

Positionspapier

## **Neue Positionspapiere: Die AWMF verharmlost den Einfluss der pharmazeutischen Industrie auf medizinische Fortbildungen und Fachkongresse**

Im Februar hat die Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF e.V.) ein „Positionspapier zur Qualitätssicherung wissenschaftlich basierter Fortbildungen und Transparenz möglicher Interessenkonflikte sowie Sicherung einer von Sponsoren unabhängigen Durchführung von Kongressen<sup>1</sup>“ veröffentlicht. Dem war im November 2021 das Papier „Die Kooperation Medizinischer Wissenschaften und Industrie<sup>2</sup>“ vorausgegangen, das sowohl innerhalb als auch außerhalb der AWMF kontrovers diskutiert wurde.

Die Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin (DEGAM) widerspricht als Mitglied der AWMF den Aussagen in den Positionspapieren entschieden: es wird mehr Fortbildung ohne Pharmawerbung gebraucht. CME-Fortbildungspunkte sollten nur noch an pharmafreie Veranstaltungen vergeben werden.

Internationale Organisationen und Fachjournals, wie die FDA oder das New England Journal of Medicine, nehmen eine Vorreiterrolle in ihrem kritischen und reflektierten Umgang mit Interessenkonflikten ein – wohingegen die AWMF mit den beiden Positionspapieren in diesem Kontext maximal die Vorgaben der Gesetzgebenden erfüllt wissen möchte. Sie bestätigt in dem Papier: „Die Fortbildungsinhalte müssen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Medizin, Zahnmedizin oder Psychotherapie entsprechen. Sie müssen frei von wirtschaftlichen Interessen sein.“ (SGB V, § 95d). Dafür hätte es kein eigenes Positionspapier gebraucht, zumal es in erster Linie Kooperationen mit der Industrie im Fortbildungssektor rechtfertigt.

Durch Sponsoring finanzierte Veranstaltungen werden von den Teilnehmenden nicht als Werbung erkannt – auch wenn die Vortragenden ihre Interessenkonflikte deklarieren. Das wurde einschlägig untersucht<sup>3</sup>. Es konnte sogar belegt werden, dass die Verordnungsraten, beispielsweise von Hormon(„ersatz“)-Präparaten wie auch von Medikamenten gegen Sodbrennen, nach entsprechenden Vorträgen von „opinion leaders“ – trotz Offenlegung der Interessenkonflikte – messbar anstiegen. Der Einfluss von Meinungsbildner\*innen ist in der wissenschaftlichen Literatur ausreichend belegt.<sup>4</sup> Selbst kleine – häufig bei Verkaufs-Ausstellungen ausgegebene – Werbebesenke sind in der Lage, das Ordnungsverhalten der sie entgegennehmenden Ärzt\*innen zu beeinflussen<sup>5,6</sup>. Umso unverständlicher sind die Formulierungen der AWMF zu Industrieausstellungen, bspw. dass „[...] umfassende Ausstellungen im Rahmen von wissenschaftlichen Kongressen den Teilnehmenden die Möglichkeit

## Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin

[böten], sich direkt über aktuelle Entwicklungen von Medizinprodukten oder Arzneimitteln [...] zu informieren“ und die dadurch „[...] wertvolle Ergänzungen zum wissenschaftlichen Vortragsangebot [...]“ lieferten. Firmen nutzen Industrieausstellungen zu Vermarktungszwecken. Dies spiegelt sich auch in den Investitionen der Pharmaindustrie wider: in den USA stiegen die Ausgaben der Gesundheitsindustrie für Werbung beispielsweise auf 5,7 Mrd. US-\$ - einen Wert, den kein anderer Industriezweig erreichte<sup>7</sup>. Wer wissenschaftlichen Austausch mit der Pharmaindustrie sucht, sollte sich direkt an die Abteilung Forschung und Entwicklung wenden, die typischerweise auf den Kongressständen nicht vertreten ist.

Pharmasponsoring trägt das Potenzial in sich, die Gesundheit der Bevölkerung nachhaltig zu gefährden: in den USA konnte sogar eine Auswirkung der Werbung für Opiate auf die Sterblichkeit durch eine Überdosis von Opiaten nachgewiesen werden<sup>8</sup>. Dieser Verantwortung gegenüber der Bevölkerung müssen sich alle medizinisch wissenschaftlichen Fachgesellschaften stellen. Die Argumentation der AWMF, dass Einnahmen aus der Vermietung von Flächen zur Deckung der Kongresskosten essenziell seien, ist aus Sicht der DEGAM nicht nachvollziehbar: Seit vielen Jahren finden die Jahreskongresse der DEGAM ohne jedes Sponsoring von Pharma- oder Geräteindustrie statt – ein Beleg dafür, dass dies möglich ist. Auch innerhalb anderer Fachgesellschaften, wie z.B. der Deutschen Gesellschaft für Neurologie, gibt es Initiativen, Fachkongresse ohne Sponsoring abzuhalten<sup>9</sup>.

Die AWMF begnügt sich mit der Forderung, die „Grenzen des Sponsorings (Äquivalenz von Leistung und Gegenleistung, Transparenz und Dokumentation, sowie das Grundprinzip einer klaren Trennung von wissenschaftlichen Fortbildungsinhalten und industrieller Information) (müssten) eingehalten“ sein. Dann bestehe kein formaler Grund, eine CME Anerkennung zu verweigern. Die Evidenz für die Auswirkungen direkter oder über Meinungsbildner\*innen bei Kongressen indirekt abgegebener Werbung auf das ärztliche Verhalten spricht dagegen.

Die AWMF-Erklärung wirkt wie ein verharmlosender Formelkompromiss: es wird zwar Transparenz gefordert und versprochen, jedoch wird nicht entschlossen gehandelt gegen die Manipulation, die durch Pharmawerbung im Rahmen von Fortbildungen nahezu unvermeidbar und häufig ja auch intendiert ist. Die DEGAM hat eine eigene Positionierung erarbeitet, in der ein Sponsoring von Fortbildungsveranstaltungen nach seiner potenziellen Schädlichkeit für Patient\*innen wie Allgemeinheit kategorisiert wird<sup>10</sup>: Sponsoring bei Fortbildungen ist nur dann akzeptabel, wenn es weder den Patient\*innen noch der Allgemeinheit schadet. Beides trifft auf Pharmasponsoring nachweislich nicht zu.

---

<sup>1</sup> Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften e.V.  
[https://www.awmf.org/fileadmin/user\\_upload/Stellungnahmen/Resolution\\_Forderungen/202202\\_AWMF\\_Papier\\_Sponsoring\\_final.pdf](https://www.awmf.org/fileadmin/user_upload/Stellungnahmen/Resolution_Forderungen/202202_AWMF_Papier_Sponsoring_final.pdf) - letzter Zugriff am 11.2.2022

<sup>2</sup> Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften e.V.  
[https://www.awmf.org/fileadmin/user\\_upload/Stellungnahmen/Resolution\\_Forderungen/202111\\_Papier\\_Industrie-Kooperation.pdf](https://www.awmf.org/fileadmin/user_upload/Stellungnahmen/Resolution_Forderungen/202111_Papier_Industrie-Kooperation.pdf) - letzter Zugriff am 11.2.2022

# Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin

---

- <sup>3</sup> Fugh-Berman A. Industry-funded medical education is always promotion—an essay. *BMJ* 2021;373:n1273
- <sup>4</sup> Moynihan R, Albarqouni L, Nangla C, Dunn A, Lexchin J, Bero L. Financial ties between leaders of influential US professional medical associations and industry: cross sectional study *BMJ* 2020;369:m1505
- <sup>5</sup> De Jong C, Aguilar T, Tseng CW, Lin GA, Boscardin WJ, Dudley RA. Pharmaceutical industry-sponsored meals and physician prescribing patterns for Medicare beneficiaries. *JAMA Intern Med.* 2016;176:1114-1122.
- <sup>6</sup> Goupil B, Balusson F, Naudet F et al Association between gifts from pharmaceutical companies to French general practitioners and their drug prescribing patterns in 2016: retrospective study using the French Transparency in Healthcare and National Health Data System databases *BMJ* 2019;367:l6015
- <sup>7</sup> Wouters O. Lobbying Expenditures and Campaign Contributions by the Pharmaceutical and Health Product Industry in the United States, 1999-2018. *JAMA Intern Med* 2020;180:688-697
- <sup>8</sup> Hadland S, Rivera-Aguirre A, Marshall B, Cerdá M Association of Pharmaceutical Industry Marketing of Opioid Products With Mortality From Opioid-Related Overdoses *JAMA Network Open.* 2019;2:e186007
- <sup>9</sup> Lempert T, Wilhelm R, Janzen C et al. Warum die Deutsche Gesellschaft für Neurologie einen industrieunabhängigen Kongress braucht. *Akt Neurol* 2018; 45: 429–433
- <sup>10</sup> Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin (DEGAM) Positionspapier zum Sponsoring von Fortbildungen. [https://www.degam.de/files/Inhalte/Degam-Inhalte/Sektionen\\_und\\_Arbeitsgruppen/Sektion\\_Fortbildung/Positionspapier%20DEGAM-Sektion%20Fortbildung%20Sponsoring\\_final\\_NEU.pdf](https://www.degam.de/files/Inhalte/Degam-Inhalte/Sektionen_und_Arbeitsgruppen/Sektion_Fortbildung/Positionspapier%20DEGAM-Sektion%20Fortbildung%20Sponsoring_final_NEU.pdf) – letzter Zugriff 11.2.2022

## Kontakt:

DEGAM-Bundesgeschäftsstelle  
Schumannstraße 9  
10117 Berlin  
Tel.: 030-20 966 9800  
[geschaeftsstelle@degam.de](mailto:geschaeftsstelle@degam.de)