Parkinson Schweiz und die Pharmaindustrie

Autor(en): **Cueni, Alex**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Parkinson : das Magazin von Parkinson Schweiz = le magazine de Parkinson Suisse = la rivista di Parkinson Svizzera**

Band (Jahr): **- (2010)**

Heft 100: **100 : Jubiläums-Ausgabe : 25 Jahre Parkinson Schweiz : Bilanz und Perspektiven**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-815474

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

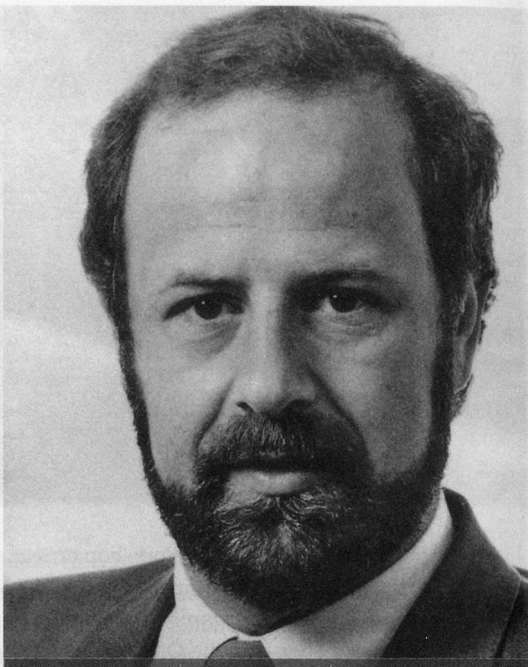
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Parkinson Schweiz und die Pharmaindustrie

Parkinson Schweiz hätte ohne die massive finanzielle Unterstützung der Pharmaindustrie nicht gegründet werden können. Heute deckt das Pharmasponsoring aber nur noch einige wenige Prozente des Gesamtaufwandes.
Alex Cueni*, einst Vertreter der Pharmaindustrie im Vorstand von Parkinson Schweiz, über die Gründe dieses Wandels.



Dr. Hans-Peter Göldi sorgte dafür, dass Hoffmann-La Roche erster Sponsor der Vereinigung wurde.

Es gibt Zeiten, in denen man sich kaum erinnert – und im nächsten Moment entstehen Bilder von Ereignissen, die so klar sind, als hätte alles gerade erst stattgefunden. 25 Jahre sind eine ansehnliche Zeitspanne im Leben eines Menschen – und doch ein überblickbarer Zeitraum, wenn die Erinnerung Bilder malen soll.

Was ist nicht alles geschehen 1985? Das Wrack der 1912 gesunkenen Titanic wurde gefunden. Boris Becker gewann als 17-Jähriger das Tennisturnier von Wimbledon. Der Reformer Michail Gorbatschow wurde zum Generalsekretär der KPdSU gewählt. Und die Schweizerische Parkinsonvereinigung wurde gegründet.

«Wenn der Wind des Wandels bläst, bauen die einen Schutzmauern, die anderen bauen Windmühlen.» Chinesische Weisheit

Alle aufgeführten Ereignisse haben zwei Dinge gemeinsam: Häufig ist die wahre Bedeutung von Geschehnissen erst im Rückblick und angesichts des bisher Erreichten erkennbar. Und zweitens stehen am Anfang fast aller Erfolgsgeschichten gewissenhafte Vorbereitungen, bei denen viele Faktoren abgewogen und in Einklang gebracht werden wollen, damit das Ganze zum gewünschten Ziel führt.

Der Startschuss im rechten Moment

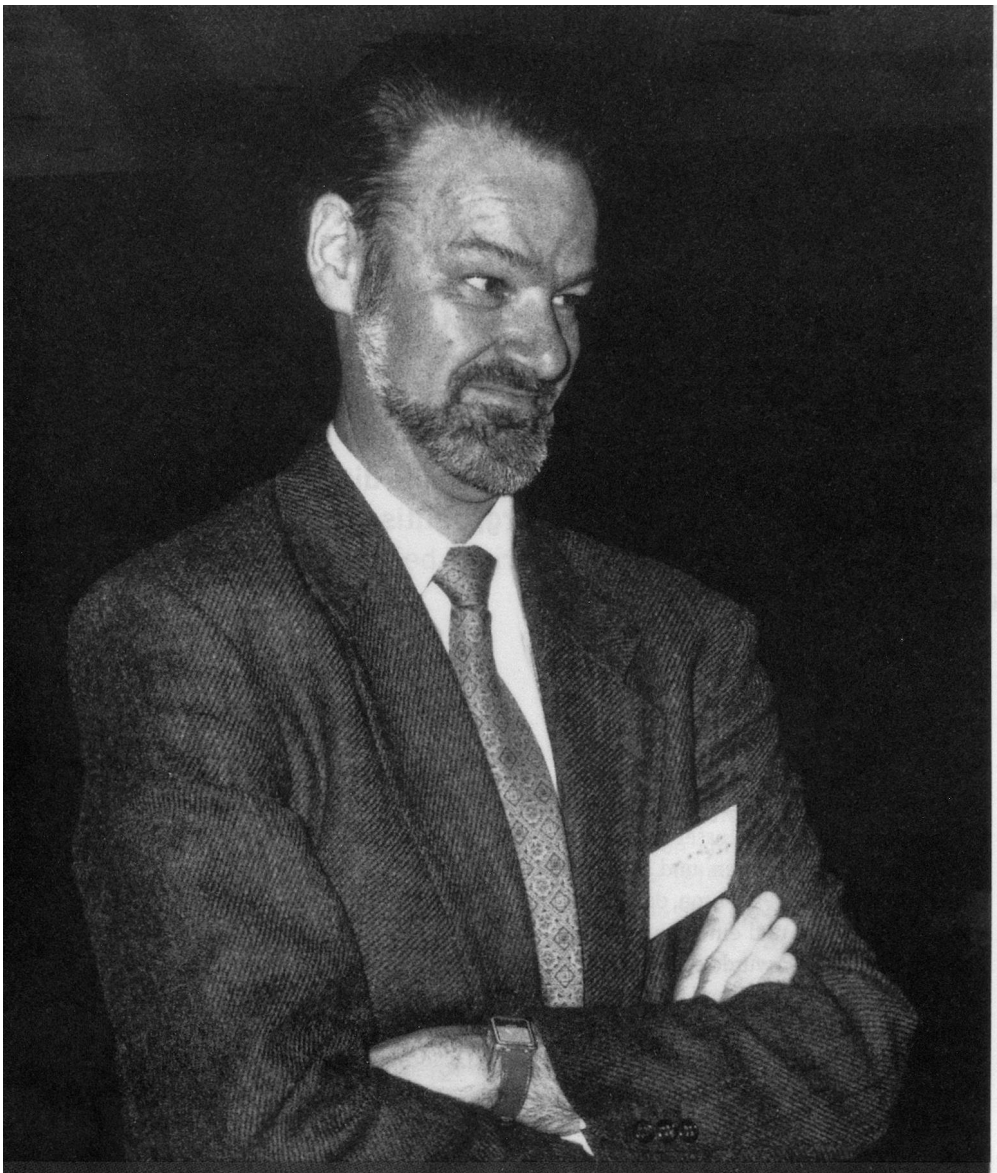
Nicht anders war es bei der Gründung von Parkinson Schweiz. Professor Hans-Peter Ludin investierte mehrere Jahre, um andere für seine Idee einer Parkinsonvereinigung zu begeistern. Trotz mancher Enttäuschung gab er nicht auf, verfolgte konsequent seine Pläne. So konnte er 1983 Jean-Paul Zürcher, Aussendienstmitarbeiter von Hoffmann-La Roche, und dessen Vorgesetzten, Dr. Hans-Peter Göldi, überzeugen, sein Vorhaben finanziell und logistisch zu unterstützen. Mit diesem starken Partner im Rücken – Hoffmann-La Roche war damals Weltmarktführer in der Anti-Parkinsontherapie – konnte Professor Ludin seine Idee vorantreiben und zum heute bekannten Ergebnis führen. Der zweite für den Erfolg ausschlaggebende Faktor – neben Ludins Hartnäckigkeit – war die Wahl des richtigen Zeitpunktes. 1985 reichten eine gute Idee, ein einziger Industriesponsor und eine Handvoll engagierter Menschen noch aus, um eine Organisation wie Parkinson Schweiz zu gründen.

Im aktuellen Gesundheitsumfeld wäre dies undenkbar. Niemand kann es sich heute erlauben, mit einer einzigen Firma als Geldgeber und Wegbereiter zu operieren. Ganz zu schweigen davon, dass heute noch ein Vertreter dieses Geldgebers – so wie ich in den Jahren 1987 bis 1990 bei Parkinson Schweiz – sogar Mitglied des Vorstandes sein könnte.

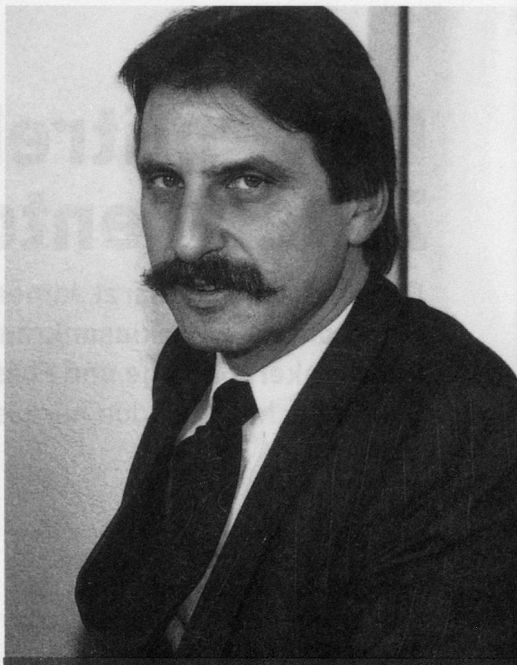
Abhängigkeiten strikt vermeiden

Wie leicht könnten Befangenheiten oder Abhängigkeiten entstehen, die der unterstützenden Firma enorme geschäftliche Vorteile bescheren würden. Dies ist weder im Sinne der nach Neutralität strebenden Fachvereinigungen, noch der nach fairen Marktbedingungen verlangenden Unternehmen. Daher wird das Industriesponsoring heute durch zahlreiche Gesetze und Bestimmungen (Heilmittelgesetz, Arzneimittel-Werbeverordnung, Pharmacodex etc.) geregelt. Wie wirkungsvoll diese Regularien sind und wie strikt die Verantwortlichen handeln, zeigt sich daran, dass bei Parkinson Schweiz das Pharmasponsoring nicht einmal 5 Prozent (Stand 2009) des Gesamtaufwandes deckt und natürlich auch längst kein Industrievertreter mehr im Vorstand sitzt.

Allerdings hat die Entwicklung auch Nachteile: Im Vorfeld jedes noch so kleinen Projekts müssen mehrseitige Vereinbarungen ausformuliert und unterzeichnet werden. Das kann dazu führen, dass Projekte nur verspätet, eingeschränkt oder mit Kompromissen realisiert werden können. Im schlimmsten Fall bleiben notwendige



Professor Hans-Peter Ludin: Er warb bei Ärzten, Patienten und Industrievertretern für seine Idee – und wurde letztlich für seine Hartnäckigkeit belohnt.



Jean-Paul Zürcher stellte den massgebenden Kontakt zwischen Prof. Ludin und Dr. Göldi her.

und vielleicht nützliche Projekte auf der Strecke oder werden gar nicht erst in Angriff genommen.

Ein weiteres Hindernis stellt der starke Ruf nach günstigen Arzneimitteln, sogenannten Generika, dar. Natürlich ist er aus Konsumentensicht verständlich. Er kann aber langfristig dazu führen, dass Firmen aufgrund sinkender Gewinne weniger Geld für das Sponsoring ausgeben können.

Mehrfach-Sponsoring als Lösung

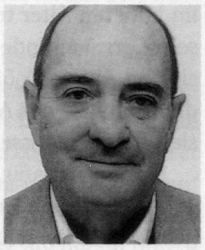
Ungeachtet dieser Erschwernisse setzen die Firmen dennoch auf die Kooperation mit erfolgreichen Fachorganisationen. Getreu dem von Johann Wolfgang von Goethe formulierten Satz «Das ist ewig wahr: Wer nichts für andere tut, tut nichts für sich selbst» sowie dem Marketing-Grundsatz «Tue Gutes und rede darüber» nehmen sie ihre soziale Verantwortung wahr, leisten freiwillige Beiträge und pflegen einen regen Gedankenaustausch mit den in ihrem Bereich relevanten Interessengruppen. Dabei setzen sie heute verstärkt auf sogenanntes Poolsponsoring, bei dem sich mehrere Firmen gemeinsam engagieren. So müssen die Firmen kleinere Beträge investieren (was kleineren Unternehmen den Einstieg ins Sponsoring überhaupt erst ermöglicht) und sind andererseits ebenbürtig vertreten – was zu Fairness und Transparenz führt. Beispiele sind das Parkinson-Tagebuch (6 Pharmasponsoren), die Broschüre «Tipps für den Alltag mit Parkinson» (5 Pharmasponsoren, zwei Stiftungen) und das Magazin PARKINSON (4 Pharmasponsoren).

Diese Vorgehensweise macht übrigens gerade bei von sehr individuellen Symptomen geprägten Erkrankungen wie Parkinson, bei denen die Therapie im Regelfall mit einem Mix von Medikamenten diverser Hersteller erfolgen muss, besonders viel Sinn.

Ausblick auf die Zukunft

Parkinson Schweiz darf auch künftig auf die Unterstützung verschiedener Partner – denn zu solchen sind die Firmen in den letzten 25 Jahren geworden – vertrauen. Sei es, indem diese der Vereinigung an internationalen Kongressen eine Plattform bieten, oder durch die finanzielle Unterstützung von Aktionen wie Informationstagungen und Konzerten oder von Projekten wie Broschüren und dem Mitgliedermagazin. Umgekehrt hilft Parkinson Schweiz – auch durch die Forschungsförderung – den Firmen, ein besseres Verständnis für die Krankheit und die Bedürfnisse der Betroffenen zu entwickeln. So arbeiten alle Partner auf ein gemeinsamen Ziel hin: die Schaffung von mehr Verständnis, das hilft, zu einer immer besseren Therapie der Krankheit zu gelangen.

In diesem Sinne gratuliere ich Parkinson Schweiz zum Jubiläum. Die Vereinigung darf stolz sein auf das Erreichte. Sie muss den Erfolg aber auch als Verpflichtung und als Ansporn für die Zukunft sehen. ■



* **Alex Cueni** ist Product Manager Prescription Medicines bei der Boehringer Ingelheim (Schweiz) GmbH. Von 1987 bis 1990 war er als Vertreter der Firma Hoffmann-La Roche im Vorstand von Parkinson Schweiz aktiv.