

Reputatieschade

Jos van Bemmel,
huisarts in Amersfoort

Correspondentieadres:
josvanbemmel@gmail.com;
c.c.: redactie@medischcontact.nl

Geen belangenverstrengeling
gemeld.

beeld: Shutterstock

Onlangs werd ik gevraagd om als kritische huisarts deel te nemen aan een panel-discussie op een seminar van de farmaceutische industrie. 'Farma reputatie, bittere pil of gouden kans', luidde de titel. Niet echt mijn expertise. Maar vooruit, daar zat ik dan, zonder stropdas, voor een zaal gevuld met krijtstreepjes en modieuze damesoutfits.

De vraag luidde hoe farmaceuten hun reputatie kunnen verbeteren. Iedereen was het erover eens dat het uitvinden van een wonderpil het probaatste middel zou zijn. Wie droomt nou niet van een panacee tegen kanker? Toch acht ik die kans erg klein. Farmaceutische vernieuwing is momenteel niet veel meer dan oude wijn in nieuwe zakken.¹ Slechts 10 procent van de nieuwe geneesmiddelen die sinds 2000 op de markt zijn gekomen, ziet het Geneesmiddelenbulletin als nuttig.² Ook hulp aan de derde wereld zou volgens sommigen goed zijn voor de reputatie, zij het met mate; te veel een held zijn, kan de reputatie ook weer schaden.

Helaas was er nauwelijks of geen tijd te om te discussiëren over het wegmoffelen van negatieve onderzoeksuitkomsten, de beïnvloeding van het voorschrijfgedrag van artsen of over de torenhoge kortingen aan de apotheker. Jammer, want dat zijn zaken die in mijn ogen de reputatie van de farmaceutische industrie schaden. Allengs vroeg ik me af waarom deze bedrijfstak eigenlijk een goede reputatie najaagt. Om aardig te worden gevonden? Om als held de geschiedenis in te gaan? Of om meer winst te maken? Ik denk het laatste. En dat kan - zonder de uitvinding van een wondermiddel - alleen door mensen afhankelijker te maken van meer en duurder medicijnen. De polemiek over het gebruik van cholesterolverlagers is een mooi voorbeeld van hoe die markt in elkaar zit. Moeten er nog meer pillen in de weekdoos van mijn oudere patiënten, met nog meer interacties en bijwerkingen? Ik wil eigenlijk helemaal niet dat de farmaceutische industrie een betere reputatie krijgt, tenzij ze met een echte innovatie komen.

Het is bij farmaceuten net als in de auto-industrie: zij prediken een schoner milieu, maar uiteindelijk gaat het erom meer auto's te verkopen. Hoe meer uitlaatgassen, des te hoger de winst. Jammer van het milieu. Op dezelfde manier predikt de farmaceutische industrie gezondheid, maar eigenlijk wil zij alleen maar meer pillen verkopen. Toch is er een verschil. Want waar de consument zelf beslist of hij een auto koopt, kan hij dat bij medicijnen pas doen na goedkeuring door een tussenpersoon, het liefst een betrouwbare arts, die een goede reputatie geniet. Alleen hij kan de consument behoeden voor een miskoop. Natuurlijk doen veel respectabele dokters dat ook, maar lang niet allen.

Doordat de industrie mij niet heeft betaald voor mijn bijdrage aan de discussie, kan ik dit stukje onbevangen schrijven. En zo hoort het ook. Juist daardoor krijg ik meer respect voor de farmaceutische industrie. De belangen van artsen mogen op geen enkele wijze verstrengeld zijn met die van de farmaceutische industrie. Zo moet onderzoek worden gefinancierd en uitgevoerd door onafhankelijke instanties. De industrie moet op haar eigen kracht leren varen en niet langer artsen voor haar karretje spannen. Artsen op hun beurt moeten dat niet langer willen en op andere wijze het geld voor het tweede huis of de alimentatie zien te vergaren. Pas dan groeit de reputatie van zowel artsen als van de farmaceutische industrie. Tenzij de industrie een wonderpil uitvindt. Want dan zwijgt zelfs de kritische huisarts. 

Referenties

1. Groot FW de, c.s. Nieuw is niet altijd beter, Medisch Contact 2008; 63 (15): 634-6.
2. Overdijk C. De evolutie van de rol van de farmaceutische industrie in de gezondheidszorg, Geneesmiddelenbulletin, 2006; 40: 111-7.