

Wie niet ontvangt zal niet gegeven worden

door Joop Bouma

De farmacie staat in de beklagdenbank omdat zij cadeautjes aan artsen geeft. Maar artsen nemen die cadeautjes maar al te graag aan, stelt Trouw-journalist Joop Bouma.

Huisartsen kregen afgelopen mei een uitnodiging van marktonderzoeker TNS NIPO om een enquête over osteoporose in de huisartsenpraktijk in te vullen. 'Met dit onderzoek wil TNS NIPO in beeld brengen hoe u als arts tegen verschillende osteoporosemedicijnen aankijkt,' luidde de aanhef van een begeleidende brief. Het waren maar een paar vraagjes, hooguit tien minuten werk. Als blijk van waardering konden de huisartsen een cadeaubon van vijftientig euro krijgen, naar keuze te besteden bij Free Record Shop, Blokker of Bol.com.

De dokters moesten eerst het medicijn invullen dat bij ze opkwam bij de behandeling van osteoporose, en vervolgens welke medicijnen ze nog meer kenden, al was het maar van naam. Daarna volgde een rijtje met de merknamen van osteoporosemiddelen, in een schijnbaar willekeurige volgorde. Ibandroninezuur was de laatste van dat rijtje.

De enquête sloot af met vier vragen over therapietrouw. Na een algemene vraag volgden drie vragen over de therapietrouw bij patiënten die bisfosfonaten slikken. Het stond niet in de brief en TNS NIPO wilde desgevraagd de naam van de opdrachtgever niet prijsgeven, maar de peiling was van Roche, producent van ibandroninezuur.

Huisartsenpraktijken ontvangen wekelijks van dit soort onderzoekjes, niet alleen van TNS NIPO, ook van bureaus als Jan Schipper, MarketResponse en Telder.

Het invullen van deze enquêtes dient geen medisch-

wetenschappelijk doel. De tien-minuten-onderzoekjes dienen slechts de marketing van geneesmiddelenproducenten. Iedere arts die de vragenlijstje invult, weet dat, of kan dat weten. Maar een cadeaubon is gauw verdiend.

Het is geen verboden gunstbetoon. De wet verbiedt deze marketingpraktijken niet. Echter, niet alles wat voor de wet mag, is moreel verdedigbaar. Enquêtes bestaan bij de gratie van respons. Die is er kennelijk volop, gezien de eindeloze stroom van dit soort peilingen.

Als aan medisch specialisten en huisartsen wordt gevraagd hoe zij denken over het aannemen van gunsten van de farmaceutische industrie, is een ruime meerderheid afwijzend. Dit bleek jaren geleden uit een peiling van de KNMG onder bijna zevenhonderd leden. Toch is de praktijk anders.

Er zijn nog steeds artsen die zich laten fêteren door de farmaceutische industrie en dat de gewoonste zaak van de wereld vinden. De regels zijn weliswaar aangescherpt – er moet tegenwoordig flink worden meebetaald aan reisjes – maar heel veel is er niet veranderd. Sterker, farmaceutische bedrijven klagen dat het hun moeilijk wordt gemaakt de regels voor gunstbetoon in acht te nemen omdat nogal wat artsen ronduit claimgedrag vertonen. Ze eisen vergoeding van congreskosten of verlangen riant betalings voor verleende diensten. Wat meer zelfreflectie zou deze artsen sieren.

Tot dusver zijn dokters nog maar één keer strafrechtelijk vervolgd voor overtreding van de regels voor gunstbetoon. In 2000 had farmaceutisch bedrijf Boehringer Ingelheim aan huisartsen, orthopeden en anesthesiologen een gratis autoslipcursus aangeboden. Voorafgaand aan dat zes uur durend evenement



foto Rob Huibers / Hollandse Hoogte

kregen de artsen een halfuur informatie over twee geneesmiddelen tegen hoge bloeddruk die het bedrijf net op de markt had gebracht. Het bedrijf werd in 2002 door de kantonrechter in Alkmaar beboet met negenduizend euro wegens verboden gunstbetoon.

De Inspectie hoorde in deze zaak ongeveer tachtig artsen als verdachte. Ze gaven vrijwel allemaal toe dat de presentatie over de twee middelen in geen verhouding stond tot de duur van de slipcursus. Het gros betaalde een schikking. Het Openbaar Ministerie in Haarlem dagvaardde enkele artsen die hadden geweigerd de transactie te betalen. Deze artsen, tegen wie boetes van tweehonderd euro waren geëist, werden ontslagen van rechtsvervolging. Volgens de kantonrechter konden zij op basis van het Reclamebesluit Geneesmiddelen niet worden veroordeeld, omdat de wetgever had verzuimd in een concrete wetsbepaling vast te leggen dat de regels voor gunstbetoon ook voor artsen golden. Het OM tekende geen beroep aan en het vonnis werd daarmee onherroepelijk.

De tachtig artsen in deze zaak werden verhoord door Inspecteur voor de gezondheidszorg Astrid Meij. 'We moesten ze allemaal een verhoor afnemen, omdat we anders konden worden beschuldigd van willekeur', vertelde zij in 2005. Meij had gemengde gevoelens over de verhoren van de artsen. 'Het was voor hen zeer beladen. Ze hadden een brief gekregen van het OM dat ze als verdachte zouden worden gehoord. Het was voor veel artsen een emotionele gebeurtenis.'

Wat Meij echter vooral opviel was dat meer dan de helft van de artsen van mening was dat ze recht hadden op gunstbetoon. 'Hun vader en hun grootvader hadden toch ook altijd cadeautjes gehad van de industrie? Ze zagen het als een soort dertiende maand.'

In *Medisch Contact* van 14 februari 2003 schreven Marie-Hélène Schutjens, destijds juriste van Nefar-

ma, en Els de Bruin, beleidsmedewerker van de KNMG, dat van het vonnis in de zaak-Boehringer Ingelheim een verkeerd signaal uitging. Het oordeel van de kantonrechter vroeg eigenlijk om hoger beroep, meenden zij. De wettelijke regels voor gunstbetoon, zoals die door de Stichting Code Geneesmiddelenreclame waren opgesteld, gaan immers uit van 'wederkerigheid': 'het geven en ontvangen van geschenken' en 'het verlenen en genieten van gastvrijheid'. 'De wederkerigheid betekent dus dat zowel beroepsbeoefenaren als ondernemingen in de farmaceutische sector zich aan de regels dienen te houden en elkaar niet mogen verleiden tot verboden handelingen', aldus Schutjens en De Bruin. Juist Schutjens merkt in haar contacten met de farmaceutische industrie dat marketingafdelingen soms worstelen met de druk vanuit de medische beroepsgroep.

Bij gunstbetoon zijn nu eenmaal twee partijen betrokken: een gever en een ontvanger. 'In de slipcursus-casus is de gever wél bestraft en de ontvanger niet. Dit doet geen recht aan het feit dat de normen voor alle betrokken partijen gelden', schreven zij in

'Ze zagen het als een soort dertiende maand'

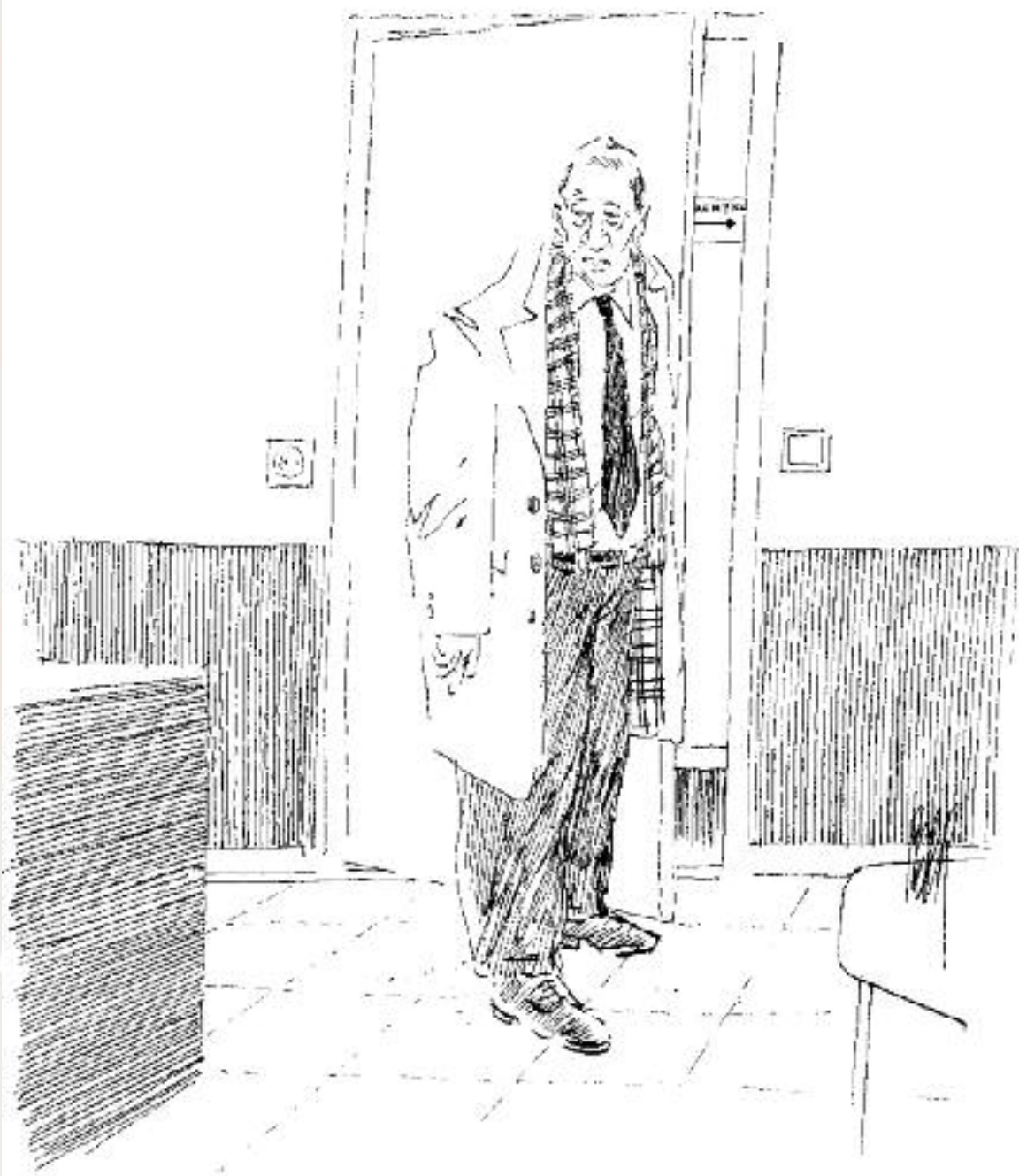
Medisch Contact. 'De tijd van "niet weten" is voorbij, dus ook artsen zullen zich daadwerkelijk aan de gestelde grenzen moeten houden. Het gaat er uiteindelijk om dat aanbieders en afnemers van geneesmiddelen een professionele, zakelijke relatie met elkaar onderhouden, waardoor de patiënt verzekerd kan zijn van een, in onafhankelijkheid gekozen, optimale farmacotherapie.'

Destijds, in 2003, liet de KNMG de minister weten dat er druk werd gewerkt aan gedragsverandering in de medische beroepsgroep. Maar sindsdien is er op dit vlak weinig gebeurd. Zolang huisartsen voor cadeau-bonnetjes van vijftientig euro meewerken aan obligate marketingonderzoeken, is er nog een wereld te winnen.

Overigens, ook medisch specialisten kregen de enquête over osteoporosemiddelen toegestuurd. Voor hen was er een cadeaubon van veertig euro.

Joop Bouma is journalist en werkt bij Trouw. Eerder schreef hij onder andere het boek *Slikken. Hoe ziek is de farmaceutische industrie?*

Peter van Straaten



O JA ... MIJN VROUW VRAAGT STRAKS ALS IK
THUISKOM : "WAT ZEI DE DOKTER ?"
... WAT ZEI U ? "