



BERLIN · Februar 2007 / BT

Es ist bekannt, dass die Reputation und das Image eines Unternehmens und / oder gar ganzer Branchen durch die kohärente Synthese aus deren Handeln und der öffentlichen, vor allem medialen Darstellung nachhaltig geprägt wird. Letztere versuchen die Unternehmen durch entsprechende Kommunikationsstrategien positiv zu beeinflussen. Einen interessanten, da außergewöhnlichen Fall der Imageprägung stellt die pharmazeutische Industrie dar. Hier nehmen medial vor allem Antagonisten Einfluss auf das Image einer Branche, die a priori viel Gutes zu berichten hat. Eine Situationsanalyse.

Die pharmazeutische Industrie steht wie kaum eine andere Branche in einem anhaltenden Spannungsfeld der öffentlichen Wahrnehmung. Hauptsächlich von der Politik aus unterstellter Gewinnmaximierung als Kostentreiber für die Gesundheitsausgaben öffentlich gescholten, ist die mediale Wahrnehmung nahezu ausschließlich auf dieses Kriterium reduziert. Dabei unterliegen die einzelnen Unternehmen wie die jeder anderen Branche auch ökonomischen, marktwirtschaftlichen Bedingungen, die für Erfolg oder Misserfolg, sichere Arbeitsplätze oder Entlassungen, neue Investitionen oder Stagnation entscheidend sind.

Das Spannungsfeld – zwei Systeme bedingen sich

Das erwähnte Spannungsfeld, in das die pharmazeutische Industrie zwangsläufig gerät, liegt darin begründet, dass das Gros ihrer Produkte und deren Preise das staatlich verantwortete und regulierte Gesundheitssystem unmittelbar tangieren. Diese Tatsache führt dazu, dass zwei unterschiedliche Systeme mit jeweils eigenen Handlungsbedingungen, -mitteln und -zielen aufeinander stoßen und sich in Teilen (einseitig) regulieren. In der Praxis bedeutet dies, dass zu den marktwirtschaftlichen Faktoren der pharmazeutischen Unternehmen zusätzlich staatliche Regulierungen kommen, die längst nicht mehr ausschließlich medizinischen und pharmakologischen Entscheidungen durch entsprechende Institutionen unterliegen, sondern zunehmend politisch motiviert und initiiert sind. Diese haben ebenfalls einen Einfluss auf Produkt- und Umsatzentwicklungen der Unternehmen, der anderen Branchen fremd ist. Kein Politiker ist legitimiert, im freien Wettbewerb den Verkaufspreis des VW Passat zu kritisieren oder diesen gar mittels



Markus Hardenbicker: „Bittersüße Medikamente“. viademica.verlag berlin 2007. Hardcover, 176 S. ISBN 978-3-937494-35-7. Preis: 19,80 €. Bezug über den Buchhandel oder direkt über den Verlag. Im Internet unter www.viademica.de mit weiteren Informationen | v.vb · Tieckstraße 8, 10115 Berlin. ■ Bestellungen über den Buchhandel oder direkt über den Verlag: Telefon 030 . 23 45 70 68 + Fax 030 . 27 90 89 72 sowie über den www.viademica.de-Internetshop

Festlegung eines Zwangsrabatts zu beeinflussen. Selbst dann nicht, wenn sich dieser Preis, um am Beispiel zu bleiben, für diesen Modelltyp in den letzten dreißig Jahren verfünffacht hat. Die Preispolitik fällt unter die Autonomie des Herstellers, der Markt und die Nachfrage regeln das Angebot.

Da der Großteil der Kosten für verschreibungspflichtige Arzneimittel aber Ausgaben der Gesetzlichen Krankenkassen (GKV) und deren Tätigkeit und Leistungen wiederum staatlich qua Sozialgesetzbuch (SGB V) reglementiert sind, steigt mit politischem Druck auch der Druck auf die beteiligten Wirtschaftsunternehmen. Und der Druck auf das Ge-

sundheitssystem wächst immens seit Jahren – stets unter medialer Begleitung oder Stärkung. Nicht zuletzt aufgrund der Herausforderung des demografischen Wandels in Deutschland und damit eingetretener respektive erwartbarer finanzieller Mehrbelastungen ist die mittel- und langfristige Finanzierung des bestehenden Gesundheitssystems nicht mehr gegeben. Vor allem steigende Krankenkassenbeiträge und Zuzahlungen haben inzwischen auch andere sozial- und wirtschaftspolitische Bereiche auf den Plan gerufen, die die Notwendigkeit einer Umstrukturierung des Gesundheitssystems weiter forcieren. Systemimmanent völlig legitim versuchen die Entscheider der Gesundheitspolitik unter diesem zunehmenden Druck Verantwortung und Ursache für die steigenden Ausgaben auf die Kostenverursacher abzuwälzen. Die Pharmaindustrie, die mit ihren erstattungsfähigen Produkten aus der Apotheke im Jahr 2005 einen Kostenanteil von rund 17 Prozent an den Gesamtausgaben der GKV hatte, steht von allen Leistungserbringern medial an vorderster Front der politischen Angriffe. Und dies auch wegen der Leichtigkeit der vermeintlichen Überzeugung anhand verkürzter plakativer Vorwürfe (i.e. gerechtfertigt oder nicht), die seitens der Adressaten noch durch drei Faktoren begünstigt werden.

Drei Faktoren begünstigen die Glaubwürdigkeit politischer Vorwürfe in der Öffentlichkeit

1. Gesundheit gilt als Gemeingut. Aus diesem allgemeinen Verständnis des empfundenen Grundrechts, gesund zu sein, leitet sich der mit politischen Vorwürfen leicht zu untermauernde (Irr-)Glaube ab, dass (medikamentöse) Therapien oder gar Gesundheitsprävention nicht auf Kosten der Menschen gehen könne. Zumindest nicht zugunsten der Gewinne von Konzernen, die zudem von den Antagonisten mit Begriffen wie „Pharmagiganten“ und „Pharmariesen“ sehr medienwirksam titulierte werden. Durch diese Einschätzung, dass der Erwerb eines pharmazeutischen Produktes einen gemeinhin empfundenen Normalzustand (Gesundheit) lediglich wieder herstellt, gelten andere Regeln als für Produkte der Konsumgüterindustrie. So gilt der Erwerb eines Autos oder Handys als immer prestigeträchtiger und eine solche Investition für stets lohnenswerter. Das spiegelt auch

(Fortsetzung auf Seite 2)

viademica .verlag berlin

Ihr Partner für wissenschaftliche Fachliteratur

Tieckstraße 8 · 10115 Berlin · Telefon (030) 23 45 70 68 + Telefax 27 90 89 72 oder über info@viademica.de ■ Berlin Times erscheint in zwangloser Folge mit wissenschaftlich fundierten Beiträgen zu aktuellen und allgemein interessierenden Themen. Jede vom Urheberrechtsgesetz nicht ausdrücklich zugelassene Verwertung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Verlag und Autor. | Die vollständige PDF-Fassung dieses zweiseitigen A3-Textes wird auf Anfrage gegen eine Gebühr von 8,00 € versandt. Dieser Preis räumt ausdrücklich keine weiteren Vervielfältigungsrechte ein (Sondervereinbarung ist erforderlich!).

www.viademica.de