups oder ähnliche elektronische Anwendungen gestört werden.
- Die Verlinkung von Fortbildungsmodulen mit kommerziellen Internetseiten ist nicht zulässig.

Prof. Dr. med. habil. Otto Bach
Vorsitzender der Sächsischen Akademie für
ärztliche Fort- und Weiterbildung