



Falsche Zahlen und falscher Schluss

Unkritisch übernahm die Schweizerische Ärztezeitung eine Agenturmeldung zur Swica-Studie über die Medikamentenpreise [1]. Es ist verständlich, dass die Redaktion der Ärztezeitung sich nicht vertieft mit der Studie befasste, hätte sie doch dafür der Swica mehrere tausend Franken entrichten müssen! Dennoch: So ganz unkritisch hätte die Meldung nicht übernommen werden dürfen, denn sie enthält falsche Zahlen und kommt zu einem falschen Schluss. Denn, und das ist der grundsätzliche Irrtum, sie vergleicht Publikumspreise. Nur gibt es in der Schweiz für kassenpflichtige Arzneimittel seit fast zwei Jahren keine fixen Publikumspreise mehr. Es gibt nur noch von den Behörden festgelegte Höchstpreise, auf denen jedoch in der Praxis individuelle Rabatte gewährt werden. Zudem: Wenn schon die Höchstpreise als Vergleichspreise herangezogen werden, sollten diese stimmen. Doch auch das ist nicht der Fall. Ein Beispiel: Gemäss Spezialitätenliste des BSV beträgt der maximale Publikumspreis für Vioxx inkl. MWSt Fr. 127.90, die Swica vergleicht jedoch in ihrer Übersicht einen Preis von Fr. 132.30. Tatsache ist, auch wenn die Swica mit ihren Zahlen etwas anderes beweisen will, dass heute in der Schweiz aufgrund des behördlich festgelegten Ländervergleichs die Fabrikabgabepreise für neue Medikamente dem gesamteuropäischen Niveau entsprechen.

Walter P. Hölzle, Geschäftsführer Vereinigung der Importeure Pharmazeutischer Spezialitäten (VIPS)

1 sda. Schweizer Medikamente weiter auf hohem Preisniveau. Schweiz Ärztezeitung 2003; 84(16):710.

Replik

Wahr und unbestritten ist, dass der SL-Preis ein empfohlener Höchstpreis ist, der unterschritten werden darf (allerdings tut das fast keiner). Wahr ist aber auch, dass wir in der Schweiz für äquivalente Medikamente mehr bezahlen als in den Nachbarländern. Ob die unterschiedlichen Preise nun aufgrund der verschieden hohen Margen oder unterschiedlichen Fabrikabgabepreise entstehen, ist nicht die Fragestellung.

Die unterschiedlichen Preise lassen sich ganz einfach erklären: Das WIG verwendet in seiner Studie als Vergleichsbasis den Publikumspreis

sowohl exkl. als auch inkl. MWSt (SL-Preise mit Stichtag 1. Juli 2002). Dazu kommt der MWSt-Satz von 2,4% sowie die Apothekertaxe von Fr. 4.30 (inkl. MWSt). Nicht im Preis berücksichtigt sind die Apothekertaxe sowie der Kostenstabilisierungsbeitrag.

Wir haben in der Studie explizit betont, dass wir den der Krankenversicherung verrechneten Preis, d.h. den Publikumspreis, als Vergleichsbasis wählen, denn Ziel der Studie ist es, Hinweise zu erhalten, wie gross das Einsparpotential für die Versicherer bzw. die Versicherten ist.

Der zum zweiten Mal durchgeführte flächendeckende Preisvergleich mit den Nachbarländern berücksichtigt die Forderung von *santé-suisse* (Branchenverband der Schweizer Krankenversicherer) und dem Preisüberwacher, dass im Rahmen des Auslandspreisvergleiches nicht nur die teuren Länder Europas (Deutschland, Holland und Dänemark) eine Rolle spielen, sondern grundsätzlich unsere Nachbarländer als Referenz dienen sollen.

Nicole Graf,
Leiterin SWICA Gesundheitsorganisation,
PR & Information



Unerwünschtes Inserat [1]

Die Werbung für «Hansaplast» der Firma Beiersdorf wurde von Prof. Dr. R. Ritz als Inserat mit einem «Lockbild» einer nackten Frau qualifiziert [1]. Die Antwort des Mitgliedes der Geschäftsleitung Sibylle Nerz und der Product Managerin Karin Hablützel in der Schweizerischen Ärztezeitung 2003 zeigt wohl, dass die Vertreterinnen der Firma von der ausgezeichneten Wirksamkeit des Präparates überzeugt sind und dafür alle dazu möglichen Spezialisten zitieren [2]. Für das eingebrachte Problem, den Missbrauch eines Frauenkörpers für Werbezwecke, ist dort leider keine ernsthafte Reaktion auszumachen. Fast mit dogmatischer Sicherheit wird darauf hingewiesen, dass in ihrem Team mit 80% Frauenanteil nicht, auch nur ansatzweise Gedanken aufgekommen seien, es könnte hier eine Frauendiskriminierung vorliegen. Intensiv befragt dazu, nach wissenschaftlichen Kriterien, wurde natürlich keine der «Probandinnen». Es kamen ja nicht einmal ansatzweise Gedanken ... Also musste auch nicht spezifisch und konkret eruiert werden. Armes Team! Es merkt nicht einmal, was ihm an Feeling fehlt, oder sagt man hier besser Geschmack?

Fazit: Das Foto besagter Frau ist sehr schön; hier aber eindeutig missbraucht für Gugus-Werbung. Die Replik ist nur eine Verteidigung mit untauglichen Argumenten: Lockvogel «Frauenkörper» sei in der Werbung in diesem speziellen Fall ohne Probleme. «Hansaplast». Nemo dat, quod non ha(be)t.

Dr. med. Josef Bättig, Muttenz

- 1 Ritz R. Unerwünschtes Inserat. Schweiz Ärztezeitung 2003;84(13):569.
- 2 Nerz S, Hablützel K. Replik. Schweiz Ärztezeitung 2003;84(13):570.



Unerwünschtes Inserat [1]

Ich möchte mich Ihrer Meinung über das Hansaplast-Inserat anschliessen und Ihnen für Ihre Wortmeldung danken. Auch mich hat die eigentümliche Darstellung einer Frau sehr gestört. Leider könnte man gerade im Bereich der Werbung, und zunehmend auch in der Schweizerischen Ärztezeitung (Viagra-Werbung der Firma Pfizer), fast ständig Leserbriefe schreiben. Mich stört es sehr, dass die Erotik zunehmend als Vehikel der Werbung missbraucht wird. Es zeigt, dass uns die Werbung so abstumpft, dass wir nur noch auf Extremreize reagieren. Was könnte man gegen diese Tendenz tun? Falls es irgendwo schon einen guten Ansatz gäbe, würde ich mich dem gern anschliessen.

Dr. med. Daniela Steiger, Zürich

- 1 Ritz R. Unerwünschtes Inserat. Schweiz Ärztezeitung 2003;84(13):569



Finanzierung der Sendung von Dr. Samuel Stutz durch die FMH

Antwort auf den Leserbrief von Dr. med. U. Weisskopf

Zu Ihrem Leserbrief in der Schweizerischen Ärztezeitung vom April 2003 [1] betreffend «Stützli-Medizin» möchte ich Ihnen meinen Dank aussprechen. Was in diesen Sendungen propagiert wird ist reinste Konsumtion und Perversion des medizinischen Denkens. Die Idee eines (finanziell sicherlich sehr profitablen) «Gesundheits-schiffes» ist derartig abstrus, dass ich mich nur wundern kann, dass die FMH wie auch die SUVA diese Art des Medizinverständnisses in unserem Namen unterstützen kann.

Ich kenne niemand in meinem bzw. unserem Bekanntenkreis mit vielen Medizinern, der diese Sendungen auch nur im geringsten unterstützt. Auch praktisch alle meine Patient(inn)en – sofern sie ehrlich sind –, mit denen ich regelmässig aus Notwendigkeit solche Sendungen diskutieren muss, lehnen sie ab, da sie realisieren, dass bei ihnen durch solche Sendungen lediglich (unbegründete) Ängste ausgelöst werden. Ich hoffe, dass die FMH und die SUVA möglichst rasch die Unterstützung solcher Sendungen sistiert.

Prof. Dr. med. W. Waespe, Zollikerberg

- 1 Weisskopf U. Finanzierung der Sendung von Dr. Samuel Stutz durch die FMH. Schweiz Ärztezeitung 2003;84(15):669.