

DER ARZNEIMITTELBRIEF

Ungleiche Partner – finanzielle Unterstützung von Patientenorganisationen durch pharmazeutische Unternehmer

AMB 2015, 49, 56DB01

Ungleiche Partner – finanzielle Unterstützung von Patientenorganisationen durch pharmazeutische Unternehmer

„Im Mittelpunkt unseres Handelns steht der Patient. Deshalb wollen wir unseren Partnern (d.h. den Ärzten und medizinischen Fachangestellten) in Praxis und Klinik über innovative Präparate hinaus mit Serviceangeboten helfen, die sie bei ihrer täglichen Arbeit zeitlich entlasten und qualitativ unterstützen“. Diese im Mai 2015 angekündigte Kampagne, mit der ein großer pharmazeutischer Unternehmer (pU) „neben innovativen Präparaten mit Fortbildungsveranstaltungen, Schulungen und Materialien für Ärzte und Praxisteams den Patienten noch stärker in den Fokus rückt“, hat das erklärte Ziel „Praxisteam und Patienten fit zu machen“ (1). Die pU sehen es als ihre Aufgabe an, Patienten zu begleiten, „deren Leben durch eine notwendige, längere und gar dauerhafte Einnahme von Arzneimitteln geprägt wird“, und für sie ist „das Sammeln unmittelbarer Erfahrungen der Betroffenen durch nichts zu ersetzen“.

Die Zusammenarbeit von pU mit Patientenorganisationen verfolgt jedoch sehr häufig noch ein weiteres, eher verstecktes Ziel: Der immer besser informierte „Kunde“ bzw. Patient soll moderne diagnostische Verfahren oder medikamentöse Therapien nachfragen und damit seinerseits dafür sorgen, dass diese schneller und erfolgreich im Markt verbreitet werden. Hilfsmittel hierfür sind neben den o.g. Serviceangeboten unter anderem auch Internetforen und Broschüren, in denen objektive Informationen häufig mit Marketingaussagen vermischt werden, sowie Beratung von Patienten, um sie zu den „richtigen Ärzten zu lotsen“. Auf das Sponsoring von Selbsthilfegruppen und deren Instrumentalisierung für ökonomische Ziele der pU wurde bereits vor zehn Jahren anhand konkreter Beispiele ausführlich hingewiesen – in einem Dossier der ZEIT von M. Keller unter dem Titel: „Geben und einnehmen“ (2)... [Bitte abonnieren oder Kennlernartikel anfordern ->](#)

Schlagworte zum Artikel

[Pharmaindustrie](#), [Pharmazeutische Unternehmer](#), [Patientenorganisationen](#), [Direct-To-Consumer Advertising](#), [DTCA](#), [Patientenselbsthilfe](#), [Selbsthilfeorganisationen](#), [Werbung](#),

Verlässliche Daten zu Arzneimitteln

DER ARZNEIMITTELBRIEF informiert seit 1967 Ärzte, Medizinstudenten, Apotheker und Angehörige anderer Heilberufe über Nutzen und Risiken von Arzneimitteln.

DER ARZNEIMITTELBRIEF erscheint als unabhängige Zeitschrift ohne Werbeanzeigen der Pharmaindustrie. Er wird ausschließlich durch seine Leserinnen und Leser, d. h. durch die Abonnenten, finanziert. Wir bitten Sie deshalb um Verständnis, dass wir aktuelle Artikel nur

DER ARZNEIMITTELBRIEF als Mitherausgeber

Gute Pillen – Schlechte Pillen

- unabhängige Gesundheitsinformationen für interessierte Laien
- Werbefrei und ohne Einfluss der Pharmaindustrie
- neutrale Berichte über Vor- und Nachteile von Therapien
- wissenschaftlich fundiert

Werden Sie Abonnent!

- 12 Ausgaben pro Jahr
- Onlinezugang zum Archiv mit über 3000 Artikeln
- 36 CME Punkte pro Jahr für Ihr Konto bei der Ärztekammer

en können

Zuverlässige Fakten finden zum Studentenpreis



DER ARZNEIMITTELBRIEF ist Mitglied in der



*Pharmaindustrie, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen

Unternehmern und Patientenorganisationen *Pharmazeutische Unternehmer, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *Patientenorganisationen, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *Direct-To-Consumer Advertising, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *DTCA, Direct-to-Consumer Advertising, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *Patientenselbsthilfe, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *Selbsthilfeorganisationen, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen *Werbung, für (rezeptpflichtige) Arzneimittel bei Patienten, Probleme der Zusammenarbeit von pharmazeutischen Unternehmen und Patientenorganisationen