

Kommunikation und Transparenz im Gesundheitswesen – 15. Symposium von Wissenschaft und Praxis.

Von Wolfgang Voit, Hrsg., Nomos Verlag, Baden-Baden, 2013, 220 S., kart., € 58,00

Mit Kommunikation und Transparenz verbinden die verschiedenen Akteure des Gesundheitswesens ganz unterschiedliche Hoffnungen und Zielsetzungen. So wollen Pharmaunternehmen möglichst viel Kommunikation, Transparenz hingegen allenfalls in Grenzen – sie möchten gerne möglichst frei über ihre Produkte informieren, nicht aber auch unbegrenzt Daten über ihre Forschung offenlegen. Ärzte und Verbraucherschützer fordern demgegenüber gerade das Gegenteil – Kommunikation im Sinne einer Unternehmenswerbung und -information allenfalls in engen und streng regulierten Grenzen, Transparenz im Sinne einer Offenlegung aller Forschungsdaten dafür in möglichst weitgehendem Umfang.

Mit Blick auf das Referenten- und Diskutantenverzeichnis des 15. Symposiums zum Pharmarecht der Universität Marburg überrascht es nicht, dass die Beiträge in dem zugehörigen Tagungsband tendenziell die erstgenannte Zielsetzung vor Augen haben. Es haben sich hier vor allem Repräsentanten der Unternehmensseite zusammengefunden, um Rechtsfragen der Kommunikation und Transparenz im Gesundheitswesen zu diskutieren. Und dabei geht es dann eben auch darum, eine „gute Argumentationsgrundlage“ (S. 59) zu finden, um die rechtlichen Rahmenbedingungen für Kommunikation und Transparenz unternehmensfreundlich zu gestalten bzw. auszulegen.

Was die Kommunikation angeht, sprechen sich *Christian Tillmanns* und *Ulrich Reese* in ihren Beiträgen für ein Mehr an Kommunikationsmöglichkeiten seitens der Pharmaunternehmen aus. *Tillmanns* geht hierfür schwerpunktmäßig auf „Patienten-Compliance-Programme und andere neue Wege der Patienteninformation“ ein und erläutert, unter welchen Voraussetzungen solcherlei Programme als rechtlich zulässig eingeordnet werden können. In dem Beitrag von *Reese* geht es um die Frage, unter welchen Voraussetzungen Dachmarken für Arzneimittel genutzt werden dürfen, um auch im Pharmabereich die Möglichkeit zu eröffnen, unter einer Marke das gesamte Produktportfolio eines Unternehmens zu präsentieren.

Auch die rechtlichen Herausforderungen von Social Media sind Thema des Tagungsbands. *Dieter Barth* und *Adem Koyuncu* machen in ihren Beiträgen deutlich, welche Chancen, aber auch welche Herausforderungen Social Media für

Pharmaunternehmen bergen. Dabei geht es nicht nur um den „Kontrollverlust“, den Unternehmen durch emotional geführte Medien- und Meinungskampagnen im Netz zu befürchten haben (siehe dazu etwa *Barth*, S. 14 f.). Sehr deutlich führt die Problematik der Social Media vielmehr auch *Koyuncu* vor Augen, wenn er am Beispiel der Pharmakovigilanz aufzeigt, wie hier bezüglich der Art und Qualität von Daten zu Arzneimittelrisiken und -schäden mit Social Media und Pharmakovigilanz „zwei sehr unterschiedliche Welten“ aufeinandertreffen (S. 21 f.).

Als Vertreter der Wissenschaft setzt sich *Hendrik Schneider* in seinem Beitrag mit den Compliance-Anforderungen an den Vertragsarzt auseinander. *Schneider* verweist gleich zu Beginn seines Beitrags auf die seiner Ansicht nach zu verzeichnende „Korruptionshysterie“ und deutet damit schon an, dass er in der Frage, wie die Zusammenarbeit zwischen Pharmaindustrie und Ärzten zu bewerten ist, eine allzu kritische Einschätzung nicht teilt.

Unter dem Oberpunkt Transparenz geht es dann in dem Beitrag von *Isabelle Kotzenberg* zunächst einmal um die „Vorgaben zur Datenoffenlegung durch den pharmazeutischen Unternehmer“. *Kotzenberg* geht hierfür näher auf die arzneimittelrechtlichen Vorschriften der §§ 42 b und 84 a AMG ein. Vorbehalte gegenüber einer allzu weitgehenden Transparenz bringt die Verfasserin dadurch zum Ausdruck, dass sie ihre Zweifel an einem entsprechenden öffentlichen Interesse anmeldet, welches die Veröffentlichungspflicht der pharmazeutischen Unternehmen rechtfertigen könnte. Eben dieses Interesse an einer Veröffentlichung der Ergebnisse klinischer Prüfungen steht dann auch im Zentrum der detaillierten Ausführungen von *Heinz-Uwe Dettling* zum Thema der „Vertraulichkeit des Dossiers in der frühen Nutzenbewertung“. Nach Überzeugung von *Dettling* muss insoweit eine praktische Konkordanz zwischen den privaten und öffentlichen Interessen an einem möglichst weitgehenden Zugang zu Ergebnissen von Arzneimittelstudien einerseits und den privaten und öffentlichen Interessen am Schutz von Forschungsergebnissen andererseits hergestellt werden (S. 181).

Eine wiederum ganz andere Ausprägung von Transparenz behandelt *Horst Stiel* in seinem Beitrag zur „Neugestaltung der Vorschriften zur Datentransparenz in den §§ 303 ff. SBG V“. *Stiel* legt dar, wie mit einer Neugestaltung dieser Vorschriften erreicht werden soll, dass für Entscheidungsprozesse wie etwa Nutzen- und

Kostenanalysen und für die Versorgungsforschung künftig eine „nachhaltig verbesserte Datengrundlage“ zur Verfügung steht.

Ergänzt werden die Themen Kommunikation und Transparenz durch einen Beitrag von *Manfred Zipperer*, der sich mit dem Thema der „Festsetzung von Preisrabatten durch die Schiedsstelle nach § 130 b Abs. 4 S. 4 SBG V“ beschäftigt.

Insgesamt liefert der Tagungsband einen guten und facettenreichen Überblick über aktuelle Themenstellungen aus dem Bereich der Pharmakommunikation und -transparenz. Aus Sicht der (Unternehmens-)Praxis ist der Band auch deshalb wertvoll, weil kontroverse Themen engagiert aufbereitet werden und klar zu diesen Stellung bezogen wird. Aus wissenschaftlicher Perspektive betrachtet könnte die Aufbereitung der Themen sicherlich noch dadurch gewinnen, dass auch die eingangs angesprochene „andere Seite“ zu Wort kommt und dadurch insgesamt ein ausgewogeneres Meinungsbild zu aktuellen und kontroversen Themen der Kommunikation und Transparenz im Gesundheitswesen präsentiert wird.

Benedikt Buchner, Universität Bremen